LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

Anuario **2018**

AEVI
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

Anuario **2018**

AEVI
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS

ANUARIO 2018
ÍNDICE

1. Introducción
pág. 6

José Guirao: Videojuego, un sector estratégico

Reyes Maroto: Una industria con un futuro prometedor

Francisco Polo: Un futuro lleno de oportunidades

Alberto González Lorca: Ha llegado nuestro momento

2. Visión de las compañías
pág. 11

3. La industria del videojuego en España en 2018
pág. 27

El videojuego en 2018

El mercado español del videojuego

i. Facturación total

ii. Segmentos de negocio

iii. Ventas por unidades

Videojuegos más vendidos

4. Perfil de los videojugadores españoles
pág. 35

5. El videojuego en Europa y el mundo
pág. 39

Ann Becker: Los videojugadores están en el corazón de lo que hacemos

La industria del videojuego en Europa

Mercado global del videojuego

Ranking de países

6. Una industria con mayor visibilidad
pág. 46

José María Moreno: El año de los videojuegos

Una industria con mayor visibilidad

Las grandes citas del sector (2019)

7. Desarrollo nacional
pág. 51

Arturo Monedero: Un año de actividad del área de desarrollo de AEVI

Apuesta definitiva por el desarrollo español

8. Esports en España
pág. 55

Sergi Mesonero: Esports en España, un futuro de éxito

Esports: un sector en constante crecimiento

9. The Good Gamer
pág. 60

Dirk Bosman: Una industria responsable

The Good Gamer. Un proyecto pionero

Decálogo de buenas prácticas

Código PEGI

10. Propiedad Intelectual
pág. 69

Carlota Navarrete: Proteger la legalidad y fomentar la oferta legal

Andy Ramos y José Suárez: El principal valor, los intangibles

2018: Aumenta el consumo legal de videojuegos

11. Propuestas de la industria
pág. 75

12. Metodología
pág. 79

1. INTRODUCCIÓN

JOSÉ GUIRAO

VIDEOJUEGO, UN SECTOR ESTRATÉGICO

Para el Ministerio de Cultura y Deporte, el videojuego es un sector estratégico, ya que se trata de una industria que trasciende lo puramente tecnológico: combina tecnología y cultura, estableciéndose como una de las principales bases de una nueva cultura digital. Los videojuegos son plataformas de juego y entretenimiento que incorporan lo mejor de las distintas artes preexistentes, siendo una amalgama de imagen, sonido, música, estructura literaria y audiovisual, beneficiándose además de una característica única y propia que poseen: la interactividad.

Hoy en día los videojuegos suponen una referencia clave de interacción cultural para millones de personas adultas, ya que transmiten valores e ideas, tal y como lo hace el cine o la literatura.

El balance del sector en España en 2018 ha sido muy positivo, entrando en una fase de consolidación gracias a la gran cantidad de empresas constituidas a lo largo del año, creciendo exponencialmente tanto desde el punto de vista económico y de creación de empleo, como por su influencia e importancia cultural.

En lo que respecta al Ministerio de Cultura y Deporte, 2018 ha sido un año clave en su relación con el sector. No sólo se ha apoyado a muchos proyectos a través de nuestras líneas de ayudas, sino que hemos podido conocer el sentir de la industria en primera persona con nuestra presencia en ferias tan relevantes como Gamescom o Madrid Games Week. Y ese vínculo con el sector no se ha quedado en palabras, porque una de las principales novedades culturales del proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2019 que presentamos a principios de año era precisamente una nueva línea de ayudas para los videojuegos y la cultura digital.

2018, por lo tanto, ha marcado para nosotros la senda a seguir respecto del videojuego como industria cultural, que esperamos seguir recorriendo en el futuro, no sólo a través de programas de ayudas, sino también con el impulso de la Mesa del videojuego, que debe servir para impulsar una agenda común de las Administraciones para el sector.

José Guirao
Ministro de Cultura y Deporte

REYES MAROTO

UNA INDUSTRIA CON UN FUTURO PROMETEDOR

Estamos inmersos en la cuarta revolución industrial caracterizada por la digitalización de la actividad productiva a través del uso de herramientas como la inteligencia artificial, la robotización, la fabricación aditiva o la impresión 3D, entre otras, están produciendo una transición hacia un modelo económico digital, sostenible y globalizado. Un modelo donde las industrias culturales y creativas van a representar un papel estratégico. Ofrecen un elevado potencial como detonantes de procesos de innovación, activando los recursos, conocimientos y talento creativo, que son definitorios de este sector de actividad. Además, al tratarse de un sector muy intenso en factor trabajo, su desarrollo abre una perspectiva de incremento del empleo de calidad y un impulso notable de la economía basada en la creatividad y el conocimiento.

En el entorno de las industrias culturales y creativas destaca especialmente el **sector del videojuego**, ya que combina tecnología y cultura, estableciéndose como una de las principales bases de una nueva cultura digital. Hoy en día, los videojuegos suponen una referencia clave de interacción cultural para millones de personas adultas, ya que transmiten valores e ideas, tal y como hace el cine o la literatura.

Los videojuegos son plataformas de juego y entretenimiento que incorporan lo mejor de las distintas artes preexistentes, al conjuntar imagen, sonido, música, estructura literaria y audiovisual, beneficiándose además de una característica que les hace únicos: la interactividad. Se trata de una industria con un futuro prometedor que estimulará la mejora de la competitividad y el crecimiento de nuestra economía. Nacida en la era tecnológica, y con vocación global, se ha adaptado con solvencia a los nuevos avances digitales. Su potencial para generar herramientas al servicio de sectores como el aeronáutico, el sanitario o el educativo, le posiciona como un aliado decisivo en la transición al nuevo modelo económico.

No podemos dejar a un lado su componente de entretenimiento. Los videojuegos son la primera opción de ocio audiovisual en España. Con 16,8 millones de videojugadores estamos ante una actividad practicada por personas de todas las edades y con una presencia de mujeres cada vez mayor. Durante los últimos años, están ganando gran notoriedad las competiciones de videojuegos, los denominados esports. Estos eventos, de gran exigencia física y mental, están experimentando importantes crecimientos de audiencia y se convertirán en uno de los principales espectáculos de masas del futuro. El sector de los videojuegos reúne una dualidad poco frecuente, la de ser proveedor digital y tecnológico y, simultáneamente, industria de ocio y entretenimiento. Su transversalidad generacional, su aplicación multisectorial y su aspiración global son atributos que hacen de ésta una de las industrias emergentes con más futuro.

El Gobierno está comprometido con el acompañamiento y el impulso de los sectores más vinculados con la innovación y la creatividad entre los que se encuentra el sector del videojuego. Un apoyo que se produce a través de distintos instrumentos como los incentivos fiscales en el Impuesto de Sociedades para las inversiones en producciones de videojuegos, con el objetivo de impulsar la producción nacional y la inversión internacional. Otro de los instrumentos es la Mesa del Videojuego en la que participan la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y el sector privado, un foro público-privado donde coordinarse para abordar los retos a los que se enfrentará el sector del videojuego español en los próximos años. Asimismo, desde ICEX se desarrolla una intensa actividad para promover el acceso de nuestras empresas de videojuegos a otros mercados, darles visibilidad en los principales eventos de la industria como Gamescom y proyectar la imagen del videojuego español bajo la marca “Games from Spain”.

España está llamada a ser un líder mundial en el sector de los videojuegos. Contamos con el talento necesario para hacerlo realidad. Pero es preciso reforzar la colaboración entre las distintas administraciones públicas y el sector privado para aprovechar nuestras múltiples fortalezas y posicionar al sector en el lugar que se merece. Trabajemos juntos para conseguirlo.

Reyes Maroto
Ministra de Industria, Comercio y Turismo

FRANCISCO POLO

UN FUTURO LLENO DE OPORTUNIDADES

Empezaré contando lo que no son los videojuegos. No son cosa de unos pocos. No son una moda pasajera. No son un sector de segunda. Las cifras constatan que es un tipo de entretenimiento que atrae a hombres y mujeres de todas las edades. En España, una de cada tres personas juega a videojuegos. En términos económicos, es la industria de contenidos digitales que más ingresos genera en nuestro país. Es un sector que genera empleo de calidad y que es fuente de creatividad también para otros negocios.

Como *gamer* que soy desde que tengo uso de razón, siento una profunda admiración por el trabajo que realizan los desarrolladores y desarrolladoras de videojuegos en España. Talento no falta en nuestro país. La oferta formativa ha mejorado mucho en los últimos años y aún lo hará más en el futuro próximo. Sin embargo, nos queda terreno por avanzar en la maduración de la industria nacional de producción de videojuegos. España necesita un sector del videojuego más grande, fuerte y unido, que disponga de los recursos necesarios para abordar proyectos ambiciosos y para atraer y retener al mejor talento. Hace falta más visibilidad, conocimiento y sensibilidad hacia la contribución social y económica de esta actividad. Hace falta eliminar trabas burocráticas y establecer incentivos a la contratación de talento extranjero y a la retención del talento nacional. Hace falta apoyo y orientación para una mejor comercialización internacional de los títulos creados en España. Y hacen falta eventos internacionales más potentes celebrados dentro de nuestras fronteras. Con estas palancas, con la colaboración de todos los actores del ecosistema, podremos convertir España en el mejor país donde crear un nuevo estudio de desarrollo o en el país donde todos los grandes estudios internacionales quieran instalar una filial.

Las oportunidades que tenemos por delante son enormes. España tiene potencial para convertirse en un actor todavía más destacado en el panorama internacional del videojuego. Somos la interfaz natural con el mercado latinoamericano. Además, será fascinante ver qué nuevas experiencias traerán el juego en streaming y la realidad virtual, y cómo podemos extender ese aprendizaje a otros ámbitos de nuestra vida personal y profesional. Otro de los campos de crecimiento vendrá de los esports. El entretenimiento digital está evolucionando a un ritmo frenético, reflejo de la rapidez con la que la digitalización está cambiando todo nuestro entorno.

Los videojuegos nos permiten soñar con nuevos mundos. Nos permiten imaginar otras realidades. Por qué conformarnos. Por qué recluir nuestros mejores deseos en un entorno virtual. El futuro no es una lotería: lo construimos todos y todas, cada día, con las decisiones que tomamos. Permitámonos soñar con un futuro lleno de oportunidades y atrevámonos a dar los pasos necesarios para cambiar la realidad del videojuego en España.

Francisco Polo
Secretario de Estado para el Avance Digital

ALBERTO GONZÁLEZ LORCA

HA LLEGADO NUESTRO MOMENTO

Este año, hemos trabajado en un contexto político inestable. Prosperó una moción de censura que supuso un cambio abrupto de gobierno, con un apoyo parlamentario frágil que hacía presagiar unas elecciones anticipadas. A pesar de la diversidad de interlocutores, hemos sido capaces de situar a nuestra industria en el foco político y mediático, siendo la Gamescom un punto de inflexión.

Hemos hecho emerger las oportunidades y los retos a los que nos enfrentamos, aportando información veraz a los responsables políticos sobre el diagnóstico del sector. Así, se han convertido en publicaciones de referencia, tanto nuestro Anuario como el Libro Blanco de los esports.

Pero no sólo eso, hemos hecho un esfuerzo en contribuir al debate público con medidas concretas.

A principios de 2018, presentamos el primer análisis económico sobre la industria de los videojuegos en nuestro país. AEVI pretendía ayudar así a instituciones y expertos a entender la dimensión de la industria de los videojuegos, su impacto total en la producción y su potencial para España. Propusimos un crédito fiscal a los costes de producción del sector combinado con incentivos a la contratación laboral o la creación de un fondo de apoyo al sector. Todo ello supondría un excelente punto de partida para consolidarnos como agente generador de empleo de calidad y de atracción de talento.

Hemos mantenido reuniones al máximo nivel, y siempre con espíritu propositivo. Un ejemplo paradigmático es *The Good Gamer*, una iniciativa para mostrar el valor social del videojuego y promover el juego responsable entre los más pequeños, implicando a madres, padres y comunidad educativa. El proyecto, pionero en Europa, fue presentado en diciembre en Bilbao, en la octava edición del *Fun & Serious Game Festival*. Este año, trabajaremos para implicar a las principales instituciones del país y convertirlo así, en un portal de referencia para la comunidad *gamer*.

Iniciamos otra etapa, con nuevos gobiernos en la mayoría de las comunidades autónomas y en España sin olvidar la renovación en las instituciones europeas. Con la reactivación muy esperada de la Mesa del Videojuego tenemos que ser capaces de plantear políticas públicas efectivas para avanzar juntos de la mano. Será necesario consensuar un Plan Estratégico que incluya incentivos fiscales y deducciones de las cotizaciones sociales; un fondo de apoyo a los estudios de desarrollo local; la creación de *Digital Gaming Hubs* que promuevan la innovación en gamificación; medidas de promoción de los *serious games* en ámbitos como la educación y la sanidad; introducción de asignaturas de programación y ciencias de computación en el sistema educativo para promover las vocaciones científicas en edades tempranas, sobre todo entre las alumnas; la celebración de eventos de videojuegos para situar a España en el mapa de las competiciones de esports.

