

PMS

Estudio de Mercado Servicios de Videojuegos

ABRIL 2016

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Canadá - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
I. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).....	4
3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.....	4
4. Análisis FODA.....	5
II. Identificación del servicio	5
1. Nombre del servicio	5
2. Descripción del servicio	5
III. Descripción general del mercado importador	6
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	8
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	8
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	9
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	9
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios ..	9
IV. Descripción sectorial del mercado importador	10
1. Comportamiento general del mercado.....	10
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	11
3. Dinamismo de la demanda	12
4. Canales de comercialización	13
5. Principales players del subsector y empresas competidoras	14
6. Marco legal y regulatorio del subsector	15
7. Tendencias comerciales del sector	16
V. Competidores	17
1. Principales proveedores externos	17
VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	18
VII. Indicadores de demanda para el servicio	18
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	19

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..20

X. Fuentes de información (Links).....20

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

I. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Los videojuegos son juegos electrónicos que involucran interacción de uno o más usuarios a través de un aparato de ayuda denominado controlador, tales como joysticks, con un dispositivo de imágenes. El dispositivo se conoce como plataforma pudiendo variar en su forma (computador, máquina arcade, video consola, dispositivo móvil, etc.), siendo en la actualidad una de las principales industrias del arte y entretenimiento involucrando a diseñadores, programadores, sonidistas, editores, guionistas, productores entre muchos otros creativos y técnicos.

2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).

De acuerdo a la investigación, y actividades ya realizadas en el mercado, se puede comentar que existe gran potencial de internacionalización de la oferta chilena de videojuegos misma ya sea por la tradición o por los recientes casos de éxito. Sin embargo, al igual que otros sectores de la industria creativa chilena, es de suma importancia acercar estas características a la demanda canadiense.

Basado en los recientes éxitos logrados por algunos profesionales del área en Estados Unidos y Japón, es preciso desarrollar una imagen sectorial que potencie la imagen del sector no sólo en el mercado canadiense sino que también a nivel mundial, pudiendo demostrar que Chile cuenta con especialistas de primer nivel y un ambiente para la recepción de inversiones, como las ya realizadas por Behaviour, acorde a los grandes mercados.

3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.

La estrategia comercial a desarrollar debe tender a acercar, en primera instancia, la oferta chilena a la demanda canadiense. Como se podrá observar más adelante, los productos y servicios chilenos derivados del desarrollo de video juegos han pasado a ser un poco más cercanos a este mercado después de la participación en el Montreal International Game Summit de 2015. En base a ello se recomienda hacer un seguimiento a los contactos establecidos además del desarrollo de material promocional en línea (sitios web, redes sociales, etc.) en inglés, y francés para el mercado quebequense.

Luego, es recomendable seguir visitando el mercado para marcar presencia y crear un lazo más cercano con la potencial demanda local. Además de visitar otros eventos relacionados con el sector de video juegos en las dos provincias que poseen el mayor dinamismo comercial, British Columbia y Quebec, explorando nuevas formas de negocios tales como las coproducciones.

El apoyo al sector de video juegos también es una oportunidad de mostrar lo diversificado que Chile es, donde las industrias creativas tienen su espacio, incluido por supuesto el sector videojuegos con un alto potencial, alto nivel de exportabilidad, de alta calidad y a la par con los estándares internacionales.

4. Análisis FODA.

		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
ESTRATEGIA <ul style="list-style-type: none"> Misión de prospección y penetración al mercado Desarrollo de competencias Participación en los principales eventos del sector en Canadá Desarrollo de material promocional en línea 		<ul style="list-style-type: none"> Talento y alta calidad profesional en las distintas fases de la producción de la industria en Chile. Diseño y animación a costos atractivos. Infraestructura de comunicaciones Presentes en mercados altamente competitivos (EEUU, Japón) 	<ul style="list-style-type: none"> Posicionamiento de los videojuegos chilenos en el mercado mundial es muy incipiente. Débiles programas estatales de apoyo al sector en el ámbito de la creación, fomento e internacionalización. Pequeño mercado de videojuegos a nivel nacional. Bajo desarrollo de marca de la oferta nacional
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Mercado maduro Alto desarrollo de contenidos ligados a otras industrias creativas locales Constante crecimiento del mercado Alto consumo local. 	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer los éxitos de la oferta nacional en mercado altamente competitivos y maduros 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de imagen sectorial con presencia constante en los redes sociales digitales
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Grandes producciones internacionales presentes Cercanía con otros mercados altamente desarrollados 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de marca 	<ul style="list-style-type: none"> Visitas al mercado y creación de lazos comerciales Explorar el desarrollo de coproducciones.

II. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Videojuegos

2. Descripción del servicio

Se puede decir que la industria para los desarrolladores de video juego puede ser dividida de acuerdo a la plataforma para la cual ha sido desarrollado el juego, destacando:

- Video juegos para consolas fijas y computadores
- Juego digitales móviles para consolas portátiles, celulares y tabletas

En general, el mercado mundial de video juegos, al igual que el canadiense, tiende a moverse hacia el desarrollo de juegos para plataformas móviles dada su baja complejidad y costos. Sin embargo, las consolas fijas y PC siguen

liderando el mercado. Pese a la alta competitividad de la industria, se prevé un par de años de gran dinamismo con nuevos desarrollos y constantes novedades.

La industria chilena de videojuegos, si bien pequeña, tiene un alto potencial de internacionalización. Su producción esta orientada en un 90% a los mercados globales. Con una oferta exportable compuesta de desarrollos para dispositivos móviles (iOS, Android, Blackberry), distribución digital para consolas de videojuegos (XBLA, PSN), distribución digital para computadores personales (Steam, Origin), retail para consolas de videojuegos (Xbox 360, Playstation 3, Wii, Kinect), retail para computadores personales (PC y Mac) además del desarrollo web (desktop y móvil, HTML5, etc.) y flash.

