

Videojuegos en Singapur

A. CIFRAS CLAVE

La industria de los videojuegos es una industria muy cambiante, con nuevas tendencias emergentes como los videojuegos en la nube o los destinados al móvil. En este contexto, Singapur se consolida como un centro clave en el mercado asiático del sector. De hecho, los videojuegos han liderado el crecimiento de la economía digital del país gracias a un fuerte apoyo gubernamental, un ecosistema de *startups* muy desarrollado y una infraestructura tecnológica muy avanzada.

Todos estos factores consolidan al país como un *hub* regional de la industria, que reúne a desarrolladores, distribuidores y a una gran cantidad de jugadores profesionales. Igualmente, atrae a numerosas empresas internacionales, que se establecen en Singapur como punto de partida de su expansión al resto de mercados de la región.

	2020	2021	2022	2023
Tamaño de mercado (millones USD)	557,2	690,4	770,1	
Beneficio de mercado (millones SGD)	191,41	222,29	252,43	288,43
Usuarios de mercado (millones)	0,9	0,9	0,9	0,9
Gasto por usuario (USD)	62,94	65,39	68,14	70,99
% de población con una videoconsola	32,4 %	33,1 %	33,7 %	34,5 %
Número de empresas	-	229	229	229

Fuente: Euromonitor, Statista,y Commision Factory.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector de los videojuegos es la industria especializada en el desarrollo, publicación, distribución y venta de videojuegos y *hardware* o dispositivos asociados. Además, en una definición amplia, también comprendería industrias anexas como puede ser la tecnología de *blockchain*, la realidad aumentada y virtual o accesorios como sillas y mobiliario especializado. Por esta razón, no se puede precisar todas las partidas arancelarias de esta industria, ya que abarca *softwares* digitales que no forman parte de esta clasificación. No obstante, de manera general, se aporta el TARIC de los videojuegos tradicionales (físicos).

TARIC	Descripción del producto
85234910	Juegos para consolas de videojuegos

Además, cabe hacer una diferenciación entre videojuegos y *e-sports*, ya que, en la actualidad, la evolución de los últimos ha llevado a cierta confusión. Los *e-sports*¹ incluyen un elemento competitivo en el que varios profesionales compiten por un premio ante la expectación de un número elevado de usuarios. Por el contrario, los videojuegos están dirigidos al disfrute y al entretenimiento, aunque tengan ciertos elementos competitivos. Esta ficha se centrará en el sector de los videojuegos en su concepción tradicional.

B.2. Tamaño del mercado

La región de Asia Pacífico agrupa la mayor participación de mercado de los últimos años, con China, Japón y Corea del Sur liderando el gasto mundial en videojuegos. Además, la región es un gran mercado potencial de juegos móviles, ya que cuentan con una potencial de crecimiento muy elevado.

CRECIMIENTO DEL MERCADO DE LOS VIDEOJUEGOS POR REGIÓN



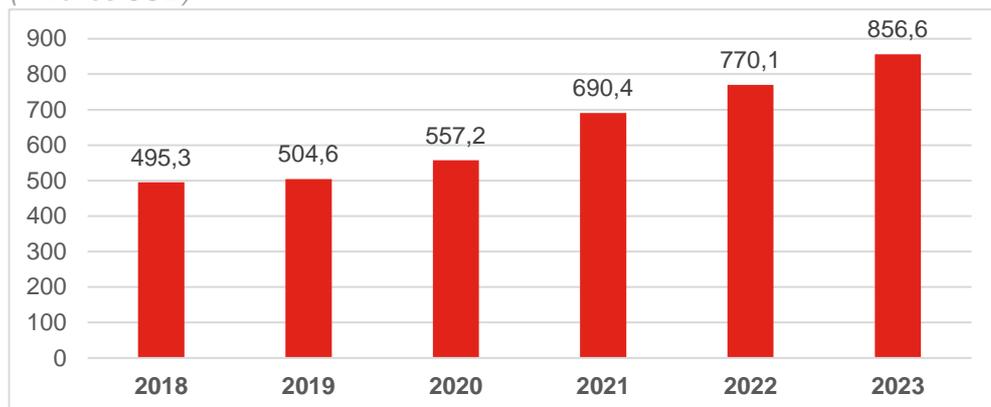
Fuente: Mordor Intelligence.

