

Workshop → LOS GAME STUDIOS URUGUAYOS REFLEXIONARON SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO Y SUS CARENCIAS

# El artístico negocio de desarrollar videojuegos desde el sur

**Experiencia.** El referente regional Juan Gril compartió visiones, advertencias y estrategias para manejarse en la industria. Para el experto, las empresas uruguayas del sector tienen una buena chance de seguir creciendo

Por David Gómez  
ESPECIAL PARA EL OBSERVADOR

Si hay quienes piensan que la gente de Tecnologías de la Información (IT) es rara, es porque no conocen a ningún *game designer*. Multifacéticos, híbridos de geeks con artistas, tienen permitido mezclar diversión con negocios, y sudan pasión por lo que hacen. En Uruguay cada vez son más, síntoma de que la industria de videojuegos local sigue pujante y tratando de romper la barrera del anonimato.

Esta semana, con la visita de Juan Gril—referente de esta industria a nivel regional—, muchos de los protagonistas del sector se dieron cita en la ORT. El argentino, quien estuvo al frente de Yahoo! Games Studios y ahora dirige su propia empresa, Joju Games, fue la excusa perfecta para juntarse a aprender y repasar algunos éxitos, además de reflexionar y planificar como seguir mejorando. En un workshop para los game studios locales participaron empresas como Trojan Chikens, Batoví Games, Gamesoft y Kalio, además de Gonzalo Frasca, director de Powerful Robot, consus picantes reflexiones.

Para Gril, la industria uruguaya de videojuegos pasa por un buen momento, cuenta con estudios de un alto nivel en la calidad en trabajos y talento, y tiene muchas chances de seguir creciendo. “Sin lugar a dudas, que todo este ecosistema pinta muy bien”, dijo.

Sin embargo, en Uruguay no existen, a excepción de Powerful (y depende la regla con que se mida), grandes estudios de videojuegos. Por lo general son boutiques formadas por emprendedores, cuyos proyectos son juegos “chicos”; por más que sean masivos, de gran calidad y para clientes de primera.

## EL NEGOCIO

Gril compartió su experiencia de cómo hizo crecer un estudio de una sola persona hasta llevarlo a

## EL DATO

En [www.joju.com](http://www.joju.com) se obtiene más información sobre el estudio de videojuegos de Juan Gril



un equipo de unos 20 miembros que desarrolla hasta cinco proyectos a la vez.

Los estudios de videojuegos “somos un proveedor más de servicios. Las líneas de producción deben estar atadas a eso. No hay vuelta”, disparó. Advirtió que hoy existe mucha competencia, y aunque hay cierta preferencia por Latinoamérica, los precios de Asia muchas veces inclinan la balanza.

## SKYPE, EL GRAN ALIADO

El equipo de Joju Games está deslocalizado: los 20 integrantes trabajan. Esto se debe, según Gril, a una tendencia global, además de la escasez de talentos, los costos que deben estar bajo control y que la gente necesita tener vida. “Trabajamos hasta tarde, pero al menos estamos en casa para la cena”, dijo.

Para Gril, quien tiene en Skype un gran aliado para las reuniones virtuales, la distancia no es un problema para entrenar a los suyos y generar los proyectos. Tampoco para

## ACTOR CLAVE CON SELLO YAHOO!

Juan Gril fue uno de los primeros miembros del equipo de Yahoo! Games y trabajó como productor del área de juegos descargables de PC. También se desempeñó como productor de manejo de la comunidad de los juegos multijugador.

En su último año de trabajo en el gigante estadounidense, Gril alcanzó el puesto de director de Yahoo! Games Studios.

Ahora el argentino dirige Joju Games, que atiende clientes como MTV Networks, Comedy Central, Playfirst, Nickelodeon, y RealArcade.

ejercer un buen liderazgo: “más allá del organigrama, hay que adaptar la empresa a las habilidades orgánicas de cada uno. También hay que saber asignar a los proyectos según los skills y perfiles”.

Agregó que no se puede tener a las personas haciendo lo mismo durante años. “Es importante pensar en la previsión de carrera y en la motivación”, sentenció. Es por ello que este

año decidió “no crear juegos que no apasionen a los desarrolladores”.

## HANDICAPS

Los empresarios locales no tuvieron problema en reconocer sus carencias. El resumen de Frasca fue contundente: “En videojuegos somos una manga de nerds. Es necesario que desarrollemos social skills, porque luego viene la gente

## CONSEJOS

“Tenemos que entender que vamos a pasar horas sin dormir y fines de semana sin descansar. Esta profesión es una rama del arte, así que por naturaleza se descansa poco, porque las cosas tienen que salir”.

“Tenés que calcular los sueldos netos de tu equipo; hasta la Coca Cola de la heladera tiene que estar presupuestada.”

“Tenés que aguantarte todas las críticas; es parte del laburo de todos los días.”

de negocios y nos comen vivos”.

Otro problema es la inversión para cerrar un proyecto. “En ir a EEUU se van como US\$ 6 mil por viaje. Y por lo menos hay que dar la cara frente al cliente o al publisher dos veces al año”, detalló Gril.

Muchos estudios se cuestionan el modelo de negocios: ¿vender a clientes finales, a grandes estudios y editores, o desarrollar de forma independiente? “Cuando trabajas con publishers se gana mucho menos. Pero independientemente pasás más estresado, porque está en juego toda tu gaita. Al final del día hay que tener una buena infraestructura de gente, diseño y tecnología, para así poder llegar más lejos”, reflexionó Gril.

El workshop dejó en claro que se trata de un negocio en que hay que tener pasión, que puede llegar a ser muy rentable, pero que hay que “lucharla”, porque tienen los mismos problemas de las empresas de servicios, aunque es seguro que se divierten mucho más.