

# Introducción a la Industria y al Desarrollo de Videojuegos

### ¿Qué es la internacionalización de los videojuegos?

La internacionalización implica hacer que un videojuego sea accesible en diferentes idiomas y culturas.

La localización es la adaptación específica de un juego para un mercado determinado, incluyendo traducción, modificaciones culturales y ajustes técnicos/legales.

### ¿Para qué? Importancia de la Internacionalización

- Expansión de mercado: Permite llegar a audiencias globales.
- Maximización de ingresos: Mejora las ventas al ofrecer experiencias adaptadas.
- Mejor experiencia del jugador: Aumenta el compromiso al personalizar la experiencia.
- Cumplimiento de normativas locales: Asegura que el juego cumpla con las leyes de diferentes regiones.



## Fases del Proceso de Internacionalización

- Producción del juego: Asegurar que el código y los recursos sean fácilmente adaptables
- Localización cultural: Traducción de textos, ajustes visuales y de sonido para adecuarse a las culturas locales.
- Aspectos técnicos: Adaptación a diferentes plataformas, monedas y regulaciones locales.

## Estrategias de Localización

- Traducción profesional vs. automática: La traducción manual es ideal para evitar errores, aunque las herramientas automáticas pueden ayudar.
- Pruebas de localización: Asegurar que el contenido funcione bien en cada idioma y cultura.
- Adaptación cultural: Asegurarse de que los símbolos, gestos y referencias sean adecuados para cada mercado.

### **Retos y Desafíos**

- Diversidad cultural: El contenido debe ser apropiado para audiencias de diferentes culturas.
- Costos y tiempos: El proceso de internacionalización puede ser caro y consumir tiempo.
- Compatibilidad técnica: Asegurar que el juego funcione bien en todas las plataformas regionales.

### **Conclusión**

La internacionalización es crucial para que los videojuegos puedan alcanzar el éxito en mercados internacionales. Adaptar el contenido lingüística, cultural y técnicamente es vital para satisfacer las necesidades de jugadores globales.



## CAMINO DE INTERNACIONALIZACIÓN

### IMPORTANTE!

DEFINIR MODELO DE NEGOCIOS:

- OUTSOURCING
- CO-DEVELOPMENT
- IP PROPIA

1

### ANÁLISIS DE MERCADO

Dónde están los principales actores?  
Dónde está la competencia?  
Estructura de costos y estrategia a largo plazo

2

### PRESENCIA EN FERIAS NACIONALES

Eventos regionales y nacionales para potenciar colaboración entre estudios locales.

3

### PRESENCIA EN FERIAS INTERNACIONALES

La estrategia dependerá del modelo de negocios (B2B o B2C)

4

### CONSOLIDACIÓN DE VENTAS Y EXPANSIÓN

Fidelización de clientes y nuevos mercados



## POSICIONAMIENTO DE SERVICIOS

- Hay opciones online y en persona
- Hay mucha competencia, es necesario identificar nichos y fomentar cooperación entre empresas locales
- Dificultad de mostrar casos de éxito por NDAs (portfolio)
- Falta de experiencia a la hora de licitar proyectos grandes
- Falta de información sobre tarifas standard y estructuras de costos
- Posibilidad de encontrar nichos
- Menor riesgo que el modelo de desarrollo de IP propia

## POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO

- > Hay opciones online y en persona
- > Hay mucha competencia
- > Falta de fondos y experiencia para marketing y posicionamiento de producto
- > Faltan expertos en análisis de datos aplicado a videojuegos
- > Relaciones con streamers, influencer y prensa especializada
- > Relaciones con plataformas
- > PR en eventos y premios internacionales
- > Fidelización de usuarios



## INVERSIÓN NECESARIA PARA INTERNACIONALIZAR

1

### LOGÍSTICA

Pasajes  
Hospedaje  
Viáticos

---

2

### PLATAFORMAS B2B

Acceso a inversores, clientes, y socios  
estratégicos.  
Armado de agenda comercial

---

3

### DESARROLLO COMERCIAL

Representantes especialistas dedicados.  
Herramientas de CRM y gestión de ventas.  
Visitas a clientes

---

4

### ESCALABILIDAD y FIDELIZACIÓN

Equipo legal  
Equipo HR  
Marketing





**MUCHAS  
GRACIAS**