Dentro de esta región, Singapur es un mercado destacado por su elevada renta per cápita y la alta tasa de usuarios de Internet. Además, la ciudad-Estado sirve de puerta de entrada al mercado del sudeste asiático, y en muchas ocasiones, como referencia a la hora de marcar tendencias en el sector de los videojuegos.

¹ Algunos elementos específicos de los *e-sports* son: la existencia de ligas y torneos regulados, el elemento competitivo, la necesidad de igualdad de condiciones o la presencia de cambios constantes.

VENTA DE VIDEOJUEGOS EN SINGAPUR

(Millones SGD)



Fuente: Euromonitor.

Como se aprecia en el gráfico, los videojuegos han experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Además, se espera que esta tendencia se mantenga en los próximos, ya que el avance tecnológico ha desarrollado videojuegos y consolas más potentes que mejoran la experiencia del usuario. Del mismo modo, las plataformas de distribución también se han desarrollado permitiendo un acceso más rápido y sencillo a estos productos. Dentro de este crecimiento, se debe poner especial énfasis en los **videojuegos móviles**, que se están consolidando como una tendencia del sector. La accesibilidad, comodidad, y portabilidad que ofrecen los dota de un gran atractivo para la población local.

En cuanto a la estructura de mercado, hay una gran variedad de empresas locales e internacionales de diversos tamaños y orientadas a distintas actividades. La cuota de mercado está muy fragmentada, y aunque hay varios actores importantes con una presencia significativa, el poder de mercado está muy distribuido, lo que implica una fuerte competencia y una gran necesidad de innovación como medio de diferenciación.

CUOTA DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS EN SINGAPUR

EMPRESA	CUOTA DE MERCADO
Maxsoft²	9,2 %
Blizzard	4,4 %
Shanghai Moonton³	4,4 %
Garena Interactive	3,9 %
Sony Electronics	3,8 %
Nintendo	3,6 %
Shanghai Lilith	3,5 %
Valve Corp	3,1 %
Electronic Arts	2,8 %
Take-Two	2,5 %
Ubisoft	1,9 %

Fuente: Euromonitor.

² Es el distribuidor exclusivo de Nintendo en el sudeste asiático.

³ Empresa distribuidora y subsidiaria de Nuverse de Bytedance (TikTok).

B.3. Principales actores

A la hora de destacar a los actores principales de la industria cabe hacer una distinción entre desarrolladores, *publishers* y distribuidores, organismos públicos e inversores⁴.

B.3.1. Desarrolladores/estudios

Son los responsables de la creación del videojuego, lo que incluye tareas de programación, diseño, generación de gráficos, implementación de música, pruebas de jugabilidad... Se pueden resaltar las siguientes empresas⁵:

- Swag Soft
- Yudiz
- Whimsy Games
- Bandai Namco

B.3.2. *Publisher* y distribuidor

Una vez creado el juego, los *publishers* son las empresas encargadas de supervisar la producción y lanzamiento del producto. Es decir, se ocupan del *marketing*, promoción, aspectos legales... A efecto ilustrativo, se puede citar a las siguientes entidades que cuentan con una gran trayectoria en el mercado del país:

- Zitga Studios
- Lionfish Studio
- Studio Juego
- Boomzap Entertainment

Posteriormente, será el distribuidor el encargado de la logística final para que el juego esté disponible en el mercado. En este caso, se encuentran distribuidores tradicionales como Qisahn o MegCD, o nuevas empresas como Valve Corp. dirigidas a la distribución digital. De hecho, Valve Corp. destaca por ser la propietaria de Steam, una de las principales plataformas de distribución de videojuegos.

B.3.3. Organismos públicos

En la industria de los videojuegos, cabe destacar a Infocomm Media Development Authority ([IMDA](#)) encargada del desarrollo del sector audiovisual. Principalmente, lleva a cabo labores de apoyo a empresas innovadoras que promuevan el desarrollo tecnológico y la innovación.

Adicionalmente, cabe destacar dos asociaciones dedicadas a este sector. Por un lado, se encuentra Singapore Games Association ([SGGA](#)), que se dedica al apoyo de empresas singapurenses y realiza varios eventos para la comunidad global de la industria. Por otro lado, Singapore Cybersports and Online Gaming ([SCOGA](#)) que busca la promoción de los *e-sports* y los videojuegos.