Este es nuestro momento. Es el momento de la industria del videojuego en España. Desde AEVI podemos y sabemos cómo liderar e integrar todas las medidas que surjan a través del debate con todos aquellos que quieran formar parte de este camino, con el objetivo de trazar una hoja de ruta que suponga un salto cualitativo para publishers, desarrolladores, distribuidores, retailers, compañías de esports, universidades y escuelas.

Alberto Gonzalez Lorca
Presidente de AEVI

2. VISIÓN DE LAS COMPAÑÍAS

En 2018, Activision Blizzard ha reforzado el valor de sus principales franquicias a partir de una nueva línea de negocio, la de los productos de consumo. Creada en 2017 y en tan solo un año de andadura, Activision Blizzard Consumer Products Group (ABCPG) ha llevado a cabo un importante despliegue junto a partners de primera línea, para reforzar el valor de las marcas más valoradas por los fans de los videojuegos, potenciando así su expansión internacional.

De esta forma, franquicias como Call of Duty®, Spyro™ y Crash Bandicoot™ de Activision; Overwatch®, Hearthstone® y World of Warcraft® de Blizzard Entertainment, llegan a una audiencia global de más de 352 millones de jugadores y fans, con productos que van desde ítems que potencian la experiencia de juego en forma de ratones, teclados, etc., hasta prendas de vestir o artículos de colección, gracias a los acuerdos cerrados con partners como UNIQLO, Primark, Nerf, New Era, McFarlane, Funko o Mattel, entre otros.

Esta nueva estrategia de negocio nos permitirá interactuar con nuestra comunidad de jugadores los 365 días del año.

Carlos Pombo
Director General - Activision Blizzard Iberia

Para Atlas Informática 2018 ha sido un año intrépido, lleno de retos y de aventuras que hemos afrontado todo el grupo empresarial como mejor se puede hacer: codo con codo y con retroalimentación de todo nuestro equipo, plantilla que además hemos tenido la suerte de poder ampliar en casi un 20% durante todo este año y que, sin duda, ha contribuido a que 2018 haya sido un año de numerosas celebraciones para nuestra compañía.

Un año donde hemos renovado la imagen y plataforma de varias de nuestras marcas, donde hemos aumentado los ingresos en un 20%, donde hemos reforzado varios departamentos, donde hemos apostado por los eventos gaming de mayor talla nacional y por el talento profesional de grandes referentes de la competición. Creo sinceramente que los que trabajamos en este sector disfrutamos mucho de esta constante evolución, porque implica un continuo aprendizaje, un espíritu de superación y un crecimiento profesional y humano que desde Atlas Informática además vivimos con mucha diversión ya que estamos constantemente rodeados de personas que aman su trabajo.

Virginia Calvo Gómez
CEO – Atlas Informática

La industria de los videojuegos siempre se ha caracterizado por su capacidad de cambio y de reinventarse continuamente. Nuevos formatos de juegos, géneros y modelos de negocio son la clave para seguir atrayendo a un público que ya no concibe los juegos como simple entretenimiento sino también como un espectáculo. Bandai Namco, como líder del género manganime, no es una excepción en este clima de innovación y por ello no dejamos de evolucionar para ser mucho más, no sólo una empresa de videojuegos sino una empresa de entretenimiento global sin olvidar nuestras raíces japonesas.

Alberto González-Lorca
VP for the Southern European Region & Bzz Dev - Bandai Namco

Bigben cierra 2018 manteniendo a su división de software como uno de los principales actores de la industria dentro de su segmento, y dando un gran paso adelante gracias a la adquisición de tres estudios de desarrollo: Cyanide, estudio responsable de títulos como Styx Shards of Darkness y Call of Cthulhu, Eko Software, que actualmente se encuentra ultimando Warhammer: Chaosbane, o Kylotonn, especializados en juegos de motor y desarrolladores de V-Rally 4 o del próximo WRC 8.

Que estos estudios formen parte del grupo, supondrá un mayor control en los procesos y tiempos de desarrollo, resultando en un incremento paulatino de los valores de producción de nuestros títulos.

Nuestra línea de periféricos y accesorios gaming también ha tenido una buena acogida durante 2018. En especial los mandos Nacon Revolution Pro Controller 2 y Compact Wired Controller, consiguiendo una importante cuota de mercado en sus respectivos segmentos, y que se verán renovados en este 2019 con el inminente lanzamiento del Revolution Unlimited y el Asymmetric Wireless Controller.

Ambos productos cuentan con licencia oficial PlayStation lo que nos permite reforzar la relación con Sony Interactive Entertainment y continuar así ampliando la oferta de productos licenciados, tanto de la marca Bigben como de la marca Nacon.

2018 ha sido un buen año en términos económicos para el sector, registrando un crecimiento constante y aunando cada vez a más jugadores, por lo que esperamos seguir trabajando en esta línea y mantener nuestra contribución a la industria y nuestro compromiso con los consumidores.

En un mercado donde cada vez más competimos contra el tiempo que los consumidores invierten en otras alternativas de entretenimiento digital, es importante atender y responder a las necesidades de éstos, reaccionar de forma ágil y rápida, buscar sinergias y adaptarse a las tendencias actuales. Este es el compromiso de Bigben para 2019.

Carlos Rosales
Director General – BigBen Interactive

Creanavarra se ha convertido en Centro Superior de Diseño referente en el norte de España en la impartición de Carreras Oficiales relacionadas con el Diseño. Nuestra misión como Centro, es ofrecer una formación de calidad, ajustada a la demanda actual del mercado y que permite a nuestros jóvenes graduados desarrollarse en todas las áreas del videojuego.

Desde Creanavarra siempre apostamos por fortalecer esta industria, ya sea desde el plano académico rodeándonos con profesionales altamente cualificados, o bien estrechando relaciones con instituciones que tienen entre sus objetivos promover el desarrollo de la industria del videojuego en nuestro país, como puede ser AEVI. Unir fuerzas para potenciar el capital humano en la industria del ocio y entretenimiento digital. Asumir de este modo, retos como institución académica para hacer que el sector no pare de crecer como lo ha venido haciendo hasta ahora.

Como agente educativo está en nuestras manos otorgar los conocimientos y herramientas necesarias para guiar a las nuevas generaciones de diseñadores y desarrolladores de videojuegos. Es por ello, que desde hace 25 años Creanavarra forma a expertos con un perfil polivalente y capacidad de trabajo para adaptarse a las diferentes áreas del entretenimiento digital.

creanavarra
centro superior
de diseño_

Eva Beperet Liberal
Directora de Relaciones Externas -Creanavarra Centro Superior de Diseño

El mercado del videojuego a nivel mundial, y en particular en España con más de 20 millones de jugadores, no para de crecer, desarrollarse, expandirse y transformarse. Cada día son más las empresas que emergen en este nuevo ecosistema del gaming y los esports, siendo a su vez mayores también las oportunidades tanto de negocio como profesionales.

El ecosistema no para tampoco de cambiar y en 2019 se esperan grandes eventos que condicionaran el futuro de la industria, con la llegada de nuevos players, nuevas plataformas y nuevos modelos. Para estos cambios debemos estar preparados desde el punto de vista de la formación y los conocimientos, y por ello, desde ICEMD vemos una necesidad formativa clara para acompañar estos retos. Son muchos los profesionales a día de hoy de la industria, estando el gran talento que existe en España en la parte de desarrollo y producción en pleno proceso de crecimiento, pero debemos acompañar estos crecimientos con bases sólidas de formación en áreas que los propios estudios y compañías demandan: Marketing, ventas, desarrollo de negocio y estrategia.

Actualmente, cuando preguntamos a este colectivo de empresas de desarrollo y programación cuales son los perfiles que más les encuentra encontrar o más necesarios, en más de 50% de los casos nos dicen que necesitarían perfiles de Marketing, Ventas y monetización de sus ideas.

Como nuevo miembro de AEVI, **nos comprometemos** en apoyar esta necesidad formativa, con el lanzamiento de ofertas formativas que generen verdadero valor a futuros profesionales de la industria, emprendedores, inversores o marcas, que quieran relacionarse profesionalmente con una de las industrias de más proyección en la actualidad, además de reforzar el compromiso de la industria con la formación, educación y desarrollo de claves educacionales de niños, mayores y familias.

Desde este 2019 empezamos a lanzar oferta formativa tocando puntos clave y necesarios como el aprender a entender el ecosistema gaming y esports, marketing y gaming, marketing para publishers, claves de distribución, marcas, etc..... con mucha ilusión y muchas ganas de ser parte de esta gran industria.

Sergio Morcillo y David Pavón
Directores del Programa Gaming & eSports Business Development de ICEMD, Instituto Digital de ESIC

Un año más, desde ESNE hemos apostado por una formación de calidad, interdisciplinar y rigurosa, que permite formar a los estudiantes con amplios perfiles y con conocimientos reales y próximos a las necesidades de la industria y de su futuro profesional. Además, hemos tenido una agenda cargada de actividades que han permitido potenciar el alcance y la profundidad de los videojuegos como producto e industria.

La vocación de hacer de la industria de los videojuegos un referente de las creaciones artísticas y tecnológicas es un reto constante para la industria, y desde ESNE hemos acercado profesionales de distintas disciplinas (artes escénicas, educación, ingeniería...) al mundo de los videojuegos. Cabe destacar, además, nuestro sentido responsable frente a la familia y la sociedad dando nuestro apoyo a las iniciativas de juego responsable y educativo.

ESNE
ESCUELA UNIVERSITARIA DE DISEÑO, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Luis Peña Sánchez
Director del Área Académica de Tecnología Digital - ESNE

GAME

Hemos vivido un 2018 de crecimiento. Ya no solo por las ventas en videojuegos, que han sido mayores que el pasado año, sino por la madurez que ha alcanzado la industria este año. Hemos aprendido. Aprendido que los ciclos de las consolas ya no son como antes, con Nintendo Switch irrumpiendo con una enorme fuerza y unas ventas excepcionales a mitad de ciclo de la actual generación con PS4 y Xbox One. Con videojuegos que ya no solo se quedan en el videojuego, sino que nos ofrecen mucho más en forma merchandising, y que cada vez está más presente como complemento a cualquier título.

El año pasado os decía que este sector es ilusión, y este os digo, que otra gran parte es aprendizaje. Tenemos las máquinas de nueva generación en un horizonte cercano y un camino por delante que plantea muchísimos retos, y que desde GAME vamos a afrontar juntos. Y sobre todo, con nuestros clientes. Para seguir dándoles las mejores opciones de compra, las ediciones más exclusivas, el merchandising de más calidad y los servicios más amplios, para que ellos siempre puedan elegir cómo comprar en GAME.

El sector de los videojuegos en España crece a un ritmo imparable. Y desde GAME, continuará creciendo también, siempre, nuestro compromiso de estar a la altura, tanto del sector, como de nuestros clientes.

Pablo Crespo
Director General - GAME

GAMMERA NEST

Para Gammera Nest 2018 ha sido “el año antes del cambio”. Durante 5 años desde nuestro nacimiento, el proyecto Nubla, el videojuego del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, ha marcado nuestro trabajo y nuestra forma de aprender a desarrollar títulos así como a crecer como empresa. Gracias a este proyecto, nuestros lazos con PlayStation España se han ido estrechando hasta el punto de convertirnos en coordinadores del Programa Talents en toda España y Portugal, lo que, a su vez, nos ha ido permitiendo conocer, compartir y vivir múltiples experiencias con todo tipo de desarrolladores, publishers e inversores. Pero el pasado diciembre de 2018 finalizó el proceso con el lanzamiento de Nubla 2. Con este paso, ahora sólo nos queda esperar recoger los frutos merecidos de un trabajo que nos ha posicionado como una de las pocas empresas del sector capaces de reunir un equipo de más de 50 personas a lo largo de tres años para realizar un proyecto cuyo coste ha superado los 300.000 euros de desarrollo y adentrarnos en los nuevos proyectos que nos han llegado con 2019. Una aventura que nos llevará a publicar simultáneamente dos proyectos de gran envergadura y presupuesto entre septiembre y finales de año así como otro proyecto más pequeño y personal, pero del que nos sentimos enormemente orgullosos.

Somos conscientes, a la vez, de que no todo consiste en desarrollar y publicar. Este año 2018 nos permitió, gracias al apoyo de Espacio Fundación Telefónica, llevar a cabo un foro de reflexión sobre el videojuego que continua este año con el “Laboratorio de Pensamiento” abierto en diversos museos e instituciones. Creemos que 2018 nos ha enseñado a los desarrolladores en España que aún queda mucho trabajo por hacer, que si nos comparamos con otros países del entorno europeo, encontraremos ejemplos pero sobre todo, deberíamos buscar socios. Llevamos demasiado tiempo trabajando como individuos únicos y separados, sin escucharnos los unos a los otros y el mundo del videojuego cada vez es más amplio y global, está más lleno de oportunidades que sólo podremos coger si no somos empresas pequeñas sino medianas o grandes compañías y eso sólo lo conseguiremos asociándonos entre nosotros. Creo que 2018 con ejemplos como Gris o The Red Strings Club (ambos publicados con el apoyo de Devolver Digital — empresa de Estados Unidos —) o Don’t feed the Monkeys (publicado por Alawar Entertainment, de Rusia), demuestran que los proyectos nacionales pueden ser buenos e importantes, pero sobre todo necesitan encontrar socios fuertes que les permitan llegar donde nunca hasta ahora hemos llegado. Creo que es lo que mejor resume este año 2018 en la industria de los videojuegos.

