

La expansión de los videojuegos en el Perú

La industria de los videojuegos en el Perú ha crecido a pasos agigantados en los últimos años debido al incremento de las ventas de equipos para gaming y la participación de los peruanos en torneos nacionales e internacionales de este rubro.

Al respecto, el gerente de Ventas de Acer Perú, Becket Barrionuevo, señala que **según datos de la Asociación Peruana de Deportes Electrónicos y Videojuegos (APDEV), el negocio de los videojuegos generó en Perú US\$ 120 millones en ventas durante 2021. Asimismo, según el estudio Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025 de PwC, los ingresos totales del mercado de videojuegos en el país alcanzarían los US\$ 186 millones para 2025.**

“Otro dato revelador es que, según el estudio TGI 2021 de Kantar Ibope Media, el año pasado, el 61% de los peruanos acostumbraba jugar con videojuegos y el 24% decía que planeaba comprar videojuegos en los subsiguientes 12 meses (es decir, este 2022)”, precisa. En ese sentido, añade que en Perú, el mercado gaming ha triplicado su tamaño desde 2016 y a nivel global ha mantenido su crecimiento.

Es así que, según APDEV actualmente existen 32 empresas registradas de animación y videojuegos a nivel nacional, generando entre 150 y 200 empleos al año en este sector.

Por su parte, el product manager de Market Intelligence GfK Perú, Diego King, afirma que la pandemia trajo consigo cambios en la interacción social de las personas a fin de preservar la salud y una migración al mundo digital.

De esta forma, dijo que, tanto en Perú como en el mundo, hay una mayor cercanía a los videojuegos debido a la explosión del uso de dispositivos móviles. Es así que, en 2022, el 16% de peruanos declaró que juega videojuegos en comparación a solo al 9% de 2021.

“Los gamers tienen tendencias de comprar mucho equipo especializado y enfocado en mejorar su experiencia como consumidores, lo cual abre muchas posibilidades para distintas industrias que contribuyen, desde escritorios especializados hasta sillas ergonómicas y protectores de pantalla para cuidar la vista”, recalca GfK Perú.

Movimiento mundial

Respecto al movimiento mundial de esta industria, Becket Barrionuevo, de Acer Perú, indica que, según el último reporte de Newzoo, el mercado de los juegos alcanzará los US\$ 218.700 millones en 2024. Además, menciona que, de los 3.000 millones de jugadores en el mundo, 2.800 jugarán en un dispositivo móvil.

Asimismo, Barrionuevo refiere que, según Dominio Consultores, en 2021 las ventas de computadoras gamers crecieron 40,6% en comparación con 2020, pasando de 174.841 a 245.858 unidades.

“En este grupo destacó el incremento de las computadoras **gamers** de escritorio importadas, cuyas ventas subieron 335,3% respecto al año previo (1.874 unidades). Las portátiles, por su lado, totalizaron 117.480 unidades, lo que significó un aumento de 48,6% frente al año previo”, explica.

En cuanto a Acer, dice que en la línea **gaming** tuvo un 24,7% del market share en las cadenas principales durante el 2021. En el mercado general de gaming en 2021 creció 48,8%, ubicándose en segundo lugar y la categoría de notebook **gaming** creció 53,9% el año pasado.

¿Qué tendencias se vienen?

Para el presidente de APDEV, Mariano Tapia, definitivamente los eSports que se juegan en el celular es lo que está empezando a despegar. Explica que ello se debe a varios factores. **El primero, es el geográfico, porque el Perú es un país bastante accidentado que no permite que haya buenas líneas de internet. Esto hace que algunos gamer opten por competir en videojuegos de celular.**

El segundo va por el tema económico. Menciona que un smartphone es mucho más barato que una PC Gamer. “Esto ha impulsado muchísimo que en el Perú se juegue o se esté empezando a jugar en el celular, sin dejar de lado la consola”, subraya.

Precisa que una PC Gamer, dependiendo de lo que se quiera

jugar, puede ser básica desde los US\$ 1.600 hasta una más potente que llegue a los US\$ 5.000. No obstante, subraya que en cuanto a precios “el límite es el cielo”.

Por su parte, el product manager de Market Intelligence GfK Perú, Diego King, asegura que los consumidores de juegos de hoy buscan experiencias mucho más realistas. “Por ejemplo, si antes querías jugar un juego de carreras de autos te bastaba con jugarlo en tu PC con tu mouse y teclado. Hoy, si tienes las facilidades adquieres un timón, pedales, palanca de cambio, un soporte para tu asiento y tres pantallas para tener una vista más amplia de la pista de carrera”, explica.

Indica que la mayoría de jugadores busca adentrarse en el juego, por lo que la realidad virtual es una opción muy atractiva para ellos. “Otra tendencia es que suelen adquirir componentes pensando a futuro, es decir, que en un par de años sean compatibles con otros más modernos”, subraya.

King resalta que otro aspecto que se puede observar en el último tiempo, es la creciente popularidad de los streamers, los cuales prueban, comentan y promocionan los nuevos títulos que aparecen en la industria.

Nuevos dispositivos

Sobre los nuevos dispositivos que hay en el mercado, el experto de GfK Perú menciona que hoy están con la novedad de la generación de consolas, siendo las más populares la PS5,

Xbox Series X y S. “Se especula que las próximas consolas en salir al mercado serían la PS5 Pro y las versiones renovadas de la Xbox Series X y S”, adelanta.

Por su parte, Becket Barrionuevo, de ACER Perú, dice que la tendencia hoy es el **metaverso**, uno de los temas más comentados en el mercado de juegos, y el despliegue de la red 5G de telecomunicaciones mejorará la experiencia del juego.