B.3.4. Inversores

En primer lugar, se puede acudir a los inversores especializados en los videojuegos, donde se pueden encontrar empresas o fondos de capital riesgo que buscan invertir en estudios para el desarrollo de nuevos videojuegos. De este modo, se debe mencionar a **PlayVentures**, fondo de capital riesgo que invierte en alrededor de 12 y 15 estudios al año, con un especial énfasis en juegos móviles y en temas relacionados con el metaverso o el *blockchain*. Otros inversores pueden ser la empresa **Garena**, centrada en juegos *casual-free-to-play*, **NetEaseGames** o **Gameforce**.

En segundo lugar, también existen fondos de inversión cuyo objetivo es el desarrollo tecnológico y la innovación, Algunos ejemplos serían **DeFiance Capital**, **Firstwave Ventures**, **Accel Partners**, **GGV Capital**, **Jungle Ventures** o **Golden Gate Ventures**. Esta financiación privada es complementaria de la pública.

⁴ En este apartado, se va a mencionar empresas singapurenses. No obstante, cabe señalar la importancia de grandes empresas como Ubisoft, Electronic Arts, Riot Games, Play Station Blizzard Entertainment o Take-Two entre otras que abarcan todas las funciones.

⁵ Lista completa disponible en el siguiente enlace: <https://whimsygames.co/blog/top-game-development-companies-in-singapore/>



C. LA OFERTA ESPAÑOLA

El sector de los videojuegos en España alcanza cifras de facturación de más de 2.000 MEUR, consolidándose como una de las industrias más relevantes del sector del entretenimiento. Estos datos sitúan a España como uno de los mercados más grandes de Europa, con más de 400 estudios de desarrollo de videojuegos y más de 13.000 empleados. Además, gran parte de estas empresas son sociedades de tamaño reducido con menos de 10 años de experiencia, lo que muestra una industria joven en proceso de consolidación.

El modelo de negocio que triunfa es la venta digital, que ha sido impulsada por las plataformas en línea. Además, este modelo facilita la distribución global a varios mercados simultáneamente. De hecho, se ha alcanzado un 37 % de facturación internacional, destacando Norteamérica y Asia Pacífico. Pese a ello, uno de los retos de la industria sigue siendo la internacionalización.

Dado el carácter estratégico de esta industria, se ha desarrollado un **Plan de Impulso al Sector Audiovisual** que tiene como objetivo la transformación digital de la economía y la aparición de nuevos modelos de negocios. Con una inversión prevista superior a los 1.500 MEUR, esta iniciativa busca situar a España como un actor clave internacional de la industria de los videojuegos.

Con este objetivo, se ha promovido la participación en eventos internacionales. Del sector videojuegos, España contó de la mano de ICEX con presencia en las ferias Gamescom 2023 de Colonia, Gamescom Asia 2023 en Singapur, G-Star Corea en 2023, Tokio Game Show en 2023 y Nordic Game 2023 en Malmö. Algunas de las empresas españolas participantes en estas ferias fueron⁶: Wildframe Media SL, Producciones D'Empatia Digital SL, Metrobots Games SL, Museo Arcade Vintage SL, Odders Lab SL, Boreal Technology and Investment SL (OWO), Polygonal Mind SL, Selectavision SL, Undergames SL, Vermila Studios SL o Abylight SL.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En primer lugar, los videojuegos móviles⁷ han crecido significativamente dada la alta penetración de los *smartphones* y la disponibilidad de redes de alta velocidad. De hecho, el país cuenta con una gran cantidad de eventos y competiciones como **GameStart Asia**, una convención anual centrada en dispositivos móviles o torneos de *e-sports*.

En segundo lugar, los videojuegos basados en películas o series se han consolidado como una tendencia muy popular. Algunas de las razones de este éxito es su atractivo familiar, su alta calidad de producción y su capacidad de sumergir al usuario en experiencias inmersivas. De esta manera, se puede resaltar el éxito de videojuegos de franquicias tan famosas como *Los Vengadores*, *Harry Potter* o *Spiderman*.

Otra opción es la adopción de nuevas tecnologías como la realidad virtual. Esta nueva tendencia crea oportunidades para las empresas dedicadas al equipamiento, ya que supone la necesidad de altavoces, cascos y otras tecnologías. De hecho, empresas como Sony han desarrollado esta tecnología lanzando nuevas consolas, PlayStationVR2, para ofrecer mejor experiencia a los usuarios. Se espera que estas mejoras de calidad se traduzcan en un aumento de las ventas de la industria.