Daniel Sánchez Mateos
Director - Gammera Nest

En las oficinas de Koch Media Iberia trabajamos mucho y muy duro para que los consumidores de videojuegos de nuestro país se diviertan, para que encuentren en nuestro catálogo de productos aquello que les ilusiona y les entretiene. Acción, aventuras, deportes, conducción, rol, karaokes, plataformas, lucha... No se nos escapa un género, ni tampoco ninguna de las consolas: PlayStation 4, Xbox One, Nintendo Switch, PC y 3DS. Las marcas que representamos (Atlus, Capcom, CI Games, Codemasters, Focus Home Interactive, Koei Tecmo, Piggyback Interactive, Rising Star, Sega, Solutions 2 Go, Spike Chunsoft, Square Enix, THQ Nordic, Zenimax) así como los productos propios (Deep Silver y Ravenscourt) nos han convertido en la distribuidora de software independiente líder de nuestro país. También nos atrevemos con lo Retro (lanzamos C64 Mini y Go Retro! Portable) y con el merchandising (de las marcas RubberoRoad/Numskull y Gaya Entertainment). 2018 ha sido pródigo en lanzamientos y hemos batido nuestros propios registros incrementando la cifra de negocio y mejorando la posición en el mercado.

El equipo de profesionales de Koch Media no descansa y el año que cerramos nos dejó títulos como Monster Hunter World, Dragon Quest XI, Shadow of the Tomb Raider, Attack on Titan 2, Darksider III, F1 2.018, Fallout 76, Farming Simulator 2019, Harvest Moon: La Luz de la Esperanza, Sonic Mania, Valkyria Chronicles, Yakuza 6, Youtuber´s Life... ¡Más de 100 títulos! Y 2019 no nos va a parar: Resident Evil 2 Remake, Kingdom Hearts III, Dirt Rally 2.0, Devil May Cry V o el esperado Metro Exodus de Deep Silver. Nuevamente será un año divertido donde los consumidores podrán seguir confiando en nosotros para dar rienda suelta a su imaginación y exprimir sus dispositivos de entretenimiento.

Oscar del Moral Negugogor
Consejero Delegado– Koch Media SLU

2018 fue un año clave para los esports en el mundo. Y la LVP, la organización de esports líder en el mundo hispanohablante, fue parte de este enorme crecimiento.

Con la apertura de nuevas oficinas en México, Argentina, Colombia y Reino Unido, y el mayor número de eventos hasta la fecha (21 en 6 países), el año cerró con cifras récord. En términos de retransmisiones, LVP se ha consolidado como el canal de esports en español número 1 del mundo, con más de 28,5 millones de espectadores (un 64% más que el año anterior). Pero el crecimiento no se produjo solo en línea: más de 130.000 personas asistieron a los diferentes eventos. Ha sido, sin lugar a duda, nuestro mejor año y prólogo a un 2019 de fuerte expansión internacional y en nuevas plataformas, como U-Beat: la apuesta del grupo MEDIAPRO (del que forma parte LVP) para liderar el contenido de esports en directo y bajo demanda.

Sergi Mesonero Burgos
Director de estrategia - Liga de Videojuegos Profesional

Xbox ha cambiado la forma en que se habla de videojuegos durante 2018. Pero es parte de un proceso. Uno en el que cada vez más personas tendrán acceso a una forma de entretenimiento y conexión más universal. Porque se han roto barreras con productos como Xbox Adaptive Controller. Una apuesta por la inclusión que ha traspasado su objetivo inicial, que todos jueguen, para convertirse en herramienta de profesionales en la medicina, educación o diseño, entre otros campos.

El año pasado fue toda una revolución en la forma de entender el futuro de los videojuegos y el entretenimiento. Con herramientas nuevas para que desarrolladores de todos los niveles aprovechen todo tipo de hardware y se abran a formas nuevas de expresión. Con un programa, ID@Xbox, que ha superado los 1.000 títulos y que no para de crecer. Para que los nuevos profesionales puedan encontrar su hueco, lleno de originalidad y opciones para crecer. Prueba de ello es que en Madrid Games Week 2018, nada menos que doce desarrolladores de todo el mundo, vinieron a presentar sus proyectos. Algunos de los cuales ya han llegado con gran éxito a los jugadores.

Microsoft

Han sido muchos los frentes donde 2018 ha sido un año de transformación para nosotros. Xbox Game Pass se ha asentado y rompe records en aceptación y catálogo cada mes. Con tres generaciones de consolas y todos los géneros para elegir. Incluso con títulos de lanzamiento, incluidos todos los de Xbox Game Studios. Otra gran apuesta por la originalidad y los proyectos de calado donde franquicias como Halo, Gears of War o Forza se suman a muchas más para todos los gustos. Con los recursos de Microsoft y Xbox para potenciar la creatividad hasta límites aún por descubrir.

Las opciones en Xbox no paran de llegar. Con el futuro que es Project xCloud para hacer más accesibles los videojuegos a todo el mundo mientras se eliminan barreras. La idea es “juega cuando quieras, como desees y en el momento que te apetezca”. Tanto si se quiere mantener el modelo tradicional, como con el juego por “streaming” y la mayor variedad de dispositivos posible. Pero sin dejar atrás a los aficionados que aman las videoconsolas. Donde el futuro de Xbox también promete ser brillante, tras lo anunciado en el E3 2018.

Con el soporte de nuestro CEO, Satya Nadella, el liderazgo de Phill Spencer, Vicepresidente Ejecutivo de Gaming, y todo el apoyo de Microsoft, Xbox ha sentado las bases para que 2.000 millones de jugadores en todo el mundo tengan acceso a experiencias increíbles.

Fernanda Delgado Puig
Gaming Lead en Microsoft Iberia

Comenzamos nuestra andadura en el 2017 poniendo toda nuestra energía y empeño en la creación de nuestra marca y con nuevos retos y proyectos. Expusimos en muchos eventos y ferias por todo el mundo como la Gamescom, Tokyo Game Show, GDC,... Gracias a todo ese esfuerzo y a las innumerables reuniones y viajes, hemos conseguido los contactos que tenemos a día de hoy.

Hoy dos años después desde nuestros inicios en el mundo de los videojuegos, estamos realizando diferentes proyectos muy interesantes para una gran productora de cine internacional y un estudio de videojuegos muy importante a nivel mundial. Estamos aprendiendo muchísimo gracias a trabajar mano a mano con estas grandes empresas y nos da fuerzas para poder seguir trabajando día a día e ir aprendiendo de los mejores y haciendo que mejoremos como estudio.

Gabriel Torres Picher
CEO y cofundador – Orenji Games

Para Petoons Studio, 2018 ha sido un año intenso de aprendizajes y maduración. Tras ganar el Premio PlayStation al Mejor Juego Infantil con Petoons Party, hemos crecido y consolidado el equipo para lanzar el videojuego durante 2019 en PC/Steam, Nintendo Switch y Xbox One.

Además del desarrollo del videojuego, estamos poniendo en marcha la producción de la serie de animación 3D (52 episodios x 11 minutos) basada en el mundo de los Petoons. Nuestro objetivo para 2019 es continuar desarrollando Petoons como una marca transmedia global que nace de un videojuego y evoluciona y se extiende a otros ámbitos: smartphones, tablets, libros, cómics, juguetes, etc.

Seguiremos creciendo como estudio siempre muy enfocados en el ocio y entretenimiento familiar, expandiendo nuestro catálogo más allá de Petoons, con nuevas IPs propias y también con nuevos proyectos desarrollados para terceros.

Sergio García
CEO y Co-fundador – Petoons Studio

2018 fue un año clave para RiftGG: nuestra herramienta tomó un nuevo rumbo incorporando funcionalidades como estadísticas, grabación de la partida y recomendaciones para ayudar a los jugadores a entender mejor el League of Legends. Organizamos la RiftAnalyst Cup como parte del Circuito Tormenta de Riot Games en donde se registraron más de 1,200 jugadores amateurs. Además, atravesamos un proceso de re-branding cuyo objetivo era transmitir una imagen de más cercanía con nuestros clientes.

Otro gran hito que pudimos celebrar a finales de 2018 fue el cierre de un proceso de financiación que empezamos ese mismo año: en RiftGG conseguimos una inversión por valor de 4 millones de euros la cual nos permitirá seguir desarrollando nuestro software para llevarlo a nuevas alturas y, por supuesto, a otros esports.

Mercè Delgado
CEO & CFO - RiftGG

Para League of Legends y Riot Games, 2018 ha sido un año excelente: de consolidar una afición creciente y apasionada, solidificar nuestro sistema competitivo y recoger éxitos.

Hemos vivido y celebrado momentos épicos con la comunidad, como las finales de verano de la Liga Europea en Vistalegre, batiendo récords de audiencia que nos emocionan. También hemos ratificado, con números imbatibles, que los equipos españoles lideran los esports a nivel continental (13 jugadores en la nueva LEC nada menos)

Asimismo, nos hemos ido haciendo mayores con un equipo que, desde la oficina de Barcelona, sigue teniendo claro que el foco de cada una de nuestras decisiones son los jugadores de cualquier nivel y que contamos con unos cómplices de lujo, los creadores de contenido que contribuyen a convertir LoL en una experiencia global emocionante y auténtica.

Alberto Guerrero
Head Of Esports Europa - Riot Games

Unos meses después del inicio de nuestra colaboración con nuestro partner educativo, Voxel School, estamos orgullosos de comunicar que ya es realidad la creación del estudio Secret 6 Madrid, filial española de la compañía norteamericana Secret 6, LLC, y asociada a The Studio of Secret6, Inc. de Manila.

El nuevo estudio de Secret 6 Madrid cuenta ya en su plantilla con 9 artistas digitales, antiguos alumnos de Voxel School, y un equipo de Lead Artists de reconocida trayectoria profesional. Así mismo, desde Secret 6 creemos que la participación y colaboración de instructores de Voxel School en la actividad del estudio favorece el establecimiento de enlaces únicos entre la práctica profesional y el desarrollo educativo.

Las expectativas son altas para el estudio madrileño, ya que en la actualidad Secret 6 Madrid se encuentra trabajando en asociación con Secret 6 Manila en el desarrollo artístico de uno de los títulos de PlayStation 4 más esperados del 2019.

Durante más de una década, Secret 6 Manila ha brindado sus servicios a algunos de los estudios de videojuegos más grandes del mundo, como Naughty Dog, CD Projekt Red, Eidos y Other Ocean y ha colaborado en proyectos tan prestigiosos como *Shadow of the Tomb Raider,* la saga *Uncharted, Yu-Gi-Oh! Duel Generations, The Last of Us* y diversos juegos desarrollados para Cartoon Network Asia. Esperamos que Secret 6 Madrid siga sus pasos y se consolide como un referente europeo en la creación y producción de Arte para videojuegos. Desde Secret 6 Madrid afrontamos 2019 con mucha ilusión y energía.

Ronald Schaffner
Presidente - Secret 6 group of companies

Sony Interactive Entertainment

2018 ha sido uno de los años estratégicos más relevantes para PlayStation en cuanto a contenidos que se ha visto reflejado en unos magníficos resultados para la compañía. Un año repleto de grandes títulos AAA exclusivos para nuestro catálogo: *God of War, Marvel's Spider-Man* o *Detroit: Become Human* han llevado el juego en PlayStation®4 a un nivel de excelencia sin precedentes. Pero también ha sido un año muy importante para PlayStation®VR con *AstroBot: Rescue Mission* o *Beat Saber*, y para la gama de juegos sociales PlayLink™, con *Frantics, Saber es Poder: Generaciones* o el título español *Melbits World*, desarrollado dentro del programa PlayStation® Talents de apoyo al talento local en nuestro país.

En el terreno de los esports, también ha sido un año importante para la compañía: acogimos en Madrid, en el marco de la feria Madrid Games Week y en primicia mundial, la European Finals FIA-Certified de *Gran Turismo* Championships, un evento internacional de primer nivel que contó con la ilustre presencia de Kazunori Yamauchi; y también fue el año en que lanzamos la I Liga de esports Unificados del mundo como parte de nuestro programa de responsabilidad social Compromiso PlayStation®, en colaboración con la Fundación Telefónica y Special Olympics Madrid.

