



VIDEOJUEGOS:
OPORTUNIDADES DE
URUGUAY EN ASIA
PACÍFICO

Bachino, Bianco, Olivera

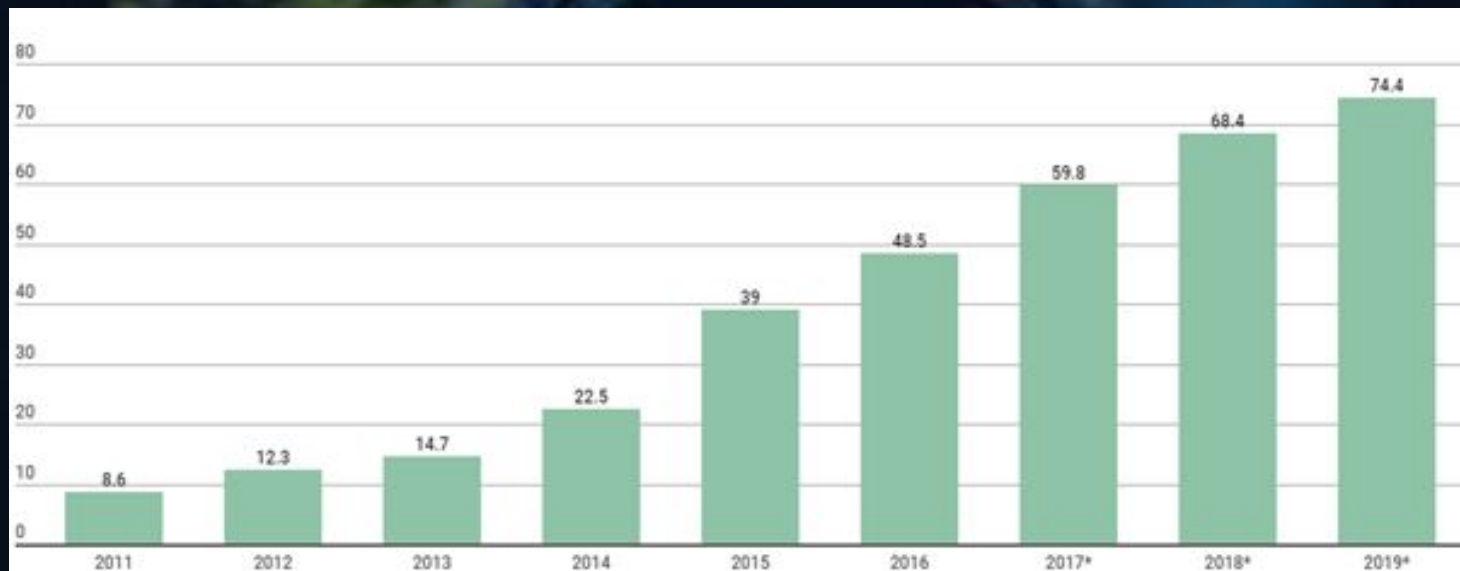


Objetivos

- Analizar la industria de videojuegos uruguaya
- Estudiar los mercados de China, Japón y Corea del Sur
- Definir los desafíos y oportunidades en dichos mercados para la exportación uruguaya



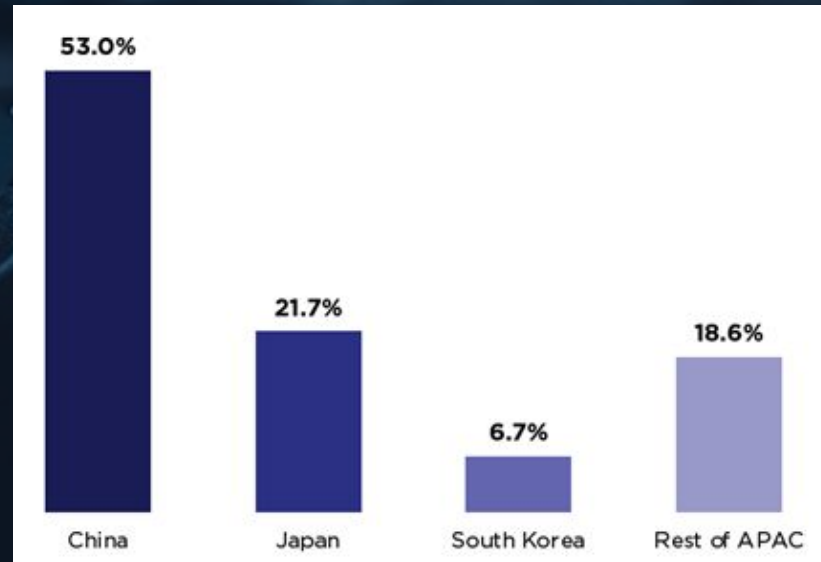
Valor del mercado de videojuegos para móvil en US\$ miles de millones



Fuente: Capcom e International Development Group, extraído de WePC.com (2019)



Ganancias de videojuegos para móvil por país de Asia Pacífico, 2021



Fuente: NewZoo & Mintegral, 2019



1.