Es importante destacar también el trabajo realizado por **VG Chile**¹, la Asociación Gremial Chilena de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos que representa el Chapter de Chile de la IGDA (Asociación Internacional de Desarrolladores de Videojuegos). Fue creada en el año 2010 y cuenta con más de 20 empresas, lo que representa más del 90% del sector. Además son parte de FedIT Chile, Federación Chilena de Asociaciones de Innovación y Tecnologías.

III. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

Canadá tiene aproximadamente 35 millones de habitantes, 90% de los cuales reside en un radio de 160 kilómetros de la frontera con los Estados Unidos. La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Las ciudades más importantes, según el número de habitantes, son:

Toronto (5.9 millones), Montreal (3.9 millones), Vancouver (2.5 millones), Ottawa-Gatineau (1.3 millones) y Edmonton (1.2 millones)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver, ubicándose en las provincias de Ontario, Quebec y British Columbia respectivamente.

Con frecuencia, las ciudades de Toronto y Vancouver son escogidas para testear el comportamiento inicial del mercado canadiense inglés. En tanto, Quebec representa la parte francesa de Canadá.

Cabe destacar el rol fundamental que juega el sector servicios en la economía canadiense, representando el 70% del producto del año 2014², aunque se debe tener en cuenta que Canadá es bastante dependiente de sus abundantes recursos naturales (minería, petróleo, etc.) y de su comercio exterior, principalmente con EE.UU.

La industria de video juegos en Canadá, durante 2015, estuvo compuesta por 472 estudios activos lo que representa un crecimiento significativo con respecto a los 329 detectados en 2013. Por otro lado, se estima que el sector genera alrededor de 36.500 empleos de tiempo completo, un incremento de 26% con respecto a 2013. De

¹ Más información: www.videogameschile.com

² Fuente: World Trade Atlas

los empleos generados, se estima que 20.400 de ellos son empleos directos, lo que significa un 24% más que 2013. Por otro lado, un 89% de puestos están ligados a los grandes estudios los cuales están concentrados en puestos técnicos y creativos³.

Finalmente, se puede mencionar que la mano de obra relacionada al sector es relativamente joven, con un promedio de 31 años, que percibe un salario promedio de CAN\$71.300 anuales, el cual ha registrado un aumento poco significativo con respecto a 2013.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

Canadá alcanzó un PIB de US\$1.467⁴ mil millones en 2015 con un crecimiento real de 1,2 %, casi la mitad del crecimiento experimentado durante 2014. Sin embargo, el Bank of Canada proyecta que la economía de Canadá debería acelerar a 2,0 % en 2016 y 2,5 % en 2017. Canadá cuenta con un ingreso per cápita de US\$40,913⁵ y se ubica dentro de las 15 naciones más ricas del mundo representando un 1.6% de la participación mundial⁶. Posee una población de 35,6⁷ millones de habitantes donde Ontario, Quebec y British Columbia son las provincias más pobladas del país, concentrando el 74,6% del total nacional, cifra relativamente constante a través del tiempo.

A pesar de las numerosas transformaciones que están ocurriendo en el mercado canadiense, quizás el cambio más dramático en la economía local es la mayor importancia que ha adquirido el sector servicios. Si bien las industrias productoras de bienes representan el 29,9% del PIB nacional, el sector servicios es mucho mayor, no sólo emplea a 3 de cada 4 canadienses sino que además genera dos tercios del producto nacional bruto⁸.

Respecto a la industria del video juego, Canadá se ubica dentro de los 10 primeros productores a nivel mundial por delante de Rusia, Brasil y Taiwán por nombrar algunos⁹, con franquicias y títulos más populares incluyendo títulos como Assassin's Creed Series, FIFA World Cup Series, NHL, Mass Effect y Dragon Age¹⁰.

Durante 2015 la industria contribuyó con más de CAN\$3 mil millones a la economía canadiense proyectándose un crecimiento constante en los próximos años. Por ejemplo, creció 38% en el número de estudios activos en el período 2012-2014. Los empleos generados por la industria también crecieron considerablemente con una tasa de 24% en el mismo periodo¹¹.

En 2015, la industria canadiense completó alrededor de 1.280 proyectos de juegos de video. La mayor parte de estos fueron para plataformas móviles (66%), lo que representa un crecimiento de 43% con respecto a 2013. Lo que coincide con el crecimiento en el desarrollo para móviles en general. Las consolas con 13% y plataformas web con 8% son los otros sectores con más proyectos desarrollados durante el período.

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

³ Fuente: Fuente: Playing for the future. The Critical Role of Skills for Canada's Video Game Industry. Marzo 2016

⁴ Statistics Canada, CANSIM Table 380-0064.

⁵ Annual Economic Indicators, Department of Foreign Affairs, Trade and Development Canada (DFATD)

⁶ Fuente: <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140509/dq140509b-eng.htm>

⁷ Statistics Canada, CANSIM, table 051-0005.

⁸ Fuente: The World Factbook

⁹ Fuente: www.newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/

¹⁰ Fuente: Playing for the future. The Critical Role of Skills for Canada's Video Game Industry. Marzo 2016

¹¹ Fuente: Playing for the future. The Critical Role of Skills for Canada's Video Game Industry. Marzo 2016

Canadá es un país desarrollado, que figura entre las naciones más ricas del mundo, y presenta un entorno político y socioeconómico estable.

A nivel político, es una monarquía constitucional dependiente de la Corona Británica, por lo que la autoridad máxima es la Reina Isabel II de Inglaterra, quien es representada localmente por el Gobernador General. En tanto, el Jefe de Gobierno es el Primer Ministro, rol en el que actualmente se desempeña Justin Trudeau, líder del partido Liberal.

Al analizar el escenario económico del último tiempo, Canadá no ha estado al margen de la desaceleración económica mundial. No obstante, los indicadores exhiben una tendencia de recuperación, dejando en evidencia que la economía canadiense se mantiene resiliente a la crisis de la Zona Euro y al entorno económico de EE.UU., su principal aliado comercial.