Además, no quiero olvidarme de otro hito que acontenció con motivo del lanzamiento de la primera consola PlayStation® en 1994 y que cumplirá 25 años en 2019, la compañía se enorgulleció de presentar al mundo una versión en miniatura de aquella plataforma que cambió la industria de los videojuegos para siempre, y que hemos bautizado como PlayStation® Classic. Todo un homenaje a nuestra historia lleno de nostalgia que hizo las delicias de los fans más tradicionales de la casa y también de las nuevas generaciones de jugadores.

En definitiva, un año histórico de consolidación para nuestra marca y lleno de hermosos recuerdos y éxitos que esperamos y deseamos poder seguir repitiendo en años venideros junto con nuestra comunidad, que representa el verdadero motor de la marca y que nos hace trabajar cada día para seguir mejorando.

Liliana Laporte
Directora General - Sony Interactive Entertainment Iberia y territorios del Mediterráneo, Adriático y Balcanes

La industria de los videojuegos se encuentra en un gran momento. Hoy, otros segmentos del entretenimiento ponen sus ojos en nosotros para aprender a conectar mejor con los usuarios, ofrecer experiencias realmente inmersivas y terminar siendo protagonistas en el reparto de su tiempo de ocio. Lo que sin duda reafirma la buena dirección que Ubisoft ha tomado en su empeño por convertirse en un destino para vivir experiencias de ocio inolvidables.

¡Tenemos por delante un futuro increíble! Apalancándonos en la innovación y la creatividad que encierran los grandes talentos de nuestros estudios, veremos nuevas formas de enriquecer el entretenimiento de nuestra comunidad. Una comunidad que crecerá de manera exponencial gracias a propuestas cross-play y plataformas de streaming y cloud gaming.

Antonio Temprano
Managing Director - Ubisoft Spain

La Universidade da Coruña, 2018 ha sido el año en que nuestra institución ha comenzado a posicionarse como referencia en la formación sobre videojuegos en el noroeste español. En el mes de septiembre se puso en marcha el Master Universitario en Diseño, Desarrollo y Comercialización de Videojuegos, que se imparte en la Escuela Politécnica Superior de Ferrol, de la mano de su Campus Industrial. Este programa de postgrado, de dos años de duración, está diseñado bajo un prisma altamente multidisciplinar, donde nuestros estudiantes, titulados provenientes de ámbitos como las artes, la comunicación audiovisual, la informática o la empresa, adquieren por una parte los conocimientos generales y transversales requeridos para la ideación, producción y puesta en valor de un videojuego, mientras que por otra pueden especializarse en la línea en la que mejor pueda aflorar su talento personal.

Por lo que respecta a la formación universitaria de grado, en este año se ha confeccionado la propuesta de lo que será el Grado en Creación Digital, Animación y Videojuegos, que comenzará a impartirse en 2019 en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de A Coruña, dentro de las iniciativas del Campus Innova. Este programa proporcionará a sus estudiantes una formación universitaria de excelencia tanto en el ámbito de la animación por computador como en el de los videojuegos, teniendo en cuenta precisamente la tendencia actual a la confluencia de estas dos tecnologías.

Estamos seguros de que la presencia de estos dos nuevos títulos en el panorama formativo, contribuirá al fortalecimiento y desarrollo del sector, tanto en nuestro ámbito geográfico como en el nacional.

Luis Antonio Hernández Ibáñez
Coordinador del Grado en Creación Digital, Animación y Videojuegos y Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidade da Coruña

Para el Grado en Diseño y Desarrollo de la Universidad San Jorge este año ha sido un año de celebración: se ha graduado la primera promoción de estudiantes del grado y, por otro lado, la primera promoción de los alumnos que cursan el Doble Grado Informática+Videojuegos han iniciado su último curso lectivo. También es destacable el inicio de líneas de investigación en el ámbito de los videojuegos, dentro del grupo de investigación SVIT, que confiamos se materialicen en un mayor conocimiento y mejora en los procesos de desarrollo de los mismos.

Con el objetivo de formar los mejores profesionales del sector del videojuego en Aragón, hemos seguido incrementando las relaciones con las empresas del sector. Estas relaciones hacen que nuestro alumnado sea conocedor de los retos a los que va a enfrentarse en su desarrollo profesional. Por otro lado, la llegada de nuevos profesionales augura una mejora y crecimiento dentro del sector.

Jorge Echevarría
Subdirector del área de conocimiento de Ingeniería y director del grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos - Universidad San Jorge

En Voxel School hemos disfrutado de un magnífico 2018 marcado por el crecimiento en número de alumnos y en la consolidación de nuestra presencia como uno de los centros universitarios referentes de posgrado. Gracias a nuestro potente claustro de profesores, formado por los principales profesionales del sector del videojuego, podemos seguir ofreciendo una experiencia individualizada y atraer el mejor talento a la escuela.

Fruto de este esfuerzo colectivo hemos conseguido ser la escuela más premiada de España en los premios PlayStation Talents este año y hemos disfrutado con los éxitos profesionales de nuestros alumnos que han encontrado su hueco en la industria del videojuego en las principales empresas del sector.Nuestra alianza con PlayStation para impartir Máster Propio de la Universidad Complutense y PlayStation Talents en Marketing, comunicación y Gestión de Videojuegos consolida el espacio de posgrado de la UCM y Voxel School como uno de los más importantes y exclusivos de la universidad española.

Otro éxito importante ha sido la puesta en marcha del Máster Avanzado en Modelado y Texturizado para videojuegos AAA. Un programa que cuenta con la involucración a todos los niveles de la multinacional americana Secret 6, especializados en outsourcing para videojuegos AAA y que tiene en su portfolio juegos tan importantes como la saga completa Uncharted, The Last of Us o The Witcher. Este máster ha sido un éxito de matriculación y los alumnos están disfrutando de un claustro internacional de primer nivel con prácticas en la multinacional americana. Este máster viene a cubrir la importante demanda de profesionales con alta cualificación para el sector de los juegos AAA. Podemos decir con orgullo que actualmente el 100% de la plantilla de Secret 6 en España proviene de estudiantes y profesores de nuestra escuela. La alianza de Voxel School y Secret 6 pone de manifiesto la confianza que la industria está depositando en el formación y talento de nuestros alumnos.

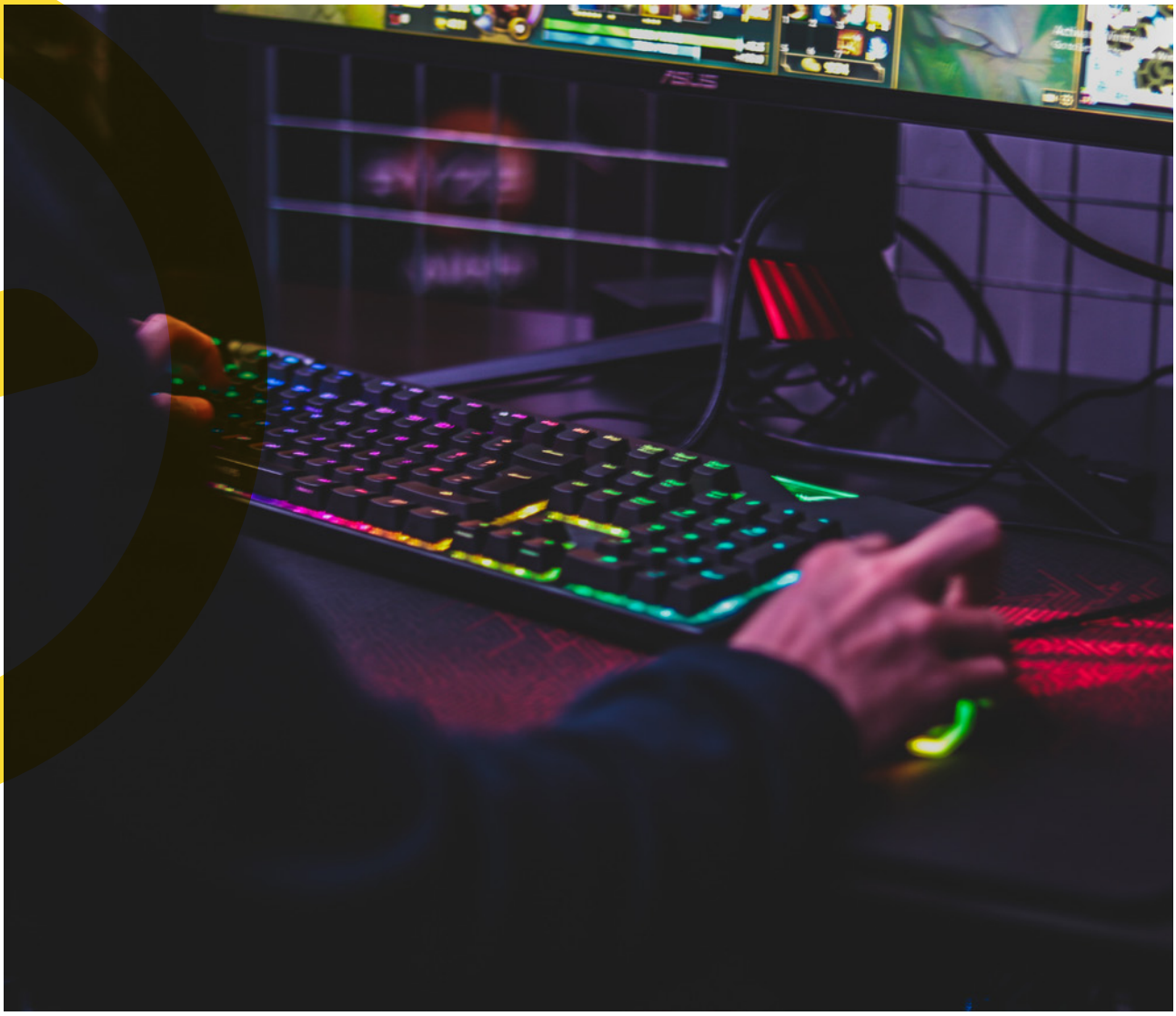
Jose Cuesta Martínez
Director General - Voxel School

Durante 2018 nuestra compañía ha mantenido un mix en el porfolio de producto, con importantes lanzamientos tanto para el gamer más core, como para jugadores más ocasionales.

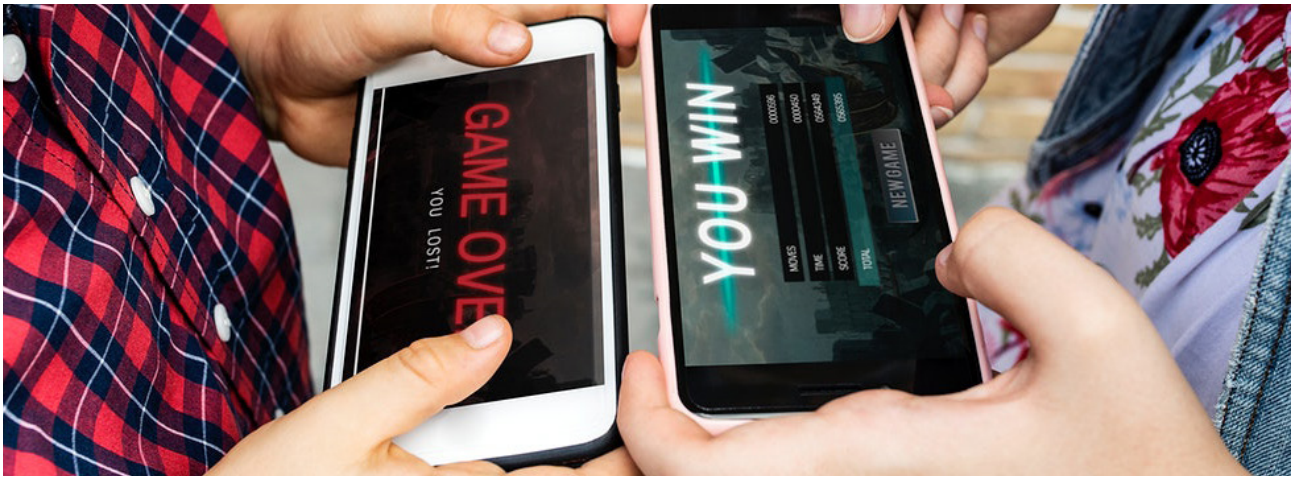
De la mano de TT Games tuvimos Lego Increíbles y también Lego DC Villanos, que siguen ampliando nuestra gama de títulos Lego, llevándonos al mundo de los super héroes y esta vez también con los peores villanos del universo DC. Harry Potter y su mundo fantástico llegó a la versión de Switch convirtiéndose en uno de los éxitos de esta temporada. El acuerdo con el estudio danés IO Interactive permitió a los fans disfrutar la esperada saga del agente 47 en Hitman2. Pero sin duda uno de los grandes logros para Warner este año ha sido su alianza con Epic Games, gracias a ella el pack de Criogenización, del fenómeno Fortnite, estuvo también presente en la Campaña de Navidad convirtiéndose en nuestro top 1 en ventas.

Nuestra andadura sigue también en plataformas móviles y el sector digital, con el anuncio de Wizards Unite que verá la luz en 2019 o juegos como Golf Clash que continúa su crecimiento.

