

Fecha: 05-05-2024

Medio: El Mercurio

Supl. : El Mercurio - Cuerpo B

Tipo: Noticia general

Título: DESDE EL CATÁN AL MAZESCAPE... la industria de los juegos de mesa que se dispara en Chile

Pág. : 10

Cm2: 1.374,0

VPE: \$ 18.048.234

Tiraje:
126.654
Lectoría:
320.543
Favorabilidad:
 No Definida


Un tablero hexagonal, dados y cartas. Hace más de una década, un juego movilizó a la industria de la entretenimiento en Chile. Aterrizado el alemán Catán, una pieza que marcó el estallido de la llamada industria del juego de mesa moderno en el país, en contraposición a los clásicos como el Ludo, Monopoly o Uno.

"Hubo un juego en particular que la rompió y rompió el molde, que fue el Catán", dice el fundador de la importadora y distribuidora Master Games, Juan José Fernández. Un juego de estrategia para tres o cuatro personas, pero que puede sumar un sinfín de extensiones. Desde el 2013 a la fecha se han vendido más de 200.000 unidades del prototipo básico, marcando el boom de la industria. Luego, de hecho, vendría otro catalizador: el Dixit.

Si hace diez años las ventas del sector eran del orden de US\$ 2 millones, hoy bordean los US\$ 40 millones. Según datos de Statista, el mercado movió US\$ 44 millones en 2023, con un crecimiento anual de 5% y se prevé que se acerque a los US\$ 50 millones en 2028 un dato aún muy lejano si se considera que a nivel mundial los juegos de mesa mueven US\$ 8.000 millones anuales, y solo Estados Unidos —el principal mercado en la materia— aporta del orden de US\$ 2.700 millones a esa cifra.

El desarrollo nacional no solo ha impulsado la importación de juegos de relevancia mundial, sino que ha desarrollado una industria local que marca presencia en el orbe.

El puntapie inicial

Hace 17 años llegó al país el editorial brasílico Devir, la primera en llegar a Chile, cuenta Cristóbal Pérez, marketing executive de la firma. Según relata, fue gracias a ese debut que se facilitó la opción de comprar juegos de mesa que salían de lo convencional. Ellos fueron los que trajeron Catán.

Y si bien previo al covid-19 existía un mercado que crecía, la pandemia activó el boom. Los juegos de mesa fueron una forma de salir de las pantallas, precisó en el sector. "Representaron una oportunidad para juntar a la familia, para pasar un rato juntos, y también evadir, por así decirlo, la realidad que estábamos viviendo", señala el socio de la editorial chilena Fractal, Simón Weinstein. A ello se sumó el hecho de que gran parte de la industria del ocio estaba congelada.

"La industria los juegos de mesa está creciendo fuerte. En ese sentido, la pandemia fue un empujón importante", dice Weinstein. La venta empezó a subir a始于as de dos dígitos anuales, hasta duplicarse en aquellos años... con cada vez más puntos de venta.

El ejecutivo de Devir relata que hasta el 2017-2018 era muy difícil entrar al comercio minorista. "En Jumbo, en Falabella, no sabían lo que era un juego de mesa o un Café". Entonces, que el producto estuviera expuesto en el mundo del retail era motivo de orgullo.

Hoy existen más de 200 tiendas especializadas que comercializan estos juegos. A ellas se han sumado librerías, y hace algunos años los supermercados. "En 2018 fue el punto de inflexión, cuando estos juegos llegaron a los supermercados; ahí es cuando el boom llegó para quedarse", dice en Master Games. En un comienzo se resistían a venderlos por baja rotación, siendo un producto caro, luego fue al revés.

"A nosotros cada dos semanas o cada semana nos llegan nuevos puntos de venta", dicen en Fractal.

Hoy los juegos parten en su mayoría en los \$20.000 hacia arriba. Aún más, la pandemia —y las complicaciones del transporte y las materias primas— prácticamente duplicaron el valor. "Si un juego costaba \$25.000, con la pandemia superó los \$40.000", dice Fernández. "Se requiere un cierto poder adquisitivo, y un cierto nivel cultural", precisan en la industria.

Por ejemplo, Kingdom Death Monster es un juego de US\$ 400 que no se vende en el mercado, por el precio. Pero acá Neme-

Pág. : 10
Cm2: 1.374,0
VPE: \$ 18.048.234

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:
 No Definida

En los últimos dos años se han desarrollado más de 65 juegos nacionales:

DESDE EL CATÁN AL MAZESCAPE... la industria de los juegos de mesa que se dispara en Chile

La pandemia fue su gran impulsor, duplicando sus ventas. En 2023, la comercialización de juegos de mesa modernos rondaba los US\$ 40 millones, una cifra que hace una década era prácticamente inexistente. No solo fue impulsada por la importación de piezas de renombre mundial, sino también por un negocio nacional al alza. Actualmente hay unas 30 editoriales en el país que desarrollan juegos. Se creó una asociación, y aspiran a ser reconocidos como una industria creativa más. • MARÍA JOSE TAPIA

sis Lockdown, que está en torno a los \$180.000.