Finalmente, cabe mencionar que en un horizonte de corto a mediano plazo, no se vislumbran cambios estructurales en el modelo económico canadiense, ni mayores amenazas al sector servicios, como eventuales impuestos adicionales o barreras regulatorias de distintas índoles.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

Específicamente en el sector de videojuegos se puede destacar ciertas ventajas tanto a nivel federal como provincial. Para las provincias de Quebec, Ontario y British Columbia, el gobierno provincial da créditos reembolsables en impuestos las que, en gran medida, han ayudado al desarrollo de la industria en los últimos años a posicionarse dentro de las más importantes a nivel mundial.

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

Existen instituciones como Export Development Canada (EDC)¹² que proveen apoyo financiero a empresas canadienses con operaciones en mercados internacionales, mediante instrumentos como seguros contra incobrables, seguros para activos contra riesgo político del país, distintos tipos de financiamiento de exportaciones y garantías para clientes extranjeros. Adicionalmente, EDC¹³ promueve la inversión directa canadiense en el extranjero y la inversión extranjera hacia Canadá, actuando conjuntamente con otras instituciones financieras y con el Gobierno de Canadá.

Por otra parte, el Canadian Media Fund (CMF), agencia no gubernamental regulada por el Ministerio del Patrimonio Canadiense, financia la creación de contenidos para distintos medios. En su constante búsqueda para encontrar soluciones innovadoras, apoya la coproducción y el desarrollo de los contenidos con varios socios internacionales. Para ello, el CMF maneja un fondo de coproducción con organizaciones de financiamiento en distintos países para fomentar el desarrollo de la creación de proyectos innovadores a través de fondos comunes en los cuales debe haber al menos un canadiense y un productor internacional¹⁴.

Otro factor que se debe tener en cuenta, pese a no ser un apoyo financiero directo, es que ante la dificultad en Canadá para encontrar profesionales especializados en áreas técnicas tales como animación, tecnología móvil y

¹² Export Development Canada (EDC): www.edc.ca

¹³ Export Development Canada (EDC): www.edc.ca

¹⁴ Más información puede ser encontrada en: www.cmf-fmc.ca/funding-programs/experimental-stream/international-coproduction-and-codevelopment-incentives-experimental/1/

otras que mezclen temas técnicos y artísticos, tales como diseñador de interfaces, la industria hace uso de distintos instrumentos disponibles para la contratación de empleados internacionales teniendo en cuenta la constante demanda interna de talento con experiencia.

La industria del video juego canadiense utiliza con mucha frecuencia programas tales como las Visas temporales para Extranjeros (TFW), donde muchos de los contratados con este tipo de visas derivan en solicitudes para ser Residentes Permanentes y luego ciudadanos canadienses. Se puede mencionar que en la actualidad 13% de la mano de obra de la industria son TFW¹⁵.

6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

El gobierno de Canadá compra aproximadamente \$16,05 CDN mil millones en bienes y servicios cada año. La compra y venta de servicios públicos y/o relacionados con el gobierno canadiense están determinadas por el departamento de Trabajos Públicos Y Servicios (Publics Works and Government Services Canada), donde las empresas deben registrarse para ser proveedores del gobierno. Para mayor información, visitar la página web: www.buyandsell.gc.ca.

En lo relacionado a la industria del video juego, no se detectaron políticas o normativas relacionadas con la compra de este servicio a nivel federal o provincial.

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

La infraestructura comunicacional canadiense es muy importante para los habitantes otorgándoles la posibilidad de participar de la vida económica, cultural y social dentro del país. A continuación se presentan algunas de las cifras recogidas del estudio Communications Monitoring Report de 2013 el cual menciona que, del total del gasto individual, los canadienses gastaron más en servicios telefónicos inalámbricos (36%), que en televisión (19%) y telefonía residencial (17%).

En promedio, durante el 2013, los canadienses desarrollan cuatro o cinco actividades comunicacionales simultáneamente. Por ejemplo, pueden tener una conversación con su teléfono residencial, mirar la televisión, navegar en internet y utilizar su teléfono celular al mismo tiempo.

Alrededor de un 20,4% de los canadienses posee un celular como única forma de servicio telefónico. En 2012, la cifra era de 15,7% lo que significa un aumento considerable (Statistics Canada, Residential Telephone Service Survey 2014). Respecto a la conexión internet, cabe señalar que se calcula que alrededor de un 89% de la población tiene acceso a ella¹⁶.

La CRTC, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, guiada por su mandato, busca asegurar que los canadienses tengan acceso a un sistema de comunicaciones de clase mundial. Este objetivo está sostenido bajo tres pilares: crear, conectar y proteger.

8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios

¹⁵ Fuente: Playing for the future. The Critical Role of Skills for Canada's Video Game Industry. Marzo 2016

¹⁶ Fuente: www.newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/

Canadá posee una gran preocupación por el desarrollo cultural e intelectual de su población por lo que destaca la gran variedad de beneficios que favorecen el desarrollo de las industrias creativas en general.

Como se explicará más adelante, las perspectivas para el desarrollo de la industria canadiense de video juegos son ambiciosas. Sin embargo, dado la alta competencia internacional, está en constante búsqueda de nuevos talentos que aporten para seguir contribuyendo al desarrollo de la industria a nivel internacional. Hay falencias en temas creativos y técnicos que son buscados constantemente en el extranjero.

IV. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

En las siguientes secciones se mencionará, mayoritariamente, los resultados presentados en la encuesta encargada por la Entertainment Software Association of Canada (ESAC)¹⁷ y publicada en 2015 por la empresa Nordicity¹⁸, la cual cuenta información detallada del sector y es presentada como fuente de información oficial de la industria del video juego en Canadá.

La industria del video juego en Canadá crece rápidamente acercándose a la industria del cine y la televisión en cuanto a su contribución a la economía local. Es así que la Entertainment Software Association of Canada comenta que la industria gastó alrededor de CAN\$2,35 mil millones en la producción durante 2014, acercándose a lo gastado por la industria cinematográfica la cual gastó CAN\$2,67 mil millones en el mismo año, de acuerdo a lo señalado por la Canadian Media Production Association.

En el informe anual sobre el estado de la industria, ESAC comenta que ella emplea directamente a 20.400 personas en todo el país con un sueldo promedio de CAN\$71.300 anuales. Siendo 31 años el promedio de edad de ellos en alrededor de 472 estudios activos. Los estudios más grandes, tales como Electronic Arts, Ubisoft and Activision Blizzard, son los que concentran una mayor cantidad de empleados.

