Amazon GAMERGY acogerá el K-Game Torneo 2022, con la celebración de un torneo de PUBG Battlegrounds

El Centro Cultural Coreano en España celebra el primer evento dedicado a los esports que forma parte de la programación de la nueva edición de Amazon GAMERGY 2022, uno de los mayores encuentros gamer de España

Corea ha estado a la vanguardia en la cultura global de deportes electrónicos que han visto crecer rápidamente su popularidad en los últimos años. El Centro Cultural Coreano no ha querido perder la oportunidad de celebrar uno de los eventos más esperados: K-Game Torneo 2022, que consistirá en un torneo del videojuego de supervivencia más popular en Corea, el PUBG Battlegrounds.

El torneo arrancará de manera online el próximo 19 de noviembre y, tras una primera ronda clasificatoria, los 30 clasificados de Battlegrounds competirán en la Gran Final presencial que se celebrará el día 17 de diciembre en Amazon GAMERGY 2022, evento organizado por GGTech e IFEMA MADRID, compitiendo por hacerse con un prize pool de hasta 2.400 euros.

PUBG Battlegrounds, de Krafton, es uno de los juegos más famosos en Corea que despierta pasiones entre los amantes de los videojuegos ya que en él se viven grandes emociones y asegura mucha diversión. En el juego un máximo de 100 jugadores lucha por ser el último hombre en pie y con este deseo de supervivencia, la capacidad individual juega un papel crucial. Además, el juego posee muchas variantes que multiplican la diversión.

La industria de los videojuegos en Corea

Los videojuegos en Corea se han convertido en todo un fenómeno cultural que forma parte de la Hallyu u Ola coreana que hace referencia a la expansión de la cultura coreana en el mundo. La industria de los videojuegos no solo ocupa una posición importante en Corea desde el punto de vista económico, sino que también cultural muy importante. Su crecimiento se debe en gran parte al desarrollo de Internet de alta velocidad y la influencia de jugadores coreanos mundialmente famosos en muchos géneros de juegos. Por ello los juegos online se han convertido en una cultura de ocio representativa entre los coreanos.

Según el "Libro blanco de juegos de la República de Corea de 2021" publicado por el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo y la Agencia de contenido creativo de Corea (KOCCA), las ventas de la industria nacional de juegos en 2020 fueron de 13 billones de euros, un 21,3% más que el año anterior. Teniendo en cuenta que el mercado global de juegos registró 29.66 mil millones de dólares, un aumento del 11,7 % respecto al año anterior, la participación de mercado de Corea fue del 6,9 %, ocupando el cuarto lugar después de Estados Unidos, China y Japón, un lugar más que el año anterior. De hecho, el año pasado, las exportaciones de juegos de Corea aumentaron un 23 % interanual a 8.035 millones de euros.

De hecho, la industria de juegos de Corea ocupa una posición única en términos de creación de empleo, y desde 2017, la cantidad de empleados de las principales empresas nacionales de juegos ha aumentado casi un 40 %. Como resultado del análisis de 36 empresas de juegos que cotizan en Corea en 2020 por el Korea Economic Daily, el número de empleados de estas empresas se situó en 17.258 en el primer trimestre, un aumento del 39,1 % con respecto a hace 3 años (12.399).

Fue en el año 2000 cuando se vio la necesidad de fomentar este sector como parte de la industria cultural creando un sistema de juegos online para en 2004 establecer La Ley de Fomento de la Industria del Juego, una ley dedicada exclusivamente al juego y a su industria.

Tras el COVID-19 la industria de los juegos ha experimentado un crecimiento aún mayor posicionándose como nuevo motor en la cultura del país. Durante la pandemia en Corea el número de descargas de juegos móviles aumentó un 11% en comparación con el mismo período del año anterior (marzo de 2020). Estos cambios provocados por el COVID-19 han supuesto un proceso de preparación para entrar en la era de la 4.ª revolución industrial, y los juegos son una industria clave que lidera el desarrollo de nuevas tecnologías.

En palabras de Oh Jihoon, director del Centro Cultural Coreano, organizador del K-Game Torneo 2022: "Estamos entusiasmados con la organización de este evento y animamos a los aficionados y a todas las personas que deseen conocer los esports a que vivan esta experiencia de cultura digital de Corea en un encuentro donde no faltará diversión y grandes aventuras".

Para Alberto Martín, Chief Revenue Officer en GGTech: "Para nosotros es importante que el público que acude a Amazon GAMERGY pueda disfrutar de diferentes actividades, es por eso que estamos seguros que nuestra colaboración con el Centro Cultural Coreano le aportará a nuestro público una experiencia única".

Venta de entradas

Los aficionados interesados en disfrutar la experiencia del evento presencial ya pueden comprar sus entradas a través de este enlace. Amazon GAMERGY ha sacado a la venta distintos tipos de tickets, en función de la cantidad de días u horas que el público quiera asistir y las prestaciones recibidas y que van desde los 13 euros para la tarde del viernes, hasta los 180 euros para el pase premium para los tres días, con acreditación VIP.

Datos de contacto:

Beatriz Sánchez
639755754

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Juegos Madrid](#) [Entretenimiento](#) [Software](#) [Otros deportes](#) [Gaming](#)

<https://www.notasdeprensa.es>