Hoy el público va desde los 25 a los 45 años. Y si antes se relacionaban con personas —señalan en el sector— más "flotas", hoy existen juegos para todo público: familiares, de previas, infantiles, estratégicas, etc.

Cristóbal Baeza, gerente comercial de la editorial internacional Asmodee Chile, lo describe así: "La oferta se ha incrementado muchísimo. Hay juegos que son más de fiesta, que puedes jugar en un carréte. Hay otros juegos que son más duros y que pueden durar seis horas. Hay otros juegos que duran 10 minutos, hay juegos de habilidad, hay juegos cooperativos, hay juegos infantiles, juegos de roles oculares..."

Asmodee Chile ha cuadruplicado sus ventas en los últimos cinco años. Devir a desarrollado a nivel mundial más de 5.000 títulos al año. En Chile, lanzan entre 30 a 50 juegos anuales.

Industria nacional

El juego moderno viene de Alemania. De hecho, el premio más importante del juego de mesa en el mundo, los Oscar de la disciplina, es el "Spiel des Jahres" que se entrega en ese país.

El negocio es muy similar al de los libros, resumen en la industria. Las editoriales rastrean juegos interacciones, se contactan con la editorial madre, adquieren la licencia, y las comercializan en el país. Pero, además, hacen juegos originales, donde llega un desarrollador de un juego con un borrador y, si interesa, se firma un contrato y

existen imprentas dedicadas a estos juegos, por lo cual, cuando se desarrollan allá, queda una gráfica más artesanal y menos atractiva. El tiraje mínimo para aprovechar economías de escala al mandar a Asia son mil ejemplares.

"Buscamos editoriales extranjeras que se interesen en llevar nuestro juego original a sus territorios (...) Eso, de hecho, es lo que más ha crecido y donde vemos más potencial de crecimiento", señalan en las editoriales chilenas.

Para eso hoy clave las ferias. La más famosa se desarrolla en octubre en el pueblo de Essen, en Alemania, muy cerca de Düsseldorf, en el noreste del país. Son el equivalente a ocho estaciones Mapocho y dura cuatro días. "Hemos participado los últimos seis años en esas ferias, y las últimas dos veces hemos ido con stand", dicen en Fractal.

También existen las ferias nacionales.

Ha de dos semanas se celebra la segunda edición del Ludiforum en Estación Mapocho, la feria más importante de la región. Allí se dicciona se llevó a cabo Conjugar en Valdivia, y Devir realizó análogamente juegos en el Parque del Pueblo de las Esculturas. Y así los frutos van saliendo al mundo.

Por ejemplo, el juego de estrategia Dragones del Mar se lanzó a fines del año pasado en Chile, y ahora ya está confirmada para llegar a 15 países. Nebula, de unos jóvenes de Concepción, llegará a nueve naciones.

Victor Hugo Cisternas y Pablo Céspedes de la editorial Ludosoixan sacaron un juego que se llama Mazescape, que está traducido a

quiero jugar; si no lo he hecho es porque no ha tenido la oportunidad o no ha tenido con quién", resume Cristóbal Baeza de Asmodee. De ahí la necesidad de seguir desarrollando ferias.

Tal es así que se han desarrollado lugares para ir a jugar, las llamadas Ludotecas. La primera la creó la editorial Devir en Providencia en 2017. Hoy existen a lo menos 30 en comúnión con distintas municipalidades, e incluso Devir está trabajando con Techo Chile para instalarlas en campamentos, y generar aprendizaje a través del juego.

"En Chile hemos hecho estudios en base a tenencia y conocimiento. Si hablamos de gente que conoce juegos de mesa modernos, estamos hablando de un 15% de la población", señalan en Asmodee. Aún más: "que tenga un juego —que se declare como consumidor— es solo un 5% de la población".

Tal es así que se han desarrollado lugares para ir a jugar, las llamadas Ludotecas. La primera la creó la editorial Devir en Providencia en 2017. Hoy existen a lo menos 30 en comúnión con distintas municipalidades, e incluso Devir está trabajando con Techo Chile para instalarlas en campamentos, y generar aprendizaje a través del juego.

ochos idiomas y vendiéndose en toda Europa y Asia.

"En Latinoamérica somos por lejos los más grandes, los mayores consumidores", subraya Fernández. Aún más, hay datos que apuntan a que es el segundo mercado hispanohablante —tras España— en consumo. Es que si bien Argentina y Brasil, por ejemplo, tienen una población mayor, existen medidas proteccionistas que dificultan la importación de juegos. Al final, intentan desarrollar una industria local potente, pero sin tantos juegos de afuera, a diferencia de Chile, donde no hay trabas a la importación, hay aranceles bajos, y tratados de libre comercio.