Los estudios canadienses han producido títulos de primera línea a nivel mundial, tal es el caso de Bioware en Edmonton con "Dragon Age: Inquisition", Ubisoft en Montreal con "Assassin's Creed Syndicate" y Capcom de Vancouver con "Dead Rising 3."

Quebec es la provincia más importante en Canadá para el desarrollo de video juegos, sobre British Columbia y Ontario, actuando como 'hub' y concentrando a más de la mitad de los empleados a nivel nacional y con un total \$1,14 mil millones en gastos anuales.

Los juegos desarrollados para móviles concentran el 31% de los ingresos, un 20% más que 2013, siguiendo la tendencia mundial donde los consumidores se alejan de las consolas las cuales concentraban las ventas en la década pasada.

¹⁷ Más información en: www.theesa.ca

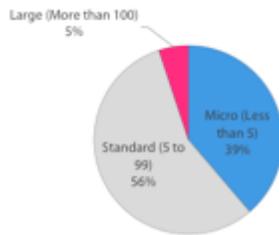
¹⁸ Más información en: www.nordicity.com

Las ventas de video juegos para consolas, tales como Sony PlayStation 4 o Microsoft Xbox One, pese a concentrar el 35% de los ingresos del sector han decaído un 32% en comparación a 2013. Los juegos para computadores siguen estables aportando un cuarto de los ingresos del sector.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

De acuerdo a los resultados de la ESAC Industry Survey 2015¹⁹ la industria del video juego en Canadá está conformada por empresas medianas, entre 5-99 empleados. Estos resultados significan un crecimiento en el tamaño de las empresas con respecto a las estadísticas 2013 donde un 54% de ellas eran conformadas por 1-4 empleados y las medianas correspondían a sólo un tercio del total.

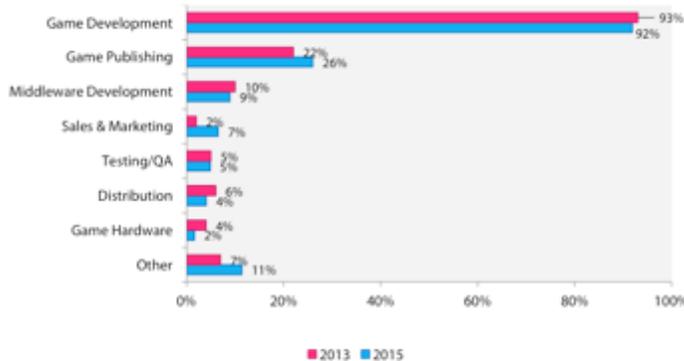
Figure 7 – Video game companies, by size (universe)



Source: ESAC Industry Survey 2015
N= 123

Por otro lado, la misma encuesta muestra que un 92% de las empresas del sector están relacionadas con el desarrollo de video juegos, lo que no ha cambiado desde 2013. Por otra parte, cerca de un cuarto de las empresas están relacionadas con la publicación de juegos lo que equivale a un aumento de 4 puntos comparado a 2013.

Figure 13 – Lines of business (frequency by % of respondent companies)

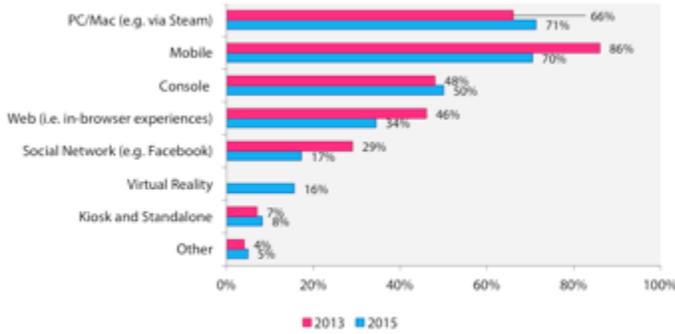


Source: ESAC Industry Survey 2015
N= 121

En cuanto al desarrollo de video juegos para las plataformas, el siguiente cuadro muestra los cambios ya mencionados donde se observa un aumento en la frecuencia en el desarrollo de video juegos para computadores tipo PC o Mac en desmedro de los desarrollos para móviles. Lo anterior se debe al aumento de la competencia con un alto número de empresas trabajando en el desarrollo móvil, en conjunto con madurez de la industria, lo que probablemente está causando que muchas empresas cambien su enfoque y se alejen de esta plataforma.

¹⁹ Fuente: www.theesa.ca

Figure 14 – Platforms (frequency by % of respondent companies)



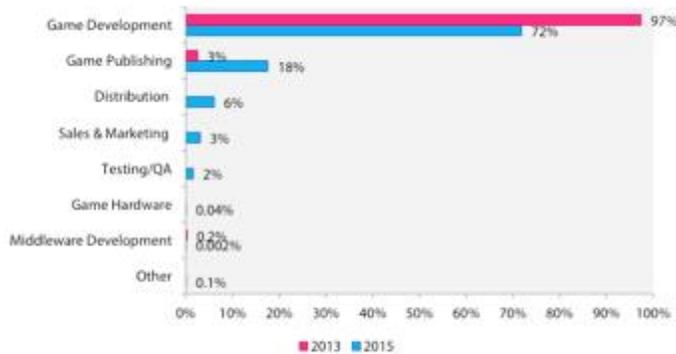
Source: ESAC Industry Survey 2015

N= 122

Note: Virtual Reality was not an available option in the 2013 survey.

El siguiente cuadro muestra que la mayor fuente de ingresos para las empresas del sector es el desarrollo de juegos de video con un el 72% de los ingresos del sector en 2015. Lo anterior representa un retroceso si se considera que en 2013 esta actividad era responsable del 97% de los ingresos. Por el contrario, la actividad que más aumentado en cuanto a los ingresos son los Game Publishers (publicadores de juegos) que subieron de 3% al 18% en el mismo periodo. Lo anterior demuestra el desarrollo que ha tenido la industria al abrirse a nuevas formas de negocios.