VIDEOJUEGOS

Proceso de creación y valor agregado

“

*“Software creado para el
entretenimiento
en general y basado en la interacción
entre una o varias personas, mediante
un aparato
electrónico que (lo) ejecuta”*

(Nintendo.com, 2019)

Etapas



Pilares del juego

Prototipo

Pre-producción

Producción

Producto Alfa

Seguimiento

Opportunities



2.

ASIA PACIFICO

Industria de videojuegos



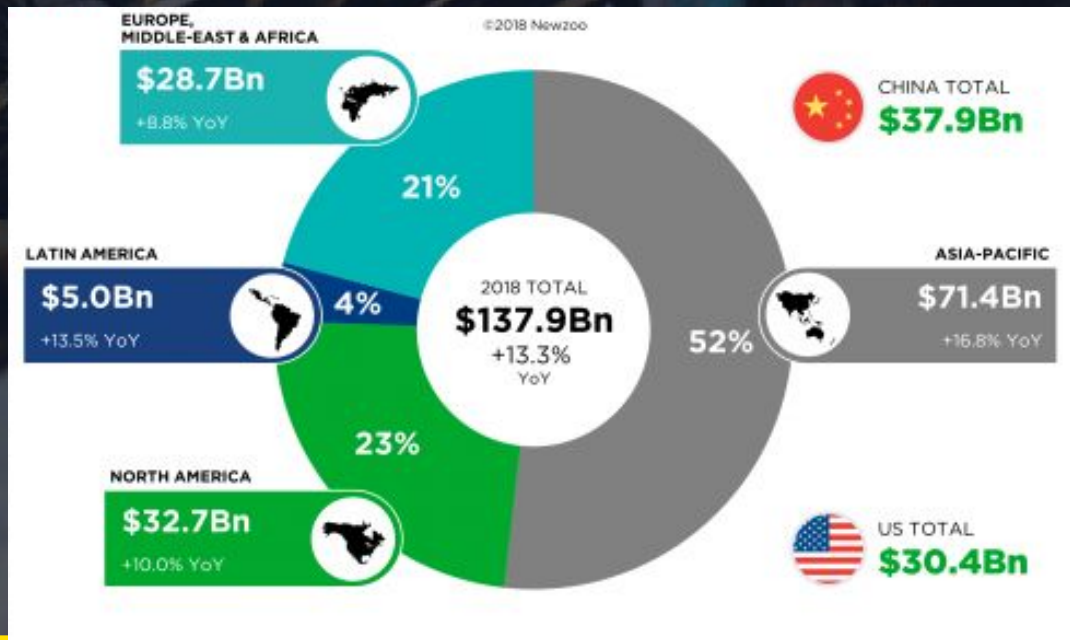
Datos generales

- 2.882 millones de usuarios de telefonía móvil
- 50.7% de los usuarios de internet a nivel mundial
- Población: 1.556 miles de millones (China, Japón y Corea del Sur)

Industria de videojuegos en Asia Pacífico



Mercados con mayor participación en la industria de videojuegos
(Fuente: NewZoo)





2.1 CHINA



- 728 millones de usuarios, superando a Estados Unidos
- Action Role Playing Games o Multijugador Online Masivos (*MMO*)
- Estrictas regulaciones
- Importancia del *partnering* con locales



2.2 JAPÓN





- Tercer mercado a nivel mundial
- 67 millones de jugadores (2018)
- Alta ganancia promedio por usuario pago
- Consumidor:
 - 63% son hombres de 21 a 35 años
 - Juegos en *smartphones* y *freemiums*
 - Preferencias por juegos de puzzle o pelea



2.3

COREA DEL SUR



- Juegos de rol, acción, estrategia y simulación
- Tiempo de transporte utilizado para jugar
- Diseño del juego
- Población dispuesta a gastar en videojuegos



3.

URUGUAY

Industria de servicios

Exportaciones de servicios no tradicionales:

- 2% en 1990
- 21% en 2015 (2.000 empresas exportadoras)

Servicios globales de exportación **(BPO / ITO / KPO)**

Principales sectores: servicios creativos, financieros, TICs, servicios empresariales y de comercio.



3.1

URUGUAY

Industria de videojuegos



25 empresas

64% menores de 5 años

87% de la producción

Para mercados externos

73% de las empresas

Utilizan sus propios fondos para producir



Organizaciones de apoyo

- MIEM
- Cámara uruguaya de videojuegos (CAVI)
- Mesa de Promoción de la Industria de Videojuegos



4. OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS

Uruguay

OPORTUNIDADES

- Diversificación de la matriz productiva
- Mercados asiáticos con mucho crecimiento y potencial
- RR.HH. y productos de gran calidad



DESAFÍOS

- Diferencias culturales y de consumo
- Tamaño de la industria
- Contacto con representantes locales



A photograph of three people sitting around a wooden table, working on laptops. The scene is dimly lit, with a yellow border framing the image. A yellow speech bubble icon is in the top right corner. The word "Gracias!" is overlaid in large yellow text on the left side.

Gracias!