Los videojuegos en la nube también se han consolidado como una tendencia emergente del mercado. Esta modalidad permite la "jugabilidad" a través de Internet sin la necesidad de *hardware* costoso y desde varios dispositivos. La accesibilidad a estos productos los ha consolidado como una alternativa viable a los videojuegos tradicionales.

Finalmente, se deben tener en cuenta varios aspectos que son tendencia en el mercado del país, como la localización de contenido, la relevancia de redes sociales e *influencers* o la posibilidad de construir comunidades⁸.

⁶ Se recomienda consultar los informes de feria disponibles en la web de ICEX para más información sobre empresas participantes.

⁷ Se puede citar el videojuego *Garena Free Fire*, que es el más popular de la región. Globalmente, cuenta con más de mil millones de descargas. Además, existen una gran cantidad de *startups* dedicadas al desarrollo de videojuegos móviles. Más información disponible en siguiente enlace: https://tracxn.com/d/explore/mobile-gaming-startups-in-singapore/_55LhKAftlGjBNJ-dJjKVL3XNiXfqrAwFuRBxXMAfGQ/companies

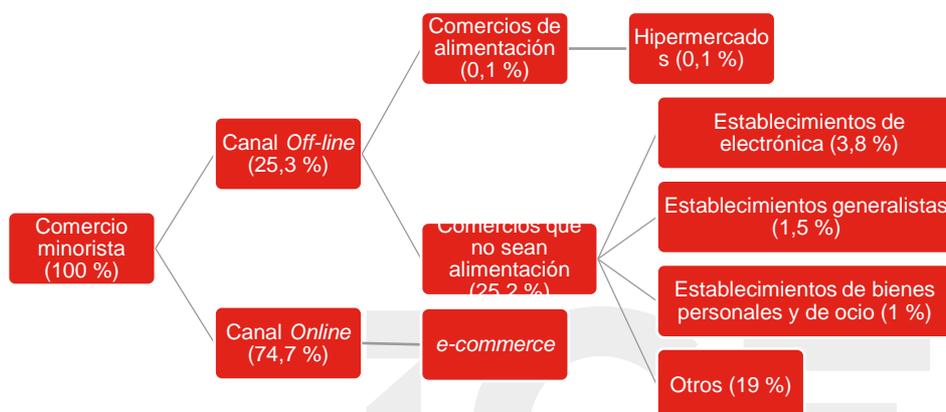
⁸ Más tendencias en el siguiente enlace: <https://pifnacion.com/7-game-marketing-strategies-that-worked-wonders-in-singapore/>

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Tradicionalmente, la cadena de suministro de la industria de los videojuegos ha constado de tres actores: desarrollador, *publisher* y minorista. De esta manera, el estudio producía el juego con sus propios recursos o financiación ajena, luego el *publisher* aportaba el *marketing* y la publicidad, y finalmente, el minorista se consolidaba como la plataforma de distribución final. Sin embargo, la evolución de la tecnología en los últimos años ha aportado nuevas soluciones que permiten modificar esta cadena de suministro, eliminando algunos intermediarios, o permitiendo a algunas empresas la realización de todas las labores de la cadena de distribución.

DISTRIBUIDORES EN SINGAPUR



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

El aspecto clave de este esquema es el gran crecimiento del canal *online* en la distribución de estos productos. Esto se debe a la gran variedad de medios que posibilita, ya que ofrece una mayor selección de juegos y plataformas, y a la gran cantidad de información que ofrece, dado que permite la comparación de precios para encontrar la mejor opción. Además, el canal *online* otorga una inmediatez que permite al usuario disfrutar del juego instantáneamente. En este contexto, cabe destacar la plataforma **Steam**, desarrollada por Valve Corp., que ofrece una gran selección de videojuegos de distintos estudios (tanto grandes como *indies*). Una particularidad de esta plataforma es que ha desarrollado una fuerte comunidad de usuarios.