Figure 41 – Video game sales revenue by line of business, 2013 and 2015 compared



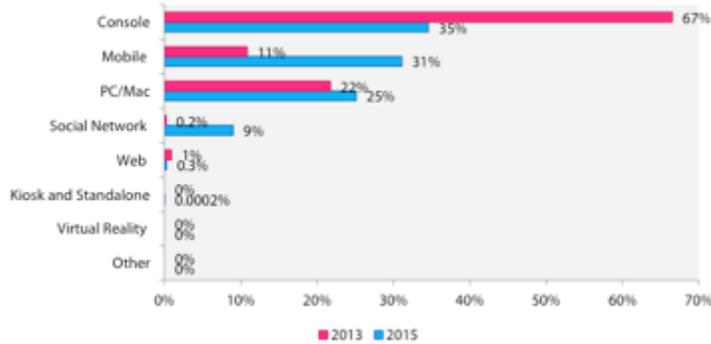
Source: ESAC Industry Survey 2015

N=51

3. Dinamismo de la demanda

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta publicada por Nordicity, se explica que gran parte de las ventas que genera el sector provienen de la venta de video juegos para consolas con cerca del 35% del total, una baja si se compara que el 2013 correspondían a un 67%. Las compañías que han aumentado su participación son las desarrolladoras de video juegos para equipos móviles, con 31% de los ingresos en 2015. La siguiente figura entrega más información sobre las ventas y sus comparativos con respecto a 2013.

Figure 42 – Video game sales revenue by platform, 2013 and 2015 compared

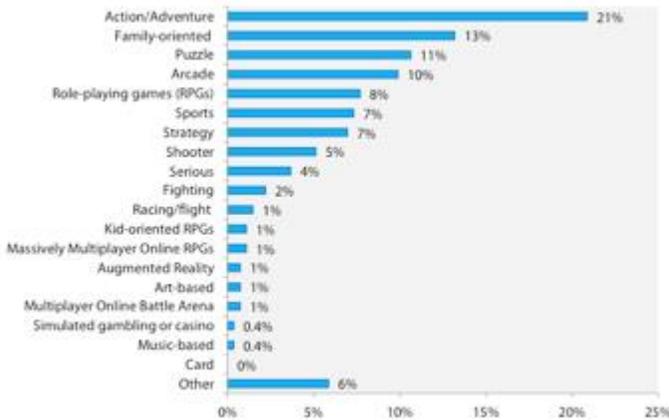


Source: ESAC Industry Survey 2015
N = 51

En Canadá los juegos de acción y aventura son los que poseen un 59% de los ingresos generados por el sector. Por otro lado, si a la categoría anterior se suma los juegos orientados a la familia y de disparos (o shooters), estos acaparan el 87% de los ingresos del sector. Sin embargo, se debe tener en cuenta que si se toma el total de proyectos realizados estos aparecen bien balanceados. Un dato relevante es que los juegos de disparos o shooter corresponden al 5% del total de proyectos desarrollados en 2015 pero generan el 14% de los ingresos.

El siguiente cuadro, representa la distribución de géneros desarrollados por la industria del video juego canadiense:

Figure 20 – Number of projects completed by genre

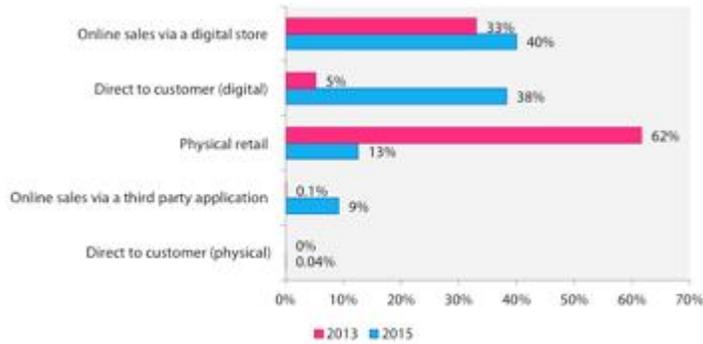


Source: ESAC Industry Survey 2015
N = 55

4. Canales de comercialización

La encuesta realizada por la Entertainment Software Association of Canada menciona que el cambio más significativo del sector en temas de comercialización de productos en los últimos dos años es la digitalización del canal, convirtiendo las descargas directas la principal fuente de ingresos. Por otro lado, se observa un retroceso considerable en las ventas físicas de video juegos, las que pasaron de 62% en 2013 a sólo un 13% en 2015. Otro dato a tener en cuenta es el crecimiento del canal de ventas digitales a través de tiendas digitales con un 40% de los ingresos.

Figure 44 – Video game revenue by sales channel, 2015

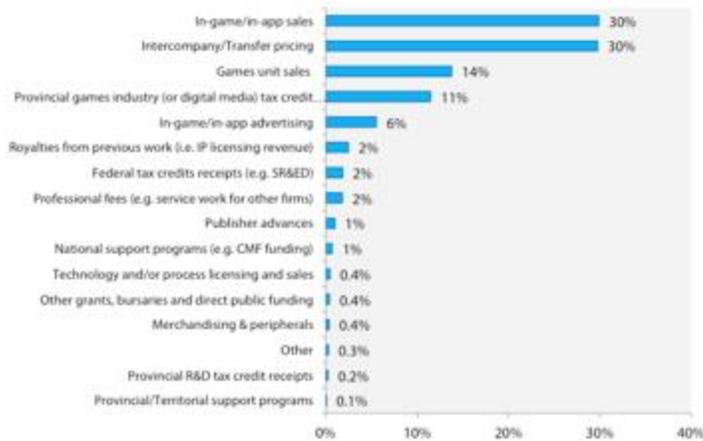


Source: ESAC Industry Survey 2015
N = 51

La clave en la venta digital está en el servicio donde permite tener productos actualizados con compras que se realizan en el momento mismo que se está jugando, denominados in-game en cualquier plataforma, destacando como la primera fuente de ingreso. Otro factor que influye en el incremento de las ventas digitales es el aumento del desarrollo de juegos para móviles.