Leticia de la Parte
Sales Manager Videogames - Warner Bros Interactive



3. LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA EN 2018



EL VIDEOJUEGO EN 2018

DATOS ECONÓMICOS

Los videojuegos siguen siendo la primera opción de ocio audiovisual en España

1.530 Millones €

€ facturados en 2018

+12,6% respecto a 2017

585,7 Millones €

Industria del cine
(Comscore)

Industria de la música grabada
(Promusicae)

237,2 Millones €

850 Millones €

Venta física

Venta online

680 Millones €

MADRID GAMES WEEK 2018

El mayor evento de videojuegos de la historia de España

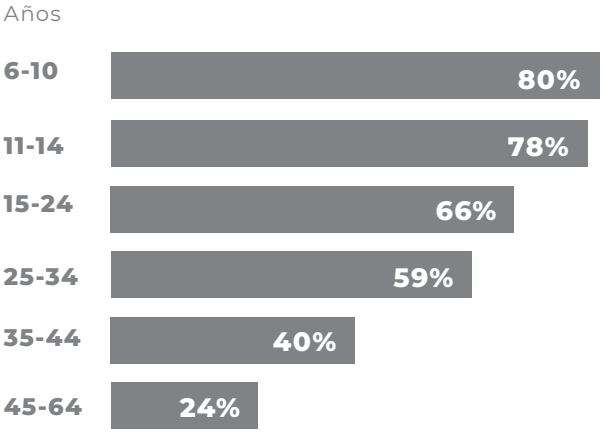
- **136.200 visitas**
- **138 empresas y estudios desarrollo**
- **270 expositores**
- **240 reuniones de negocio**

GAMESCOM

España, país invitado de la mano de AEVI en la X edición de Gamescom, la feria internacional más importante de Europa

PERFIL DE LOS JUGADORES

16,8 Millones de videojugadores (+6,3%)



Los españoles dedican una media de 6,2 horas/semana a videojuegos

Reino Unido 9,1 horas

Alemania 7,4 horas

Francia 6,6 horas

En 2018 se vendieron (en unidades):

Videojuegos: 8.622.282 (-10,6%)

Juegos de videoconsola 8.218.536 (-10,3%)

Juegos para ordenado 403.746 (-17,6%)

Videoconsolas: 1.293.986 (-12,8%)

Accesorios: 4.383.902 (+0,04%)

ESPORTS EN ESPAÑA

- **Audiencia total: 6,9 Millones**
- **Espectadores ocasionales: 4 Millones**
- **Entusiastas de los esports: 2,9 Millones**
- **Trabajadores: Más de 300**
- **Jugadores profesionales: Más de 100**

THE GOOD GAMER

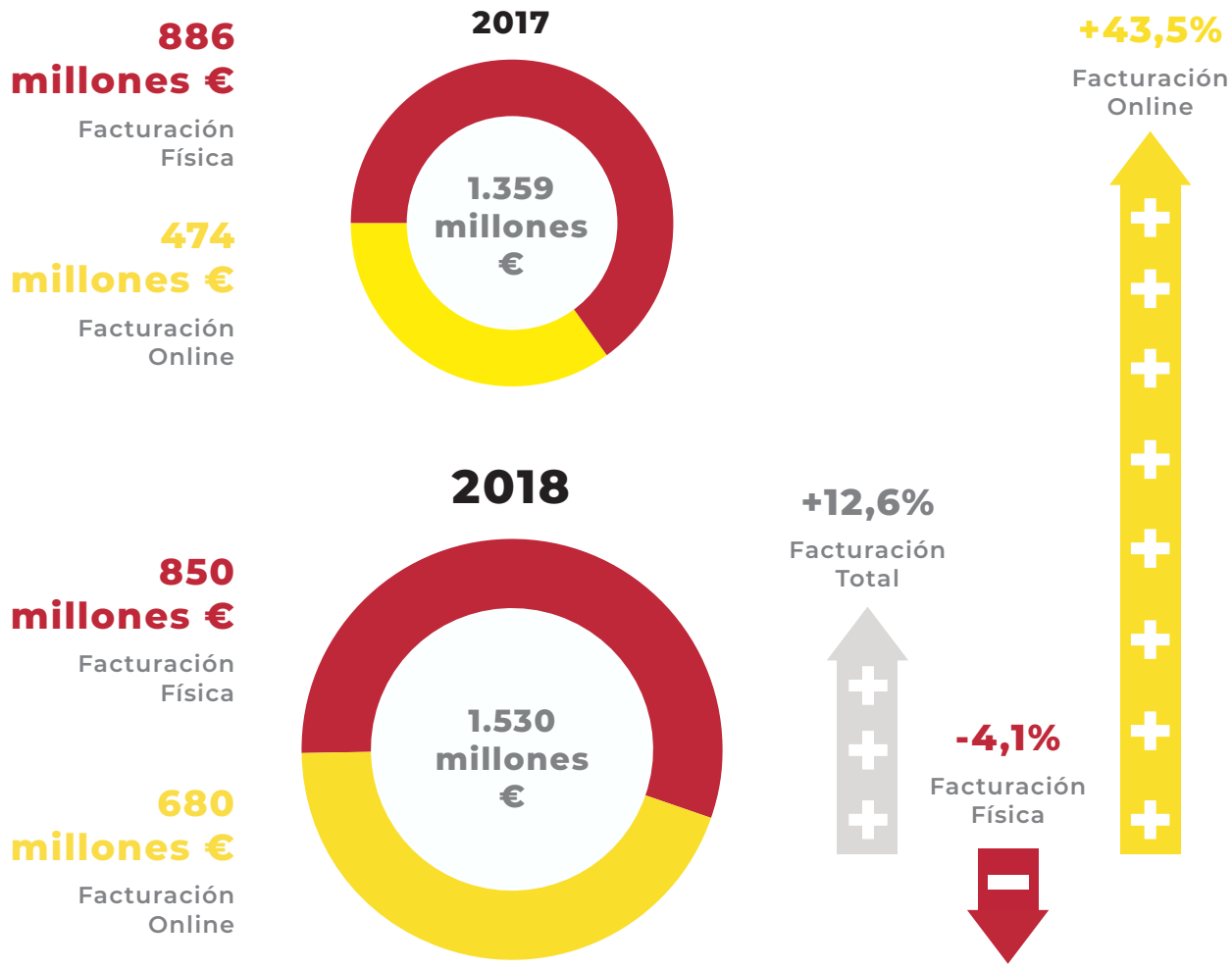
Proyecto pionero en Europa con:

- **Valores del videojuego**
- **Medidas de responsabilidad**
- **Decálogo de recomendaciones**
- **Podcast mensual**
- **Vídeos**

EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

FACTURACIÓN TOTAL

*Fuente: GSD

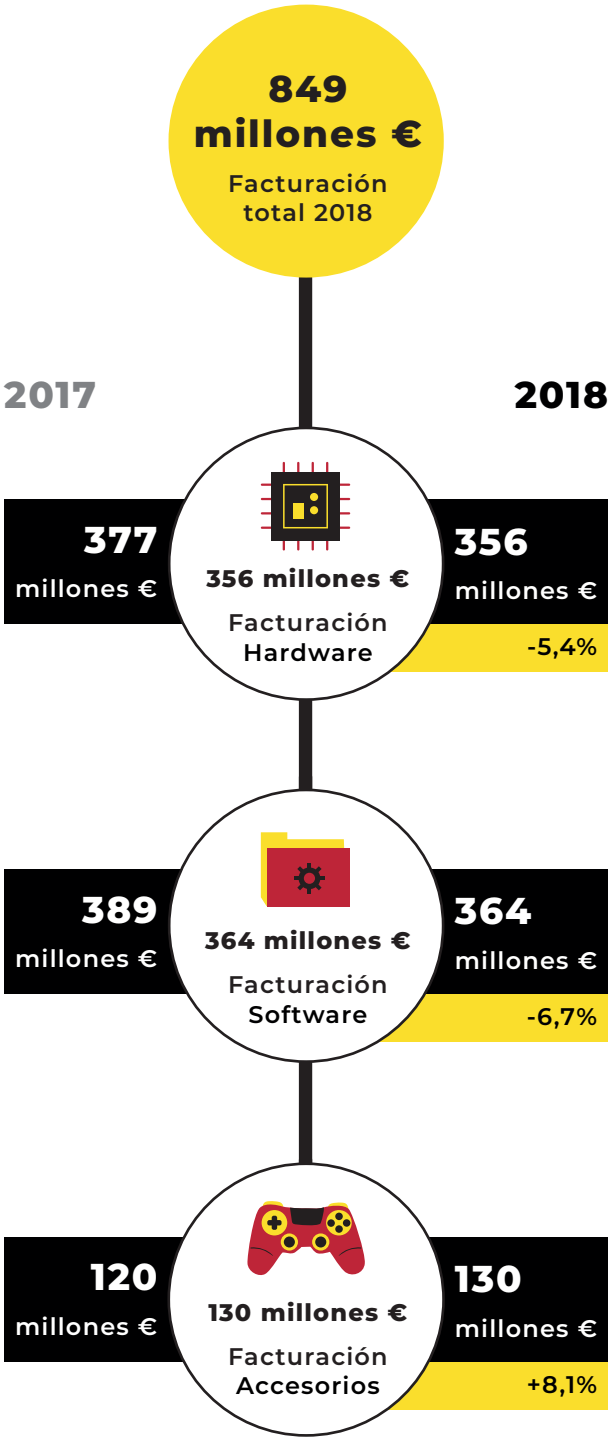


EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

SEGMENTOS DE NEGOCIO

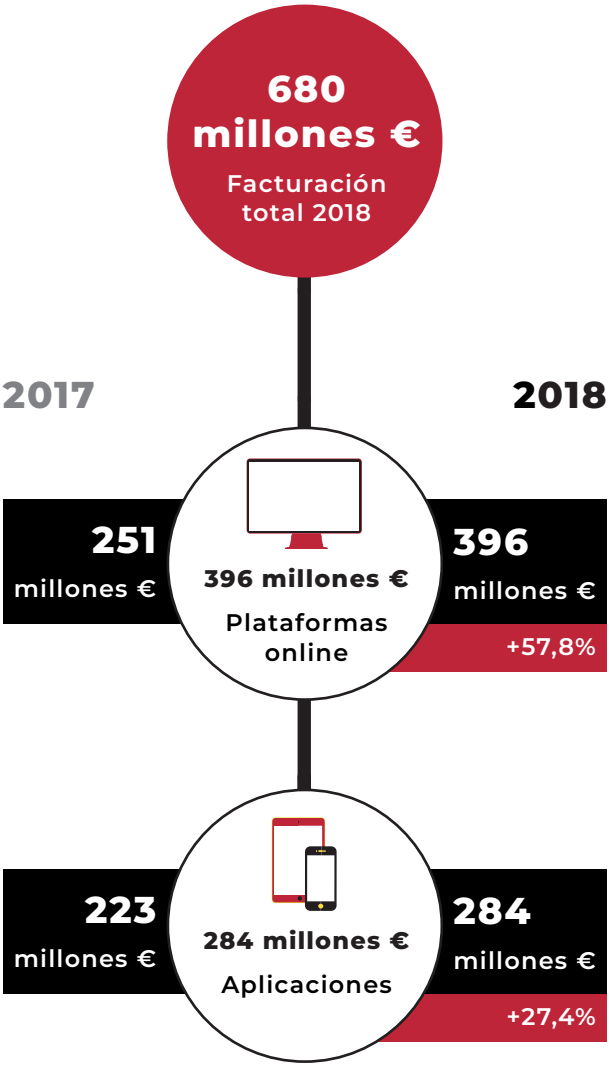
Facturación física

*Fuente: GSD



Facturación online

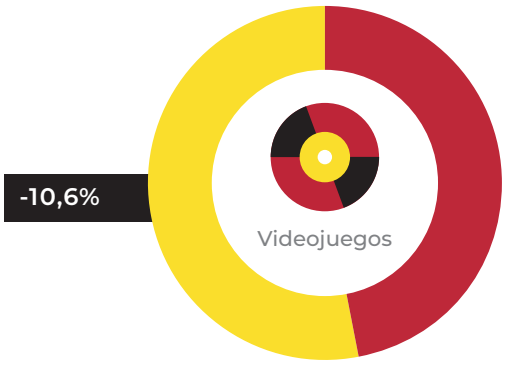
*Fuente: Gametrack



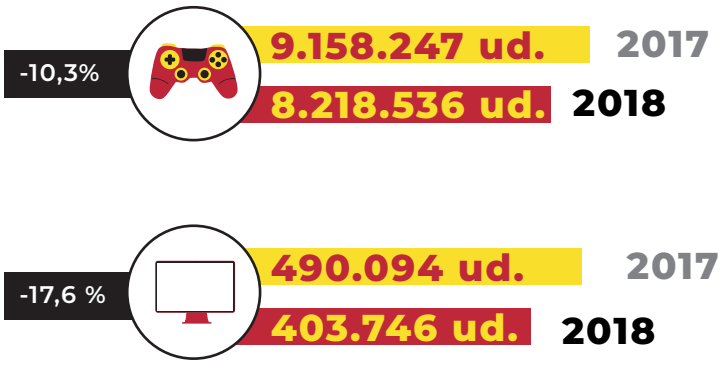
EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