“Y en cuanto a la flexibilidad, la capacidad de la red para procesar juegos en la nube (**cloud computing**), incluso con la máxima sofisticación de la realidad virtual, permitirá experiencias en streaming superiores”, puntualiza.

¿Cuánto se recauda por campeonato?

Diego King, de GfK Perú, explica que los torneos de los videojuegos suelen ser televisados, pero principalmente son transmitidos en plataformas de streaming como Twitch, Facebook Live, Youtube, entre otros.

Por ejemplo, precisa que Dota 2 es un popular juego de estrategia que se juega en equipos de cinco. Valve, desarrolladora del juego, organiza el torneo “*The International*” en el que reúne a los mejores equipos del mundo para que se enfrenten por el título de campeón.

Refiere que, en 2019, el torneo recaudó más de US\$ 30 millones, rompiendo un récord histórico. “El 2020 recaudó US\$ 34 millones y el año pasado US\$ 40 millones, lo que da muestra

de la magnitud de estos eventos y cómo la industria se está volviendo cada vez más grande”, anota.

Este año el torneo se llevará a cabo en Singapur y se hará uso del Singapore Indoor Stadium para la gran final. Así, como este título, existen diversos videojuegos que actualmente tienen competencias en las cuáles se mueven millones de dólares.

Perú a nivel regional

Perú es uno de los países de la región que muestra un crecimiento más sólido en la categoría gaming, destacando el hecho de que es el segundo país con más jugadores profesionales de Dota2 del mundo (solo superado por China) en The International, un torneo global de este videojuego desarrollado por Valve Corporation, señala Becket Barrionuevo, de Acer Perú.

Indica que si se revisan los datos ofrecidos por PwC en el Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025, se ve que en Colombia los ingresos totales por videojuegos alcanzaron los US\$ 189 millones en 2020 y se espera que aumenten a US\$ 289 para el 2025, a una tasa de crecimiento anual de 8,9%.

A su vez, en Argentina, la industria generó ingresos por US\$ 74 millones en 2020. Sin embargo, llegaría a US\$ 120 millones en 2025, creciendo a una tasa anual de 10,2%. El mercado tradicional de ese país se divide en partes iguales entre los juegos de consola y de PC.

En el caso de Chile, este país alcanzó los US\$ 202 millones en el mercado de videojuegos en 2020 y se espera que logre ingresos de US\$ 313 millones en 2025, a una tasa de crecimiento anual de 9,1%.

Cabe señalar que el mercado más grande de la región es el brasileño, con ingresos totales (videojuegos y eSports) que alcanzaron los US\$ 971 millones en 2020. El mercado casi ha duplicado su tamaño en los últimos cinco años y se prevé que el crecimiento seguirá siendo fuerte con ingresos que alcanzarían los US\$ 1.700 millones en 2025, a una tasa compuesta anual del 11,4%.

En el caso de México, el segundo mercado de videojuegos más grande de Latinoamérica, los ingresos totales por videojuegos y deportes electrónicos alcanzaron US\$ 869 millones en 2020 y se espera que alcancen US\$ 1.200 millones para 2025, a una tasa compuesta anual de 6,3%.

Profesionalización de los gamers

Es tanta la proliferación de esta industria que ya se piensa que en la profesionalización de los gamers en un corto a mediano plazo. **“El sector a nivel competitivo viene creciendo y podríamos verlo desde dos perspectivas: la creación de videojuegos y los campeonatos que se realizan para los jugadores”**, sostiene Diego King, de GfK Perú.

Explica que, por el lado de los campeonatos que se realizan,

algunos títulos organizan torneos mundiales periódicamente para los jugadores más hábiles y cuentan con elevadas cifras de dinero que recaudan como premio para los primeros lugares.

Asimismo, agrega que como el sector viene en crecimiento este ha dado pie para su estudio en diversas instituciones educativas.

“Hoy en día podemos encontrar programas y carreras técnicas enfocadas en el desarrollo de videojuegos en centros de estudios como Cibertec, Senati, ISIL, Toulouse Lautrec, entre otros. Del mismo modo, también existen Diplomados para certificarse en gestión de videojuegos”, destaca.

Por el lado de los jugadores, Diego King subraya que aún no existe algún programa de formación profesional. No obstante, refiere que poco a poco la presencia de equipos peruanos en torneos asciende, por lo que, dice que se podría desarrollar en algún momento cursos o programas para esta industria.

A su turno y en esa misma línea, la creadora de contenidos de tecnología, Antonella Aservi, asegura que la tendencia va hacia la profesionalización porque la industria del videojuego no es solamente sentarse a jugar, sino que cada vez engloba más a un universo de profesionales para que se sumen a ese rubro.

“Cuando haces un videojuego necesitas de un guionista, de actores, doblaje, hacer la voz de los personajes, especialistas en diseño, arte, en suma, necesitas de

tecnología para desarrollarlo”, explica.

En ese sentido, menciona que esta industria del videojuego se está posicionando en el mercado como ocurrió en los años 80 con la música que se empezó a profesionalizar. “Ya no es solamente sentarte a jugar por un muñequito que faltaba y que tenía que rescatar a la princesa, ahora estamos viendo que las historias de los videojuegos tienen mecánicas más complejas, tienen física, incluso tienen historias bastante conmovedoras y para eso necesitamos muchos profesionales al respecto”, subraya.

Por ello, indica que la tendencia nos está llevando a que algunas escuelas traten de incluir la creación de videojuegos como una carrera establecida en el país. Señala que, en México, por ejemplo, hay algunas empresas y escuelas que ya la enseñan como el Instituto Universitario Amerike y la Universidad Tecnológica Americana (UTECA) de México que tiene licenciatura en videojuegos.