La siguiente figura presenta los ingresos generados por cada fuente:

Figure 40 – Total revenue by source



Source: ESAC Industry Survey 2015
N = 58

5. Principales players del subsector y empresas competidoras

Los principales estudios desarrolladores de video juegos de Canadá se encuentran en las provincias de Quebec, British Columbia y Ontario con casi el 80% de las empresas del sector. Quebec es por lejos la que acoge a la mayor cantidad de empresas que desarrollan video juegos a nivel nacional, un 29,4% siendo casa de 14 estudios de nivel mundial, con un gasto anual cercano a los CAN\$1,14 mil millones y empleando a más de 11 mil personas. Luego sigue British Columbia con 27,1% del total de los estudios a nivel nacional, donde 4 de ellos son estudios considerados grandes, con gastos anuales cercanos a CAN\$576 millones y 2.500 puestos de trabajo. Finalmente, Ontario con 22,9% de los estudios, 3 de ellos grandes, y un gasto anual de CAN\$264 millones y 5.500 trabajadores.

La siguiente figura presenta un comparativo entre las principales provincias en Canadá desarrolladoras de video juegos:



Dentro de los principales estudios en Canadá se puede mencionar BioWare en Edmonton, Alberta, Other Ocean Interactive en Prince Edward. EA Canada se encuentra ubicado en Burnaby, British Columbia donde se desarrollan grandes títulos como FIFA y Need for Speed, además EA Canada posee otros estudios ubicados en Charlettetown, Edmonton, Kitchener y Montreal. Vancouver también acoge a Rockstar Vancouver como un de los motores de la escena en conjunto con su otra oficina en Toronto. Montreal en la provincia de Quebec se destaca por acoger a uno de los grandes estudios indie a nivel mundial, UBISOFT, que destaca con creaciones tales como Far Cry y Assissin’s Creed. La instalación de UBISOFT en Montreal atrae a otros desarrolladores internaciones para hacer de esta ciudad su sede y seguir contribuyendo para convertirla en la capital del video juego en Canadá, tal es el caso de Warner Brothers Interactive²⁰.

6. Marco legal y regulatorio del subsector

En Canadá, los creadores y sus creaciones están protegidas por el Acta Canadiense sobre la propiedad intelectual (R.S.C. 1985, c. C-42, también denominada Canadian Copyright Act). Sin embargo, no existe una ley o acta que regule específicamente a los desarrolladores de video juegos y sus creaciones, por lo que el Acta Canadiense sobre la propiedad intelectual es la que protege los elementos presentes en ellos.

Uno de los elementos más importantes presente en un video juego es el código del mismo, siendo la esencia del video juego dado que entrega las instrucciones usadas en una máquina para entregar un resultado determinado, pudiendo estar protegido también como una obra literaria bajo las leyes canadienses. Otras partes esenciales de los video juegos son el trabajo cinematográfico, composiciones musicales, grabaciones, etc., por esta razón los video juegos pueden ser clasificados como “compilaciones” bajo el Acta al proteger “cada pieza original literaria, dramática, musical y artística”²¹.

²⁰ Fuente: www.en.wikipedia.org/wiki/Video_gaming_in_Canada

²¹ Fuente: The Legal Status of Video Games: Comparative Analysis in National Approaches. WIPO 2013

Además, otra clasificación que se le puede dar a los video juegos es la de “trabajos colectivos” debido a que puede tratarse de distintas piezas desarrolladas por autores distintos que se van ensamblado para crear un producto.

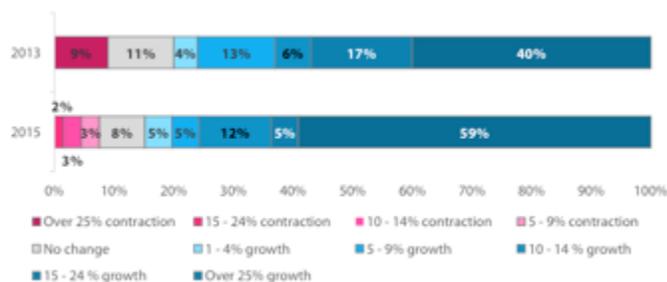
Finalmente, es la [Entertainment Software Ratings Board](#) (ESRB) es quien clasifica en Canadá los video juegos de acuerdo a los criterios establecidos en temas de violencia y contenido para adultos. Cada juego vendido en Canadá debe contar con la clasificación de la ESRB que indica si el contenido puede ser problemático.

7. Tendencias comerciales del sector

En los recientes años, la tendencia mundial en el desarrollo de video juegos ha estado siendo llevada por el constante crecimiento en el desarrollo del mercado para plataformas móviles, plataforma que comienza a mostrar señales de estancamiento al haber alcanzado cierta madurez. Esta realidad, en conjunto a los inesperados positivos resultados en el lanzamiento de las nuevas consolas a finales de 2013, ha provocado una disminución en el desarrollo de juegos para plataformas móviles y un aumento en el desarrollo de juegos para consolas de última generación. Los juegos como un servicio, con posibilidades de ser personalizarlos durante una partida, y la participación en el desarrollo de videojuegos través de campañas de crowdfunding son otras variantes que influyen en el desarrollo del sector. Además se percibe como una tendencia de alto crecimiento el concebir los video juegos como un deporte donde muchos disfrutan ver jugar a un jugador profesional, ya sea en línea o presencial, en eventos tales como campeonatos o partida simple. Finalmente, está el empuje que le puede dar al sector los desarrollos de video juegos en realidad virtual o aumentada.

De acuerdo a distintos actores de la industria, no debería ser extraño que la industria canadiense de video juegos siga manteniendo plena confianza en el futuro de la misma. Como se muestra en la siguiente figura, un 59% de los encuestados esperan tener un crecimiento de sus ingresos en un 25% en los próximos 12-24 meses, con 86% de ellos que espera algún crecimiento. Lo anterior, ilustra un positivo escenario comparado a 2013 donde sólo un 40% de las empresas esperaba un crecimiento mayor al 25%. Por otro lado, sólo un 8% de los encuestados espera tener algún tipo de contracción en el futuro.