Otras plataformas que pueden resultar interesantes son **Lazada**, **Shopee** y **Qoo10**, que ofrecen una gran cantidad de consolas, accesorios, y copias físicas de los productos. Además, ofrecen unos precios muy competitivos, costes gratis de envío, y una gran cantidad de información,

También cabe considerar que los desarrolladores y los estudios ya están aplicando el canal *online* a sus ventas. De esta manera, empresas como Electronics Arts (EA) o Ubisoft ya permiten a los usuarios descargar sus juegos directamente, lo que las convierte también en empresas distribuidoras. Se prevé que este desarrollo del canal digital se mantenga e incluso crezca, modificando la cadena tradicional de suministro de la industria.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Los videojuegos pueden tener contenido de adultos o tratar temas sensibles, por esta razón, existe una clasificación sistemática por edades dirigida a proteger a los menores. En Singapur, IMDA en colaboración con el Panel Consultivo Filmográfico es el encargado de la clasificación de estos videojuegos, regulada en la Ley sobre películas de 1981⁹. De esta manera, se pretende dar la máxima información a los consumidores para que puedan hacer decisiones de compra informadas y responsables. Actualmente, existen dos calificaciones:

⁹ Films Act 1981 <https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981>



- Más de 18: debe aparecer en el empaquetado una etiqueta y un aviso. Además, los distribuidores deben asegurarse de que el producto no sea accesible a menores de 18 años.
- Advertencia para mayores de 16: sólo requiere que aparezca en el empaquetado el aviso de edad.

Adicionalmente, los videojuegos deben incluir informaciones sobre el contenido de los videojuegos. Es decir, se debe especificar si incluyen desnudos, violencia, escenas sexuales u otros temas sensibles.

Por otra parte, cabe destacar que no existe ninguna barrera arancelaria a los videojuegos, ya que Singapur tiene una política de fomento del libre comercio.

E.3. Ayudas

La transformación digital, a través de los fondos *Next Generation EU*, prevé una movilización de un volumen cercano a los 20.000 MEUR. Dentro de esta iniciativa, el Plan España Hub Audiovisual de Europa, pretende mejorar la competitividad del sector no sólo de contenidos audiovisuales tradicionales, sino también de los videojuegos. Además, las empresas españolas cuentan con el soporte y apoyo de *Games From Spain*.

En cuanto al mercado singapurense, también ofrece varios sistemas de apoyo a esta industria. De esta manera, se puede citar a IMDA, que ha desarrollado un fondo para la innovación en producción virtual de aproximadamente 3,5 MEUR. Junto al gigante americano Epic Games, también han organizado el primer *Challenge*¹⁰ de producción virtual, impulsando la participación de empresas en este tipo de producciones. Además, IMDA también cuenta con el programa *Pixel Innovation Space* que, aunque no aporta financiación, ofrece instalaciones y soporte para la creación de contenido digital y tecnología con un especial énfasis en realidad virtual.

Otra alternativa es la participación en la Singapore Games Association (SGGA) que ofrece diversos programas y servicios a los actores de esta industria. Aunque no ofrece financiación directa, facilita el acceso a los recursos.

E.4. Ferias

- **GAMESCOM ASIA.** Edición satélite de la principal feria de la industria celebrada en Colonia (Alemania). Agrupa a los actores principales de la región y ofrece numerosas oportunidades de colaboración a través de un gran número de actividades como: charlas, conferencias, paneles de discusión... La próxima edición se celebrará del 17 al 20 de octubre de 2024 en Suntec Convention and Exhibition Centre.
- **SINGAPORE COMIC CON (SGCC).** Evento multisectorial que reúne a participantes de la *pop-culture* con la industria de los videojuegos y los *e-sports*. La próxima edición se celebrará el 7 y el 8 de diciembre en Sands Expo Convention Centre.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Sitio web IMDA: <https://iris.imda.gov.sg/>
- Guía clasificación videojuegos: <https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/Standard-and-Classifications/Video-Game-Classification-Guidelines-wef-Jul-2021-Final.pdf>
- Sitio web GAMESCOM ASIA: <https://gamescom.asia/>
- Sitio web de la Asociación de Juegos de Singapur <https://www.sgga.org.sg/>
- Sitio web GAMESFROMSPAIN: <https://gamespain.es/>
- Asociación española de videojuegos: <https://www.aevi.org.es/web/>

¹⁰ Se denomina *Challenge* a iniciativas que presentan desafíos empresariales, para que empresas propongan soluciones innovadoras.

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Singapur** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Singapur**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Singapur, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

7, Temasek Boulevard, #19-03 – Suntec Tower One
Singapur 038987
Singapur
Teléfono: +65 6732 9788
Correo electrónico: singapur@comercio.mineco.es
<http://Singapur.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Inés Aznar Jiménez

Oficina Económica y Comercial
de España en Singapur
singapur@comercio.mineco.es
Fecha: 17/5/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR SINGAPUR



ICEX España
Exportación
e Inversiones