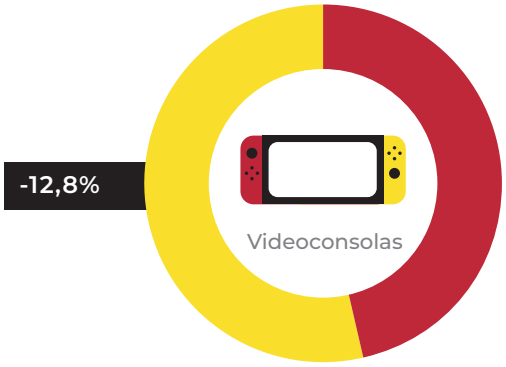
VENTAS POR UNIDADES

*Fuente: GSD

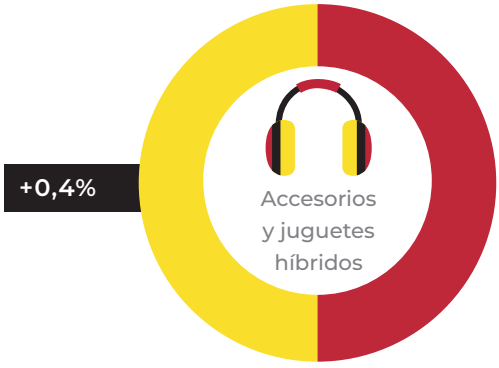


2017 **2018**
9.648.341 ud. **8.622.282 ud.**





2017 **2018**
1.483.799 ud. **1.293.986 ud.**

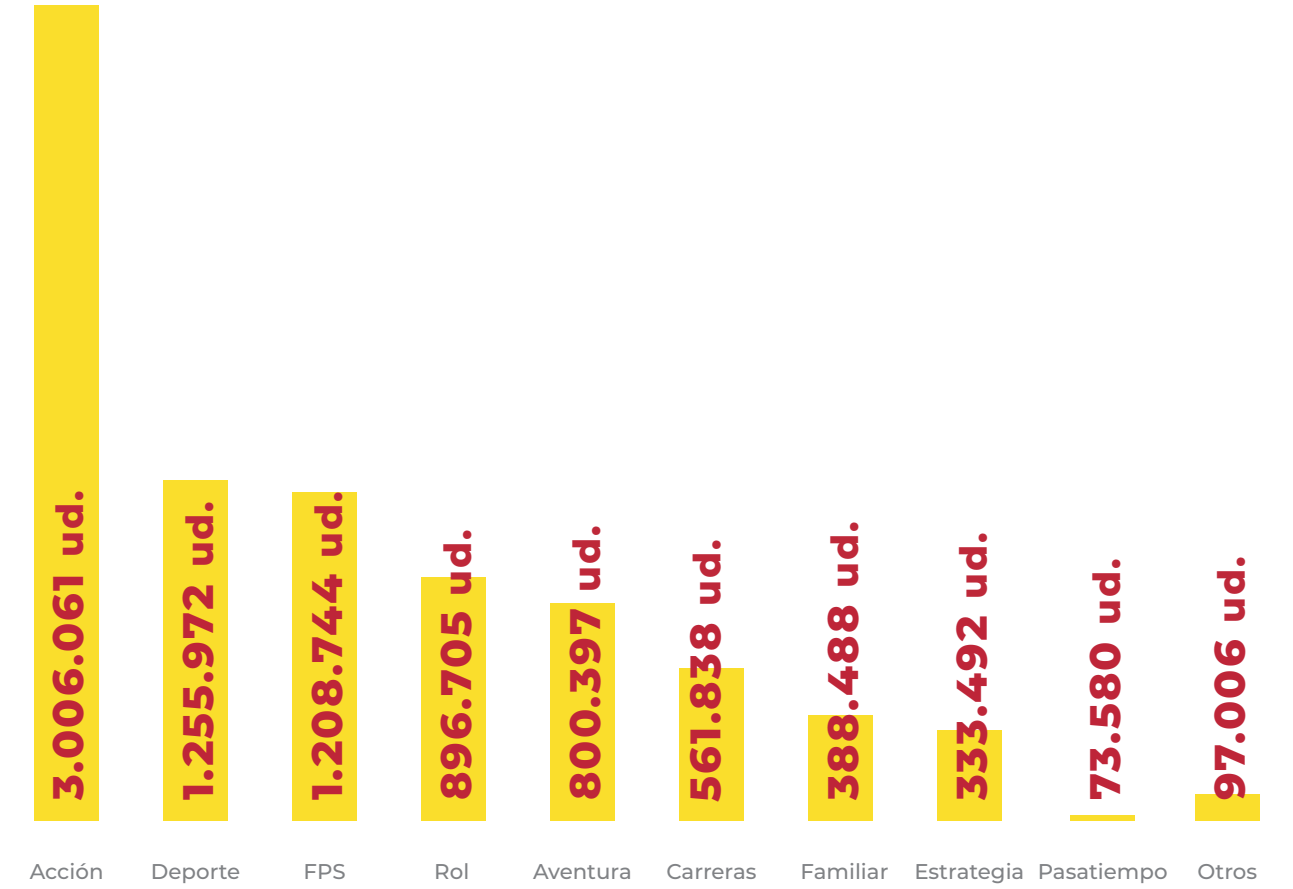


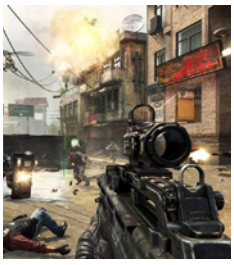
2017 **2018**
4.365.382 ud. **4.383.902 ud.**

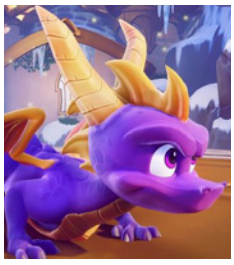
EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

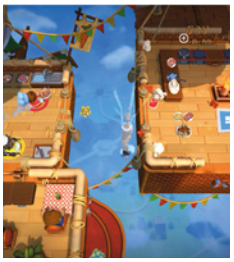
VENTAS POR UNIDADES

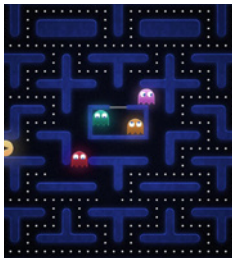
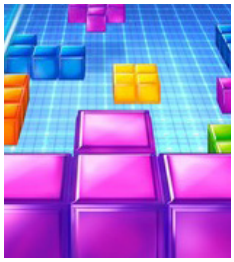
*Fuente: GSD









VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS

*Fuente: GSD (Retail)

1. **FIFA 19**
   ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
2. **RED DEAD REDEMPTION 2**
   ROCKSTAR GAMES (PEGI 18)
3. **SPIDER-MAN**
   SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
4. **CALL OF DUTY: BLACK OPS 4**
   ACTIVISION BLIZZARD (PEGI 18)
5. **GOD OF WAR**
   SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
6. **FAR CRY 5**
   UBISOFT (PEGI 18)
7. **SUPER SMASH BROS. ULTIMATE**
   NINTENDO (PEGI 12)
8. **ASSASSIN'S CREED ODYSSEY**
   UBISOFT (PEGI 18)
9. **NBA 2K19**
   2K SPORTS (PEGI 3)
10. **POKÉMON: LET'S GO, PIKACHU!**
    NINTENDO (PEGI 7)
11. **DRAGON BALL FIGHTERZ**
    BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT (PEGI 12)
12. **JUST DANCE 2019**
    UBISOFT (PEGI 3)
13. **MONSTER HUNTER: WORLD**
    CAPCOM (PEGI 16)
14. **SUPER MARIO PARTY**
    NINTENDO (PEGI 3)
15. **MARIO TENNIS ACES**
    NINTENDO (PEGI 3)
16. **SPYRO REIGNITED TRILOGY**
    ACTIVISION BLIZZARD (PEGI 7)
17. **DETROIT: BECOME HUMAN**
    SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
18. **POKÉMON: LET'S GO, EEVEE!**
    NINTENDO (PEGI 7)
19. **SHADOW OF THE TOMB RAIDER**
    SQUARE ENIX ENTERTAINMENT (PEGI 18)
20. **PRO EVOLUTION SOCCER 2019**
    KONAMI (PEGI 3)

4. PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES ESPAÑOLES

PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES ESPAÑOLES

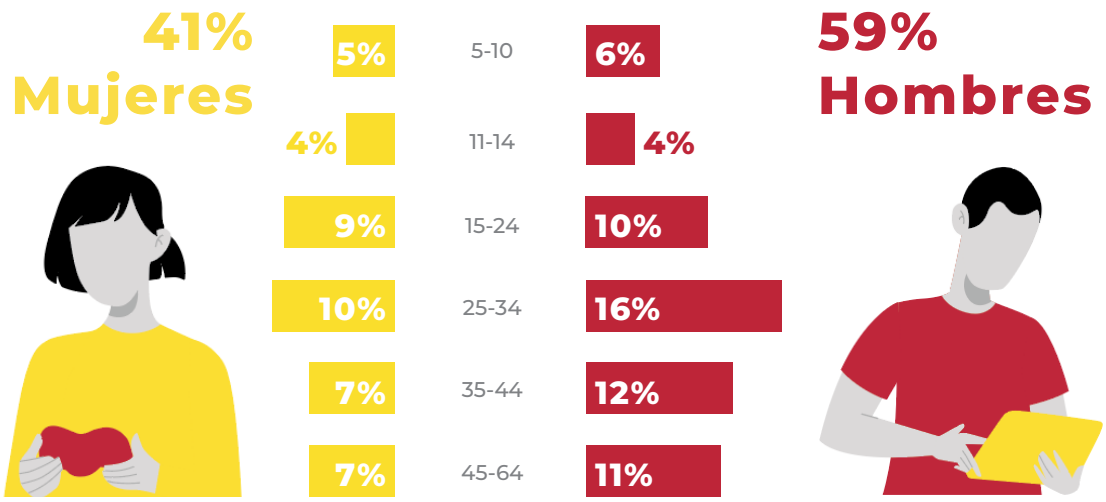
*Fuente: GameTrack

Número total de videojugadores en 2018

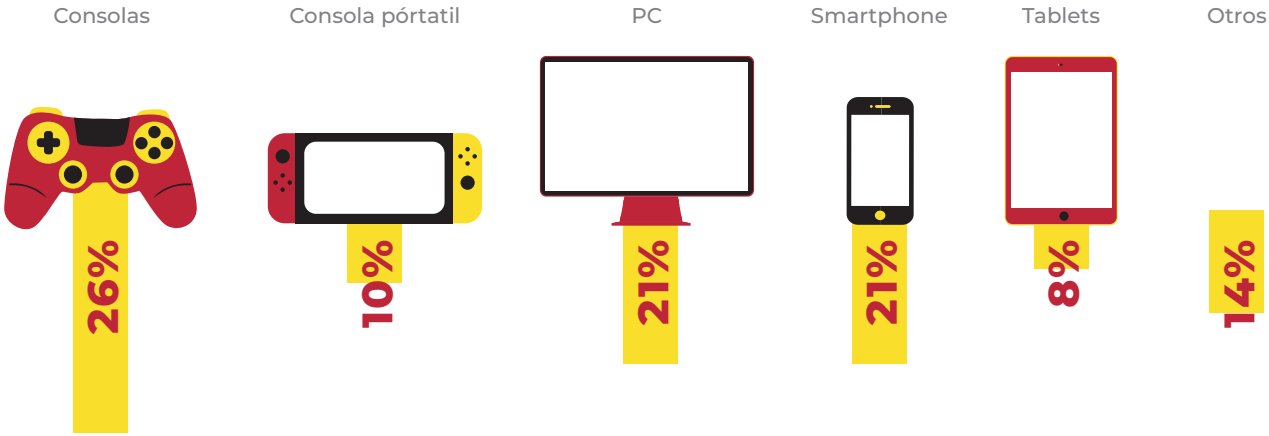
16,8 millones

(47% de los españoles entre 6 y 64 años)