Figure 48 – 12-24 month projected revenue growth (% of respondent companies)



Source: ESAC Industry Survey 2015
N=66

De alguna manera, se espera que el crecimiento de los ingresos venga de la mano del desarrollo de nuevas plataformas tales como la realidad aumentada, y nuevos modelos de negocios tales como los video juegos como servicios. El incremento de las consolas en nuevos mercados, tales como China, puede también entregar un positivo escenario para los realizadores canadienses.

Los mayores desafíos seguirán siendo temas tales como el apoyo del gobierno a través de los créditos de impuestos (federales y provinciales), la piratería y clonaje, el nivel de internacionalización de la competencia,

además de la fortaleza del dólar canadiense. Temas como el acceso a talento y contratación extranjera, como el tiempo que demoran los procesos de inmigración, son percibidos con mediano impacto en la industria.

V. Competidores

1. Principales proveedores externos

Se debe tener en cuenta que la industria canadiense de video juegos, al igual que su competencia a nivel mundial, están en constante búsqueda de talentos, artísticos y técnicos, y para ellos se apoyan en las herramientas disponibles para la contratación extranjera.

Las estadísticas entregadas por la encuesta resalta que un 72% que de los encuestados respondió haber realizado nuevas contrataciones en 2015. A pesar que la gran mayoría de ellas se realizaron localmente, la industria depende de la contratación extranjera para satisfacer sus necesidades más específicas.

De acuerdo a los resultados entregados por la encuesta, se menciona que uno de los entrevistados destaca la falta de madurez y experiencia de la industria local para seguir siendo competitiva a nivel mundial lo cual en gran medida está dada por la juventud de la misma si se le compara con las industrias de otros países. Es así que las contrataciones extranjeras para trabajar en el mercado local representan el 9% del total siendo principalmente de los Estados Unidos, el Reino Unido y Europa.

Table 13 – Total new hires in 2014 (all employment categories)

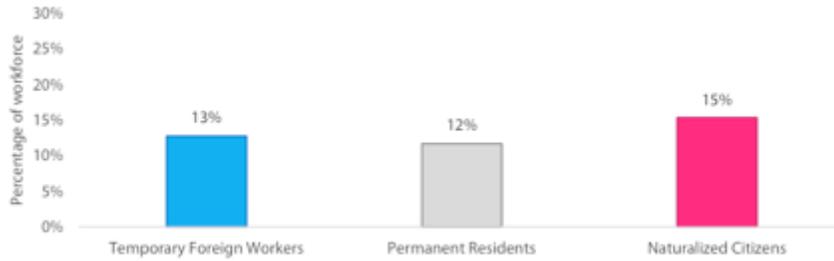
	Number of hires	% of new hires
Hired locally	1790	72%
Hired from other parts of Canada	481	19%
Hired from outside of Canada	230	9%
All hires	2501	100%

Source: ESAC Industry Survey 2015
N=43

Además, como se mencionó anteriormente, al ser una industria altamente especializada, existen profesionales de ciertas áreas que son difíciles de encontrar en Canadá, al igual que el resto del mundo. Es por lo anterior que la industria utiliza varios de los instrumentos disponibles para contratar empleados internacionales teniendo en cuenta la constante demanda interna.

La industria del video juego canadiense utiliza con mucha frecuencia los programas de Visas temporales para Extranjeros (TFW), donde muchos de los contratados con este tipo de visas derivan en solicitudes para ser Residentes Permanentes y luego ciudadanos canadienses. Se puede mencionar que en la actualidad 13% de la mano de obra de la industria son TFW.

Figure 37 – Percentage of total current workforce by citizenship/immigration status



Source: ESAC Industry Survey 2015
N =46

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

El mayor obstáculo que enfrenta la industria del video juego chilena para penetrar el mercado canadiense es el desconocimiento de la oferta chilena en este mercado, aun cuando personalidades de la industria destacan el tener conocimiento de la instalación en Chile del estudio Behaviour²² empresa que tiene su casa matriz en Montreal.

Otra materia que se debe tener en cuenta son las regulaciones internas a la contratación de profesionales que deseen prestar sus servicios o ser contratados en territorio canadiense. Lo anterior es factible, dada las necesidades de la industria local, además de contar con un proceso claro sobre la contratación extranjera en áreas muy específicas y difíciles de encontrar en el mercado laboral canadiense.

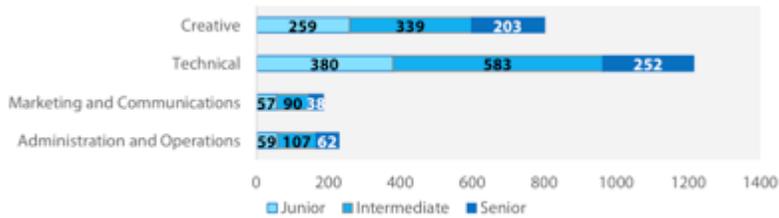
Por otro lado, como destacan distintos actores del sector en Chile, el posicionamiento de los videojuegos chilenos en los mercados internacionales es muy incipiente. Además, existen restricciones de financiamiento (capital de riesgo) dados los altos costos y tiempos de desarrollo involucrados (1 año o más, en el caso de consolas y juegos de PC). Lo anterior, ligado a la poca experiencia de gestión para la comercialización de los juegos desarrollados en Chile, hace que la competencia ante los grandes países con alta inversión en I+D sea compleja haciendo cada vez más importante el apoyo que puedan brindar distintas instituciones, incluyendo ProChile, sobre todo teniendo en cuenta el capital humano disponible con habilidades para el desarrollo de software.

VII. Indicadores de demanda para el servicio

²² Más información: www.bhvr.com

Basados en los resultados entregados por la encuesta realizada por Nordicity, la industria seguirá creciendo en la demanda de profesionales relacionados al área. Como se presenta en el siguiente cuadro, se prevé un crecimiento en todas las categorías y niveles en los próximos 12-24 meses, donde se necesitarán alrededor de 835 técnicos en mandos medios y altos y cerca de 540 creativos en los niveles intermedios y sénior. El siguiente cuadro muestra la demanda proyectada para futuras contrataciones.

