

El negocio de los videojuegos

25 de febrero de 2022



Autor: José Antonio Díaz Campos

Economista y miembro del equipo de trabajo del Proyecto Edufinet.

Según un informe de Newzoo, consultora de referencia en el sector de los videojuegos, el mercado global de videojuegos generó unos ingresos totales de 175.000 millones de dólares en 2021. En 2024, se estima que esta cifra se eleve a los 218.000 millones, lo que supone casi un 25% de incremento.

Un dato a tener en cuenta es en qué plataforma se produce el consumo de videojuegos, pues esto nos dará pistas de la posible escalabilidad en el número de usuarios o no. Pues bien, según el informe citado anteriormente, la principal plataforma de videojuegos en 2021 fue el móvil, que incluso estuvo por delante de las consolas y que generó ingresos por valor de 79.000 millones de dólares en comparación con los 49.200 de las consolas.

A la vista de la situación y perspectivas, puede parecer un buen sector para emprender, pero antes es

preciso conocer algunos aspectos para poder operar como, por ejemplo, la necesidad de contar con un equipo de personas con altos conocimientos técnicos y artísticos en el desarrollo de videojuegos, lo cual se traduce en un mayor coste en salarios que, en el caso de que el equipo, al menos al inicio, no requiriera de perfiles tan específicos.

Además, como en cualquier empresa de otros sectores, iniciar la actividad tiene un coste nada despreciable, pero es que además en el caso concreto de este sector hay que contar con capital para poder adquirir todo el equipo requerido: *hardware* y *software* necesarios para el desarrollo.

Todo lo anterior por sí solo hace que la situación financiera de partida tenga que ser buena. Pero, además, el patrón de ingresos de una empresa que se dedica a producir videojuegos es muy cíclico, en el sentido de que una gran parte de los ingresos por la publicación de un videojuego se concentra en los meses posteriores al lanzamiento. Por tanto, estamos hablando de un producto cuyo desarrollo ha podido llevar años y que ha tenido unos costes que ha habido que pagar, que luego se recuperarán (siempre que al público le resulte atractivo adquirirlo) en poco tiempo.

A pesar de lo anterior, en la industria están surgiendo nuevas formas de monetización distintas a la clásica de producción y venta del videojuego como son, la monetización “in-game”, por ejemplo, adquiriendo elementos exclusivos que se pueden utilizar en el videojuego o, la inserción de publicidad en el propio videojuego.

No obstante lo anterior y, tras repasar algunas entrevistas a “insiders” del sector, lo preferible no es empezar con el objetivo de constituir una empresa directamente, sino empezar primero como usuario de videojuegos, para adquirir unos conocimientos básicos de la industria para después tratar de progresar y optar a un trabajo como desarrollador en alguna empresa del sector. Tras la adquisición de experiencia, podría considerarse iniciar un proyecto de emprendimiento.

No cabe duda de que se trata de un sector complejo, pero no por ello menos interesante. Las oportunidades que este sector brinda son numerosas. A corto plazo, tenemos la opción del “juego en la nube”, por medio del cual el usuario no tiene que comprar ningún dispositivo específico para acceder a videojuegos, como puede ser una consola. Basta con una conexión a Internet y un dispositivo. Esto elimina una barrera de entrada para el usuario, que supone el desembolso de un importe elevado para la adquisición de la consola y, por tanto, ese dinero lo puede destinar a la adquisición de videojuegos.

A largo plazo, la oportunidad se concreta en el “metaverso”, que todavía está en una etapa muy incipiente. Pero esta cuestión, por sus particularidades, merece ser abordada en otro artículo, por sus repercusiones para el emprendimiento y para la toma de decisiones financieras.

Atribución: Vector de Fondo creado por katemangostar - www.freepik.es