"En Argentina, las estanterías están todavía con juegos familiares y algo de juegos para niños, pero no hay juegos de estrategia. Ellos se nutren de su mercado local", dice Fernández. En Brasil, en tanto, las grandes editoriales instalan agencias dentro y todo lo fabrican en el país.

"El movimiento de los juegos de mesa tiene una gran fuerza en Chile y somos como el motor de Latinoamérica en ese sentido", avanza actores del mercado.

Asimismo es uno de las principales de distribución de juegos de mesa y de cartas colecciónables más importantes del mundo: la responsable de Dixit llegó a Chile en 2018, y desde acá abastece desde México al sur. "Chile es definitivamente un caso de éxito para Latinoamérica", dice el gerente comercial, Cristóbal Baeza. En 2023, Asmodee Chile lanzó 370 nuevos productos entre juegos y accesorios. En lo que va de 2024, llevan 149 novedades.

Tal es así que, en 2018, se creó la Asociación Gremial Chilena de Editoriales de Juegos de Mesa (LudiChile). Su presidente, Víctor Hugo Cisternas, junto a Pablo Céspedes, había creado en 2008 la editorial Ludosoixmo. En aquella época —cuanta— no existía el concepto de editorial ni menos de industria. "Estaba más relacionado a una persona que se le ocurría un juego y que lleva lo que quiere comercializar".

Entre 2014 y 2018, las personas que estaban en la industria —unos cinco— se empezaron a reunir para buscar alternativas que les permitiera hacer de los juegos de mesa una actividad económica viable. Empezaron a estudiar cómo lo habían hecho en Alemania y en Estados Unidos. Y al final del día lo presentaron un proyecto a ProChile para viajar a Alemania a hacer una prospección económica. Y ProChile les recomendó crear una asociación gremial y nació LudiChile. Y partieron a Alemania.

"Tenemos relaciones con editoriales alemanas que son las más antiguas y prestigiosas, pero también nos dimos cuenta cómo otros países emergentes, como Corea, Japón, Brasil, España, estaban posicionándose en el mercado europeo", cuenta Cisternas. Y así partió el auge de la industria local.

El año pasado realizaron, con ayuda de Corfo, el Congreso LudiChile Valdivia, que fue un primer intento para todos los actores de la industria. Hoy, los juegos de mesa no son parte del mapeo que existe actualmente en el Estado de las industrias creativas. Este ente sólo se formó en 2011, cuando el sector no existía. Ahora necesitan levantar información de cómo funcionan, los distintos actores involucrados en la cadena y datos de ventas. Con esta data podrán ingresar. "Tenemos que levantar suficiente información como para homologarnos a la información que ya existe de la otra industria creativa", LudiChile reúne hoy a 17 editoriales. En los últimos dos años ellas publicaron 65 juegos: 36 en 2022, y 29 en 2023. Aún más, en esos dos años se distribuyeron en el país más de 210 mil ejemplares de juegos de editoriales chilenas. Y las ventas aumentaron un 10%.

"Por eso, nosotros buscamos la formalización definitiva de nuestra industria por parte de todas las listas del Estado y ese será el punto culmine de esta primera etapa de la asociación gremial". A partir del congreso Conjugar, ya se ha acercado a Cisternas desde Perú y México buscando imitar el modelo LudiChile. "Fuimos pioneros", subraya..., y hoy hay decenas de nuevos juegos en desarrollo.



Solo los conoce un 15% de la población

"En Chile hemos hecho estudios en base a tenencia y conocimiento. Si hablamos de gente que conoce juegos de mesa modernos, estamos hablando de un 15% de la población", señalan en Asmodee. Aún más: "que tenga un juego —que se declare como consumidor— es solo un 5% de la población".

Tal es así que se han desarrollado lugares para ir a jugar, las llamadas Ludotecas. La primera la creó la editorial Devir en Providencia en 2017. Hoy existen a lo menos 30 en comúnión con distintas municipalidades, e incluso Devir está trabajando con Techo Chile para instalarlas en campamentos, y generar aprendizaje a través del juego.

quiero jugar; si no lo he hecho es porque no ha tenido la oportunidad o no ha tenido con quién", resume Cristóbal Baeza de Asmodee. De ahí la necesidad de seguir desarrollando ferias.

Tal es así que se han desarrollado lugares para ir a jugar, las llamadas Ludotecas. La primera la creó la editorial Devir en Providencia en 2017. Hoy existen a lo menos 30 en comúnión con distintas municipalidades, e incluso Devir está trabajando con Techo Chile para instalarlas en campamentos, y generar aprendizaje a través del juego.