

Fuente: El Espectador

URL: <http://www.elespectador.com/elespectador/Secciones/Detalles.aspx?idNoticia=12343>

Bogotá, 14 de julio de 2007

El negocio de los videojuegos en Colombia parece estar cambiando y los más beneficiados serán los consumidores. Con precios asequibles, cantidades necesarias para la venta en los almacenes y, como si fuera poco, con los stands de las tiendas nacionales llenos de los juegos que se acaban de lanzar en ciudades como Nueva York y Hong Kong, la compañía canadiense Synergex llega al país jugando de local y cambiando el sistema de suministro y distribución de este tipo de entretenimiento.

Hace menos de dos meses entraron al mercado colombiano y son catalogados como el partner o aliado estratégico de las compañías desarrolladoras de videojuegos de todo el mundo. Su misión es acercar directamente a sus aliados con los distribuidores especializados. Actualmente ya está trabajando para las plataformas Xbox, Nintendo y Play Station y para los amantes de la distracción en línea, está promocionando los juegos para computador.

Atari, Square Enix Europa, Midway, Capcom, AtiVision, Video Juegos, Tecmo, T2 Take Two Interactive y Bandai Namco Games entre otros, hacen parte de algunas marcas exclusivas que tiene Sinergex y que espera, en los próximos meses, comercializar con precios 30% más bajos a los de las tiendas tradicionales. La estrategia, dice David Aiello, presidente de la compañía, "está basada en trabajar directamente con el fabricante, tener una buena cadena logística y mover rápidamente grandes cantidades de mercancía. Los costos se reducen, todos salimos ganando y el consumidor final es quien termina gozando de los beneficios".

La empresa cuenta con representación en ciudades como Toronto, Montreal, Ciudad de México, Sao Paulo, Santiago y Bogotá. Desde esta última se coordinará la operatividad en Venezuela, Perú, Ecuador y el Caribe, una importante apuesta en medio de un negocio que movió sólo en los Estados Unidos US\$13.500 millones el año pasado, según la firma NPD Group. Ahora con la llegada al país, buscan que los jugadores tengan la posibilidad de comprar nuevos juegos a precios razonables, que los fabricantes vean cómo sus juegos se mueven rápidamente en el mercado nacional y con la ayuda de la reducción de precios otorgada por los mismos fabricantes, la piratería pierda protagonismo y los consumidores puedan comprar fácilmente juegos originales.

Negocio de entretenimiento

Hace un poco más de 20 años nació la compañía en tierras canadienses, pero sólo diez años después de empezar a operar, logró ser el distribuidor exclusivo de la consola Play Station One en su país de origen. "Los canales que se usaban allá no permitían que la consola llegara a todos los consumidores. Canadá es un país grande pero con muy poca extensión de tierra poblada y nuestro sistema fue rápidamente exitoso. Luego, otros fabricantes y representantes de juegos nos pidieron que trabajáramos junto a ellos", detalla Aiello.

Sony fue su primera gran prueba superada. La aspiración de cultivar el negocio en otros países, hizo que Aiello se extendiera por todo México, "un país que consume grandes cantidades de entretenimiento de este tipo y que siempre será un potencial importante para trabajar", detalla el empresario. Y agrega: "Allí entendimos que el problema logístico era el mismo en todos los países de Latinoamérica y por eso, con la solución en la mano, viajamos a

Colombia. Por su buen momento económico y la gente trabajadora, lo escogimos como la base central del negocio en la región”.

Sin embargo, sabe que el reto está en cambiar la cultura del país, pues Colombia es uno de esos países que no cuentan con fábricas de videojuegos, los debe importar y además no tiene un volumen de venta destacado. Por eso desde ya están supliendo este mercado en dos grandes almacenes de cadena, Éxito y Falabella, con los que buscan tener presencia en las más importantes ciudades del país.

La inversión inicial para la entrada al país fue de US\$600.000 y para finales de 2008 esperan haber invertido entre US\$3 y US\$4 millones, no sólo en el montaje de tecnología logística que les permita ubicar en tiempo real el desplazamiento de su mercancía, sino en el fortalecimiento de la bodega que está en la Zona Franca de Bogotá, en donde directamente hacen los trámites aduaneros para la entrada de productos internacionales de sus clientes; dos armas con las que saben que, en poco tiempo, podrán entretener a todo el país con los más recientes videojuegos de todo el mundo.