



BUENOS AIRES (Reuters) - La escasez de recursos humanos y la búsqueda de un gran "hit" que revolucione el mercado son los principales desafíos que deberá afrontar el creciente sector de los videojuegos de Argentina en los próximos años.

El cambiante negocio de los videojuegos a nivel mundial está experimentando una veloz transformación por el fuerte desarrollo de las plataformas de juegos online y estos cambios impactan sobre la industria nacional, que tuvo un crecimiento exponencial en la última década.

"Cambió Internet y ese cambio impacta directamente en lo que es la industria del entretenimiento. Lo mismo le pasó a la música", dijo Martín Repetto, presidente ejecutivo de Minor Studios y secretario de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina (ADVA).

La gran explosión en el crecimiento de esta industria, que se nutre en más de un 80 por ciento de inversión extranjera, se dio a nivel local tras la gran devaluación del peso argentino en la crisis de 2001-02, cuando el país sudamericano representaba una gran oportunidad por la combinación de recursos humanos calificados y bajos costos de producción.

Entre 2004 y 2011, la tasa de crecimiento anual del sector fue de entre el 30 y el 35 por ciento, según datos de ADVA. La facturación fue de 50 millones de dólares en 2010.

-- Gráfico de la industria de videojuegos <http://link.reuters.com/xyd83s>

Pero el paradigma ya no es el mismo.

El mayor nivel de profesionalización de la industria requiere de personal con una mejor preparación académica y no hay suficientes graduados para abastecer las necesidades.

"La Argentina tiene potencial para seguir creciendo mucho y la generación de gente capacitada en esto es fundamental. Ahí tenemos un déficit sin duda", dijo Guibert Englebienne, co-fundador de Globant, la mayor empresa de desarrollo de software y videojuegos del país.

"Si hoy tuviésemos mucha más gente seguramente podríamos seguir creciendo mucho más", agregó.

Además, la apreciación real del peso argentino frente al dólar por la alta inflación llevó a que el bajo costo dejara de ser la carta de presentación de esta industria al mundo.

"Ya empezamos a dejar de ser baratos y tenemos que empezar a competir por calidad", indicó Repetto.

La industria local necesita producir un "hit", un videojuego que tenga gran repercusión en el mercado global para que Argentina termine de posicionarse en la elite [...]