



Invertir en videojuegos no es un juego

Por Mario Valle



Fotos: Neon Agency

La industria de los videojuegos es la más poderosa en el mundo del esparcimiento digital. Con casi 50 años y un crecimiento sostenido durante las últimas dos décadas, es la más rentable en el mercado del entretenimiento interactivo: en el 2003 vendió más que la industria del cine o la música; en el 2008 superó a estas dos en conjunto, y se calcula que para el 2022 triplicará sus ganancias.

Veamos las diferencias entre una película, una canción, un concierto o la lectura de un libro y los videojuegos; los primeros son experiencias unilaterales (emisor-receptor), mientras que los segundos son interactivos. Lo que hicieron fue revolucionar los años inmemoriales de las arcadas de los 70, luego vinieron las primeras consolas y hoy (2020) hay infinidad de aplicaciones y dispositivos que requieren la participación de los usuarios.

Sin hacer menos a otros medios de entretenimiento, este desarrollo tecnológico fue lo que dio sentido a que hace 11 años dejara de trabajar en Electronic Arts, una de las compañías más grandes de videojuegos en el mundo. Invertir en videojuegos es una buena oportunidad en los mercados emergentes de Latinoamérica, el sudeste asiático, el centro este de Europa, el mundo árabe, e incluso el sector hispano de los Estados Unidos. La posibilidad de conquistar otras regiones es lo que me apasiona.

México, por ejemplo, es un mercado en donde juegos como FIFA son muy grandes. Yo fui promotor del 2006 al 2010, cuando dirigí Electronic

Arts en América Latina. Posteriormente me fui a Silicon Valley y a Electronic Arts de Estados Unidos; ahí me di cuenta del potencial de todo lo que tiene que ver con internet, las tecnologías más actuales y la adopción o el número de *smartphones* disponibles en países en desarrollo, donde hay casi 600 millones de personas y 30% de ellas están conectadas a la web.

Indonesia, Vietnam, Malasia, Taiwán y Filipinas se parecen a Brasil, Argentina, México y Chile en términos de comportamiento, ingreso per cápita y diseño de videojuegos, entonces surgen empresas como Unity, con el famoso motor Unreal, y Epic, que son los mismos que hacen Fortnite. Antes una licencia de esas herramientas costaba mil dólares, hoy son absolutamente gratis, y por ello el acceso tecnológico es un proceso de democratización global que ayuda a que haya más emprendedores y desarrolladores independientes.

Ante este prometedor panorama, fundé Altered Ventures, un pequeño fondo de inversión para patrocinar proyectos de manera inteligente, pues las ganancias están aseguradas, particularmente en deportes electrónicos. Hace poco hablé de esto en una TEDx en Toluca, que por cierto es la siguiente gran plataforma de cómputo que se avecina, muy parecida a la revolución que vivimos con los teléfonos celulares, la realidad virtual y la aumentada. Esos son

los tres sectores en los que estamos invirtiendo, en los que ayudamos a los inversionistas a entender el mercado de una manera educada y disciplinada.

Es importante determinar si se va a invertir en una compañía desconocida y con futuro incierto o con un asesor que está enfocado cien por ciento en los videojuegos y en los tres sectores de mayor crecimiento. Altered Ventures primero trabaja en el mercado bursátil, y luego analiza con qué empresas se puede invertir: Electronic Arts, Activision, Nintendo, Microsoft (que hace el Xbox), o Sony, (dueña de Play Station), entre otras. Estamos hablando de patrocinar atletas digitales, equipos de *sports* o un videojuego que lo necesite.

El tiempo en el que alguien puede ver rendimientos es inmediato. La nueva generación de inversionistas es muy parecida en términos demográficos al videojugador promedio: mujeres entre 35 y 39 años; más de 45 por ciento son jugadoras en el sector de mayores de 18 años, casi lo doble que el grupo de varones menores de 18. Por lo tanto, es falso que los más jóvenes acaparan el mercado.

Altered Ventures invierte en dos tipos de talentos: atletas individuales o colectivos y generadores de contenido que pueden ser de Youtube, Twitter, Facebook, o de cualquier otra plataforma. Los *youtubers* son las nuevas caras y representan 60% de la oferta en video, además de que las redes sociales están sirviendo para difundir estos fenómenos interactivos.

Respecto a las aplicaciones científicas, culturales y educativas, hay varias

LA ARENA DIGITAL DE LA PLAZA TOWN SQUARE, EN METEPEC, ES UN EJEMPLO DEL TRABAJO TECNOLÓGICO QUE REALIZA GAMING PARTNERS



Fotos: Mario Valle

opciones muy interesantes y que quizá puedan explotarse más, pero la mayor de los videojuegos tiene que ver con el entretenimiento. En el rubro educativo, soy socio de un grupo llamado Gaming Partners, un *holding* de cinco pequeñas empresas, y una de ellas es Edge, que ha tenido gran vinculación con universidades, gobiernos estatales y municipales, así como sectores preocupados por el desarrollo de la iniciativa privada. En Jalisco, por ejemplo, se creó el programa de emprendimiento 128 bits a partir de una iniciativa gubernamental llamada Ciudad Creativa Digital: 150 estudiantes de carreras afines a la industria del videojuego tuvieron la oportunidad de convivir y aprender de expertos internacionales durante ocho meses. Asimismo, se trabaja con la Universidad Panamericana en México, la Militar en Colombia, el Gobierno de Colombia y con el de Querétaro. 



Mario Valle es de los mexicanos más prominentes de Silicon Valley, orgulloso egresado del Plantel "Ignacio Ramírez Calzada" de la Escuela Preparatoria UAEM. Fue pionero de la industria de videojuegos en América Latina y, por 11 años, ejecutivo de Electronic Arts. Además, lanzó Altered Ventures, empresa de capital de riesgo para los juegos del futuro. Actualmente es miembro del consejo de Gaming Partners y cofundador del Electronic Game Show, el festival de videojuegos con mayor éxito en México.