+ 1 millón más que 2017

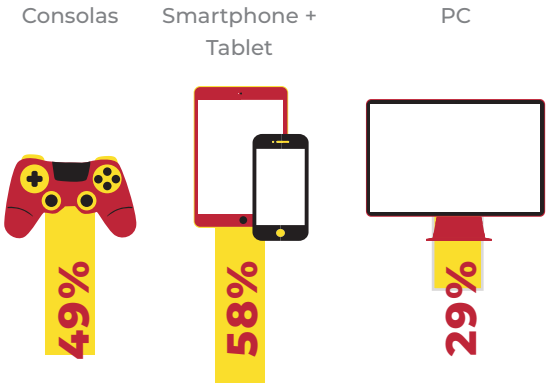


Dispositivos más utilizados

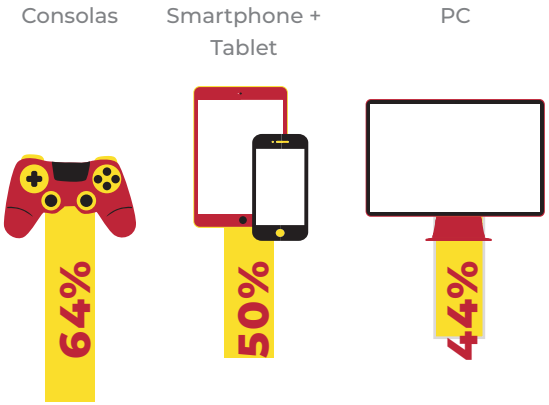


Dispositivos utilizados por cada franja de edad de los usuarios

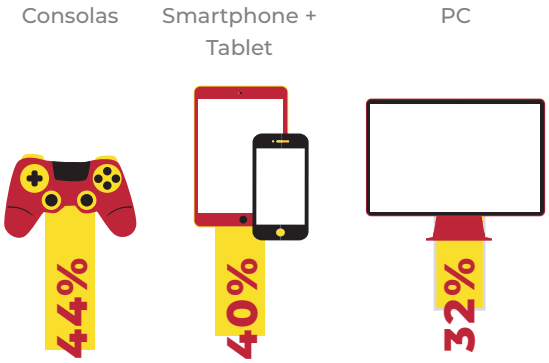
6-10 Años



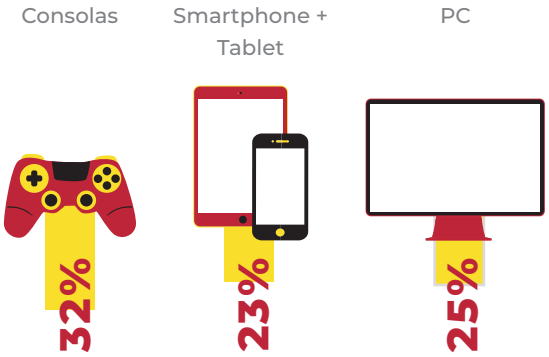
11-14 Años



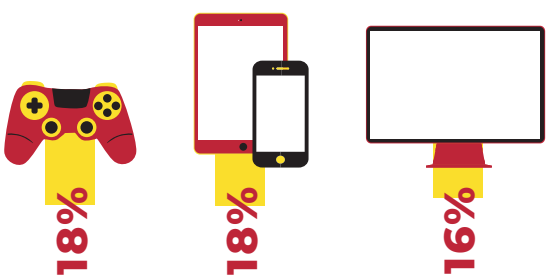
15-24 Años



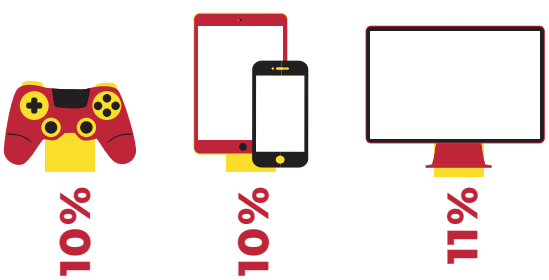
25-34 Años



35-44 Años



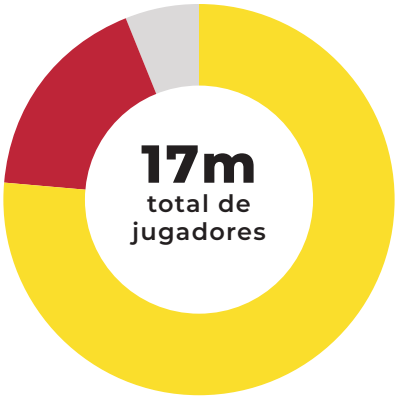
45-64 Años



Frecuencia de juego

6%
Menor frecuencia
1m jugadores

17,9%
Todos los meses
3m jugadores



77,4%
Todas las semanas
13m jugadores

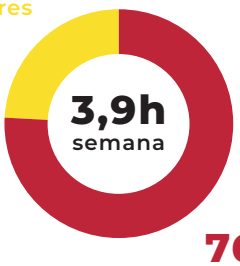
Tiempo de juego

33%
Mujeres

67%
Hombres

Consolas

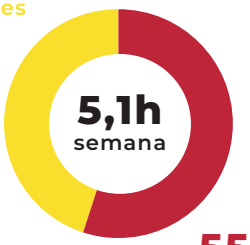
24%
Mujeres



76%
Hombres

Smartphone +
Tablet

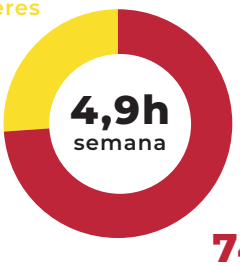
45%
Mujeres



55%
Hombres

PC

26%
Mujeres



74%
Hombres

5. EL VIDEOJUEGO EN EUROPA Y EL MUNDO

ANN BECKER

LOS VIDEO-JUGADORES ESTÁN EN EL CORAZÓN DE LO QUE HACEMOS

Los videojugadores están en el corazón de lo que hacemos. Esa es la razón por la que la federación europea de software interactivo ISFE garantiza que la voz del ecosistema de los videojuegos se escuche y se comprenda, que se celebre su potencial creativo y que los videojugadores de todo el mundo sigan disfrutando responsablemente de grandes experiencias.

2018 fue un año excepcional para el mercado europeo de videojuegos con un gran crecimiento anual del 15% y un ingreso de 12.300 millones de euros en cuatro de los mercados clave de Europa: España, Francia, Alemania y el Reino Unido. Estas sólidas cifras demuestran la capacidad del sector de los videojuegos para redefinir el entretenimiento, generar nuevos modelos de negocios digitales y ofrecer tecnologías con un amplio potencial transversal.

Hoy en día, los videojuegos ofrecen experiencias que enriquecen la vida cultural cotidiana de más de la mitad de todos los europeos e inspiran nuevas formas de entender e interactuar con la sociedad. El estereotipo típico de un gamer ya no es válido: el 45% de los videojugadores europeos son mujeres y uno de los grupos de edad más grandes que disfrutan de los videojuegos son los que tienen entre 45 y 64 años. Mientras que los jugadores juegan principalmente con fines de entretenimiento, los videojuegos traen beneficios a otras áreas de la sociedad, como la cultura, la salud y la educación. La campaña The Good Gamer, lanzada con éxito por AEVI, informa sobre los beneficios de los videojuegos, pero también es un mecanismo para aprender más sobre ellos y un compromiso del sector con la protección de los menores y el videojuego responsable.

Durante 2018, ISFE y su red de asociaciones comerciales nacionales han participado activamente en la conversación con los responsables políticos europeos para garantizar que las diversas propuestas de la Estrategia del Mercado Único Digital generen crecimiento, habilidades e innovación para fortalecer la contribución del ecosistema digital de la Europa del futuro. Uno de los hitos más destacados en 2018 fue el evento anual de ISFE en el Parlamento Europeo “Innovación en los videojuegos: Beneficios para la sociedad: una fuerza para el bien”, en el que tuvimos el honor de contar con José Guirao, Ministro de Cultura y Deportes de España con un discurso de apertura inspirador.

En mayo, los europeos elegiremos un nuevo Parlamento Europeo y se nombrará una nueva Comisión Europea. En este nuevo contexto político, nuestra prioridad será informar a los responsables políticos europeos sobre nuestro sector y sobre los beneficios que los videojuegos aportan a la sociedad. Nuestra visión es que Europa debe ser el lugar donde el talento creativo, la diversidad y la innovación de vanguardia puedan prosperar para impulsar el crecimiento de uno de los sectores creativos más dinámicos e innovadores del mundo.

Ann Becker
Directora de Asuntos Públicos e Institucionales de ISFE

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EUROPA

Según las estimaciones de Newzoo, en **Europa** se facturaron más de 21.300 millones de dólares (18.885 millones de euros) en 2018, lo que supuso un incremento del 12,8% con respecto a 2017. A su vez, el mercado europeo superó los 206 millones de videojugadores, en una población de más de 367 millones de personas con acceso a internet.

A nivel comunitario, Alemania, Reino Unido, Francia, España e Italia son los países que, en ese orden, generaron un mayor consumo de videojuegos en 2018, volviéndose a situar entre los diez países con mayor facturación del mundo. Sólo en Europa, se registró un 15,8% de la facturación total global.

Por su parte, los países de **Europa del Este** en 2018, con un 2,8% de la facturación total mundial, tuvieron una facturación de 3.800 millones de dólares (3.369 millones de euros) en 2018, incrementándose en un 8,0% con respecto a 2017, liderados por Rusia y Polonia.

MERCADO GLOBAL DEL VIDEOJUEGO EN 2018

El mercado internacional del videojuego creció un 10,9% en el año 2018 con respecto al año anterior, alcanzando una facturación total de 134.900 millones de dólares (más de 119.606 millones de euros), según las estimaciones de Newzoo.

La región de Asia y el Pacífico siguió liderando de forma indiscutible la industria del videojuego, con el 49% de la facturación total, seguida de Norteamérica (25%) y Europa, Oriente Medio y África (22%). A nivel específico, el mercado de videojuegos continuó encabezado por China (30.500 millones de euros), Estados Unidos (27.928 millones) y Japón (15.693 millones).

El mercado a nivel global

De acuerdo con los datos del último informe global del mercado de los videojuegos presentado por Newzoo, el mercado mundial de videojuegos habría aumentado en un reseñable 10,9%, pasando de una facturación de 108.900 millones de dólares (94.040 millones de euros) en 2017 a 134.900 millones de dólares (119.606 millones de euros) en 2018. Este crecimiento estuvo impulsado, sobre todo, por un espectacular incremento del 14,1% en Norteamérica, y del 13,2% en Europa, Oriente Medio y África.

Asia-Pacífico y Norteamerica

La región de **Asía** y **Pacífico** siguió liderando la industria mundial del videojuego de forma absolutamente indiscutible en 2018 con una facturación total de 66.200 millones de dólares (58.694 millones de euros), un 8,3% más que en el año 2017. El volumen de negocio en la región, que prácticamente supera los ingresos combinados de Norteamérica y Europa, liderado por las espectaculares cifras de China y Japón, copó un 49,1% de la facturación mundial.

Por su parte, **Norteamérica** se volvió a situar como la segunda gran potencia mundial en el sector de los videojuegos con una facturación de 33.900 millones de dólares (30.056 millones de euros) en 2018, un 14,1% más que en el año 2017, copando el 25,1% de la facturación mundial total con unos datos de producción récord aupados, fundamentalmente, por Estados Unidos.

Nuevos mercados internacionales destacados

En cuanto al resto de áreas geográficas, la región de Latinoamérica en 2018, contó con un crecimiento del 10,8%, registrando una facturación de 4.900 millones de dólares (4.344 millones de euros), impulsada principalmente por México y Brasil con una producción en ambos superior a los 1.000 millones de euros. Además, la región de África y Oriente Medio también registró un importante crecimiento en 2018, pasando de una facturación de 4.000 millones de dólares (3.548 millones de euros) en 2017 a más de 4.700 millones de dólares (4.167 millones de euros) en el pasado año, un incremento superior al 19,5%, encabezado por Turquía y Arabia Saudí con una facturación anual de ambos en torno a los 700 millones de euros.

China y estados Unidos

A nivel específico de países, China y Estados Unidos siguieron liderando los datos de facturación mundial en 2018, seguidos de lejos por Japón, Corea del Sur y Alemania. Así, en el pasado año, China obtuvo unos ingresos de 34.400 millones de dólares (30.500 millones de euros), arrebatando por tercer año consecutivo el liderazgo mundial a Estados Unidos, que alcanzó los 31.500 millones de dólares (27.928 millones de euros). El crecimiento del gigante asiático sigue imparable al concentrar en su territorio a 1.944 millones de personas con acceso a Internet frente a los 298 de millones de Estados Unidos.