Figure 39 – 12-24 month projected future hires, by employment category, by level of seniority



Source: ESAC Industry Survey 2015
N = 49

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

De acuerdo a distintas publicaciones en la que Jayson Hilchie, Presidente y CEO de ESAC, ha mostrado su posición al reforzar muchos de los puntos ya tratados en este informe, tales como el positivo impacto que posee la industria del video juego en la economía canadiense. Además, apunta a lo altamente calificada, bien remunerada y la manera en que emplea a muchos talentos canadienses. Concluyendo que Canadá demuestra su compromiso con la creación de trabajos prósperos, exportando creatividad al mundo y liderando la nueva economía del futuro.

En otra declaración, publicada en Fuente: *Playing for the Future – The Critical Role of Skills for Canada’s Video Game Industry*, Hilchie deja en evidencia los desafíos de la industria de video juegos canadiense al mencionar que la búsqueda de trabajadores calificados y con experiencia en programación, diseño de juegos, análisis de datos y animación son las áreas más sensibles al existir poca oferta interna. Concluyendo que existe una oportunidad tanto para el sector privado como para el Gobierno para encontrar soluciones de largo plazo para desarrollar habilidades digitales entre los ciudadanos canadienses, además de soluciones de corto plazo que permitan traer talento extranjero que impartan técnicas y habilidades innovadoras²³.

Se puede mencionar también el estudio desarrollado por Dawson Strategic | Advocacy-Oriented Policy Research²⁴, donde menciona que el futuro de la industria del video juego en Canadá depende de su habilidad para mantener su liderazgo cultivando un rico y robusto abanico de talentos domésticos. Como otras industrias de alta tecnología, la industria del video juego en Canadá continúa requiriendo líderes en los niveles intermedios y sénior para preparar y liderar equipos compuestos principalmente de canadienses. Para alcanzar esta meta, el estudio propone 3 pilares de desarrollo²⁵: una estrategia nacional para el desarrollo de habilidades computacionales y digitales, desarrollo de políticas y programas donde los interesados sean parte activa en el desarrollo de las

²³ Fuente: www.itbusiness.ca/news/canadian-video-game-industry-to-create-1377-jobs-in-2016-2017-survey/61660

²⁴ Fuente: www.itbusiness.ca/news/canadian-video-game-industry-to-create-1377-jobs-in-2016-2017-survey/61660

²⁵ Fuente: *Playing for the Future – The Critical Role of Skills for Canada’s Video Game Industry*

habilidades computacionales y digitales, además de establecer una fuerte asociación para el trabajo entre las provincias canadienses.

Finalmente, Fernando Rojas, miembro del directorio de VG Chile, y Fanny González, del Departamento de Industrias Creativas de ProChile, coinciden en mencionar que una de las vías de ingreso al mercado canadiense es la participación en la feria Montreal International Game Summit (MIGS), luego de la primera y exitosa participación de la delegación chilena en 2015²⁶. MIGS forma parte del circuito de promoción de la industria del video juego chilena desarrollada por ProChile.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

En Canadá, durante el 2015, la industria del video juego continuó creciendo sin vislumbrarse señales de un retroceso. Se cree que la industria canadiense seguirá recibiendo a los grandes estudios a nivel mundial no sólo para fortalecerla sino que también ayudarán a perdurarla. Grandes eventos internacionales como el Canadian Videogame Awards, Fan Expo Canada, ComiCon, MIGS ayudan a promover la industria estimulando su crecimiento.

Respecto a la oferta chilena, existe un alto desconocimiento de la historia y casos de éxito que han tenido los profesionales chilenos. Esta brecha disminuyó, en cierta, medida luego de la participación chilena en la feria MIGS en Montreal del 2015. Es por esto que la primera recomendación es mantener la participación en este evento para seguir creando un acercamiento entre la oferta chilena y la demanda canadiense.

Se comparte la visión de los encargados del sector dentro de ProChile en cuanto a posicionar Chile como país exportador de productos digitales tan especializados como los videojuegos, con altos componente de creatividad, innovación y valor agregado, facilitando la apertura de opciones de inversión en Chile para grandes empresas extranjeras.

X. Fuentes de información (Links).

Principales fuentes de información en el mercado canadiense:

- [The Canadian Media Fund \(CMF\)](#) – es una ONG que entrega más de CAN\$375,2 millones anuales para financiamiento de las industrias digitales. Se debe tener en cuenta el área experimental en el cual hay oportunidades de coproducción.

²⁶ Fuente: Entrevistas realizadas en Montreal durante MIGS15.

- [The Ontario Media Development Corporation \(OMDC\) Interactive Digital Media Fund](#) – fondo para la creación de nuevos productos digitales
- [Indie Fund](#) – Fondo privado creado por veteranos de la industria del video juego
- [Execution Labs](#) – incubadora y aceleradora de negocios con base en Montreal.
- [Digital Media and Gaming Incubator](#) – creada por el George Brown College, el programa ofrece espacios de trabajo a bajo costo, como así también servicios asociados para el desarrollo de negocios, tecnología y recursos humanos.
- [GamePlay Space](#) – espacio de co-working para la industria del video juego en Montreal.
- [Bento Miso](#) – espacio de co-working para la industria del video juego en Toronto.
- [Nordicity](#) – información de mercado sobre distintas áreas de las industrias creativas.
- [Entertainment Software Association of Canada \(ESAC\)](#) – Asociación gremial de la industria del video juego en Canadá.
- [Alliance Numérique](#) – Red de la industria de desarrolladores digitales interactivos de Quebec.
- [MTL GS](#) – Directorio de estudios de la provincial de Quebec.

Ferias Relacionadas al sector video juegos

- [CanGames](#) – Ottawa, ON
- [GottaCon](#) – Victoria, BC
- [Hal-Con](#) – Halifax, NS
- [Pure Speculation](#) –Edmonton, AL
- [VCON](#) – Vancouver, BC
- [MIGS](#) – Montreal, QC
- [ConBravo!](#) – Toronto, ON