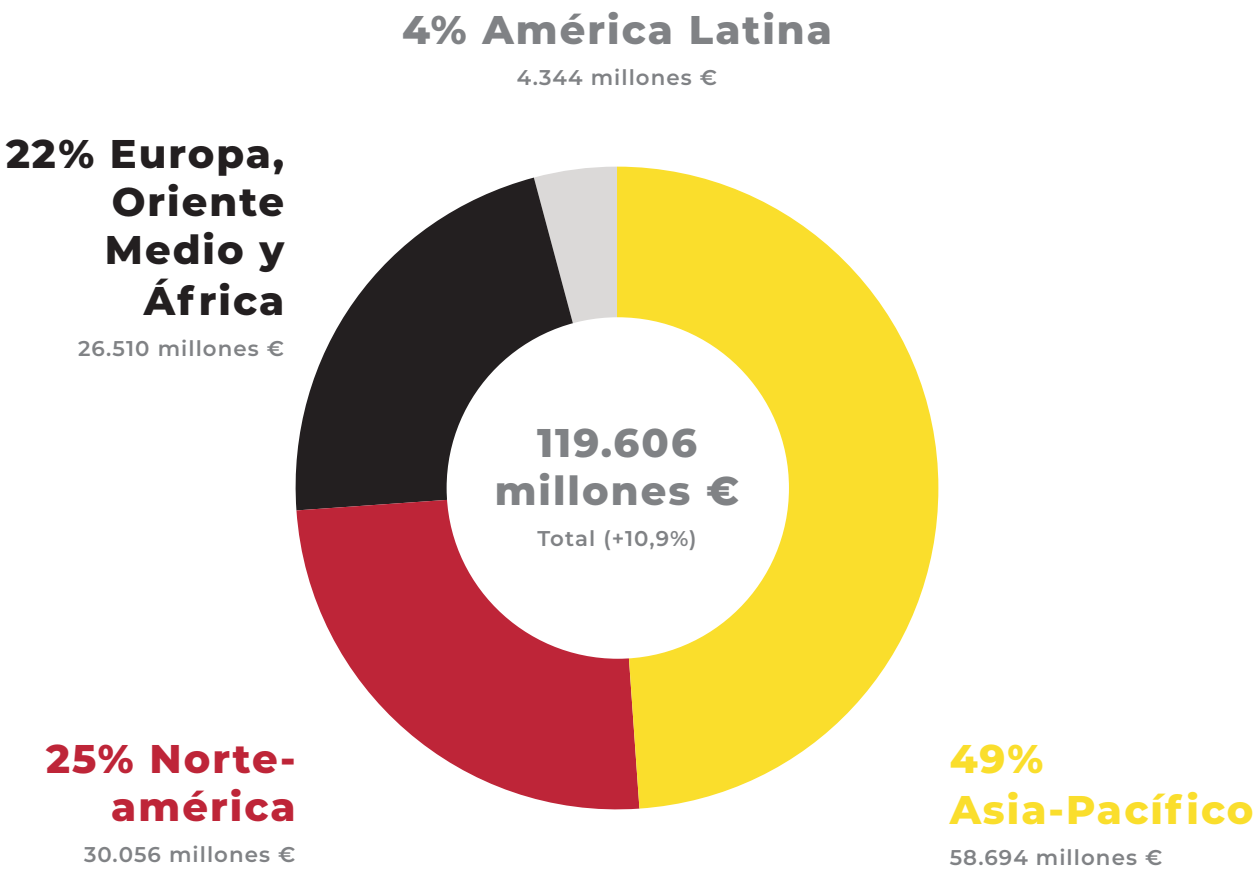
Crecimiento mundial por segmentos

De la facturación total superior a los 119.606 millones de euros de 2018 en todo el mundo, el 47% provino de los videojuegos en móviles alcanzando el dato récord de 56.000 millones de euros (un 12,8% más que en 2017).

Por su parte, las videoconsolas físicas y videojuegos supusieron un notable 28% de los ingresos globales alcanzando los 33.957 millones de euros (un 15,2% más que en 2017), seguido de cerca por los juegos de ordenador y online que coparon un 25% de la facturación global con más de 29.613 millones de euros de facturación.

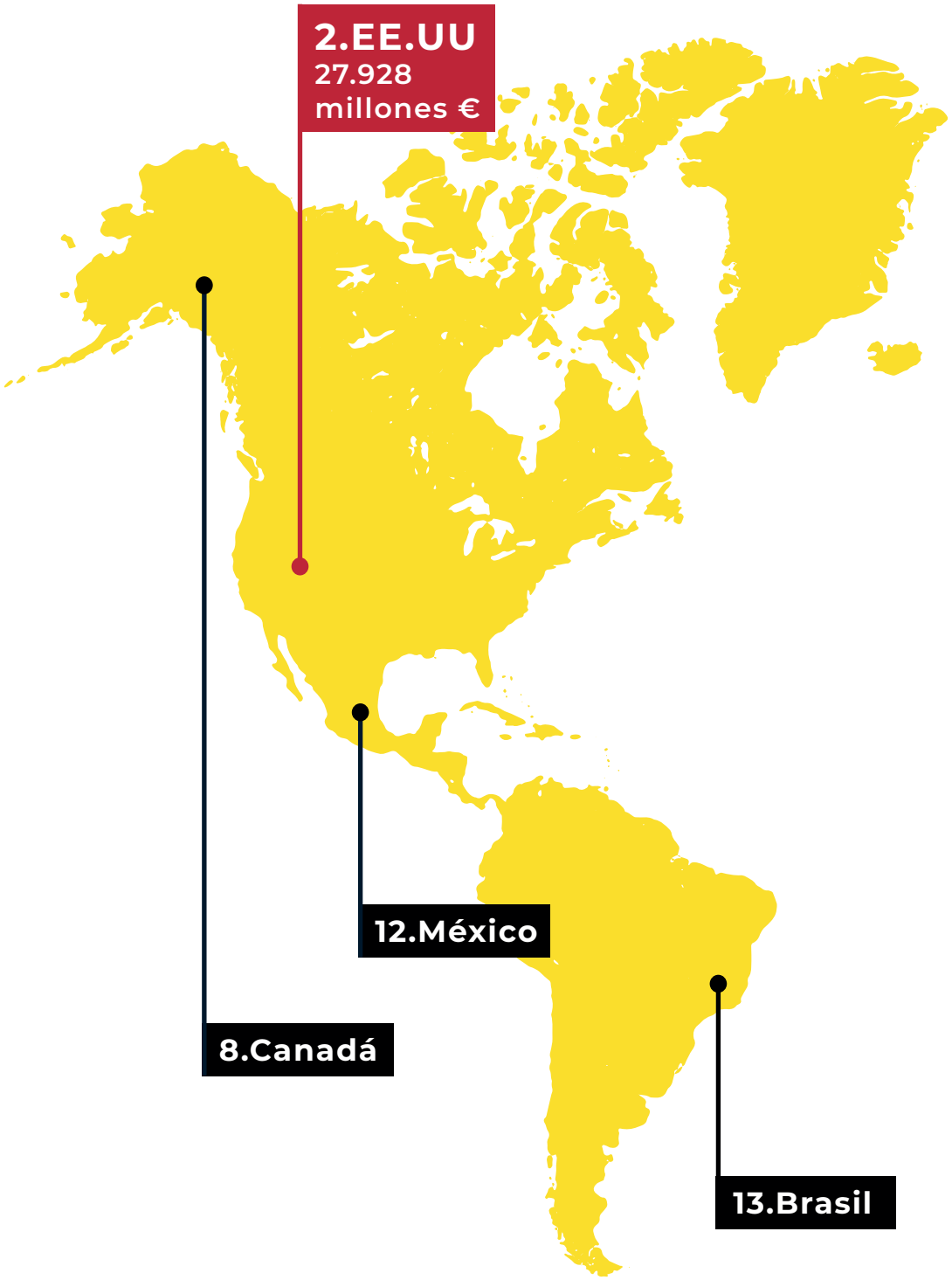
El mercado global del videojuego

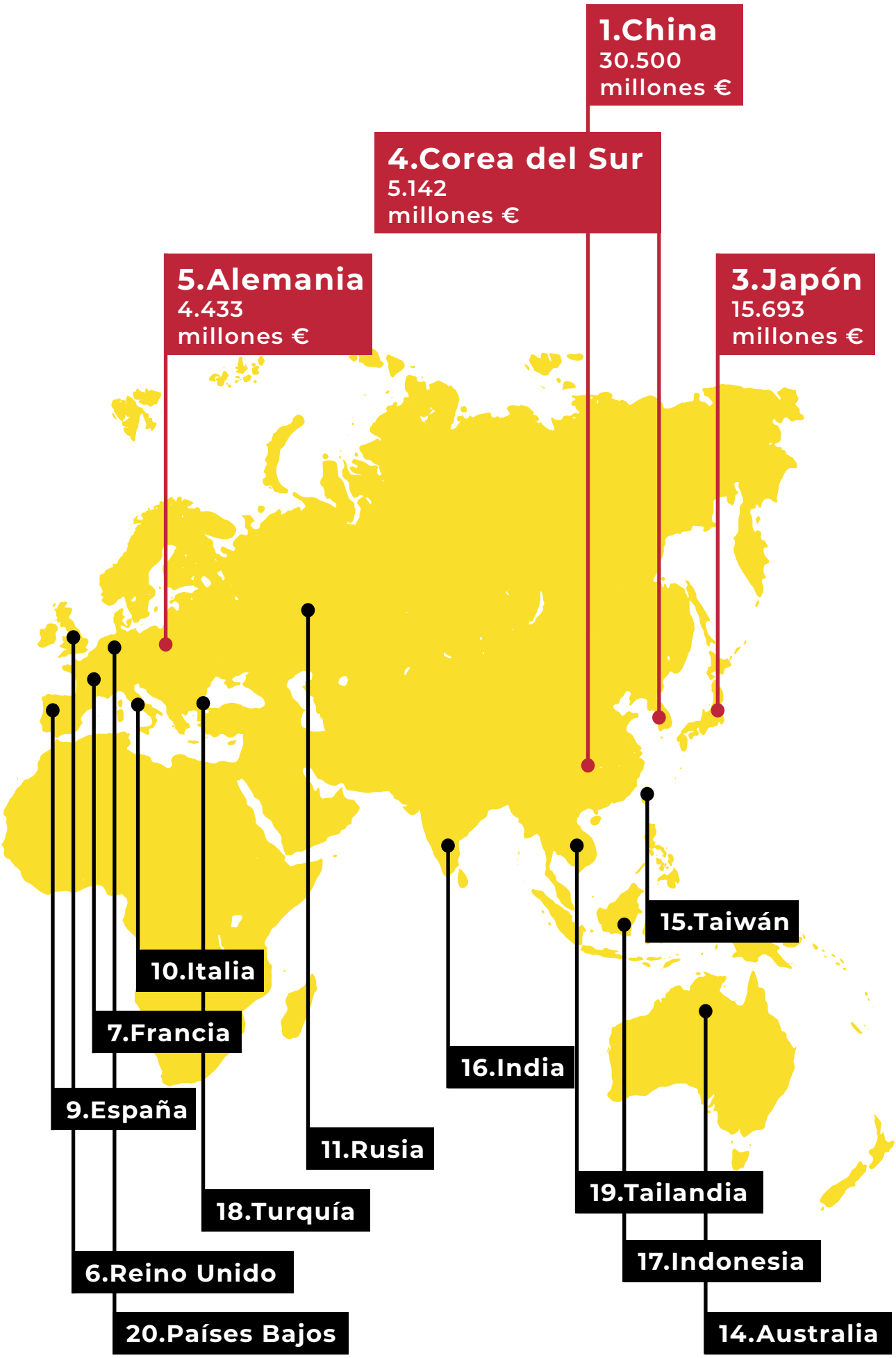
Facturación por regiones
*Fuente: Newzoo



RANKING DE PAÍSES

*Fuente: Newzoo




1.China
30.500
millones €
4.Corea del Sur
5.142
millones €
5.Alemania
4.433
millones €
3.Japón
15.693
millones €
15.Taiwán
10.Italia
7.Francia
16.India
9.España
11.Rusia
19.Tailandia
18.Turquía
6.Reino Unido
17.Indonesia
20.Países Bajos
14.Australia

6. UNA INDUSTRIA CON MAYOR VISIBILIDAD

JOSÉ MARÍA MORENO

EL AÑO DE LOS VIDEOJUEGOS QUE HACEMOS

Este año 2018, hemos conseguido un hito importante desde la Asociación Española de Videojuegos. *Gamescom*, la feria europea más importante del sector celebrada en Colonia (Alemania), arrancó por primera vez con España como país invitado en su décimo aniversario. Tanto la presencia del ministro de Cultura y como la del secretario de Estado de Avance Digital contribuyeron de forma decisiva a situar en la agenda política a nuestra industria. Medios de comunicación de ámbito nacional reivindicaron en sus crónicas el apoyo institucional al ocio digital como manifestación cultural y valoraron muy positivamente las declaraciones del propio Ministro: "hay que trabajar para dar una imagen verdadera del videojuego (...) su base es creativa y sus valores son igual de importantes que los de un libro o una película".

Desde AEVI, también hemos consolidado la Madrid Games Week como principal evento de videojuegos en España, siendo referente en el sur de Europa. Congregamos a 136.200 visitantes y a las grandes marcas del sector, en una edición que reunió las propuestas y novedades de 138 empresas a lo largo de 270 stands. En esta ocasión, apostamos muy especialmente por la industria local y el talento de los jóvenes creadores, reunimos en el Área de Desarrolladores a cerca de cuarenta estudios y VR en un espacio en el que profesionales y público pudieron conocer interesantes trabajos y probar demos. Llevamos a cabo 240 reuniones de negocio gestionadas por *Meet to Match*, en las que participaron 150 profesionales, contando con *publishers* e inversores de primer nivel.

Este también ha sido el año del primer programa de impulso al sector del videojuego de la entidad pública empresarial española, Red.es. La convocatoria de ayudas de 5 millones de euros ha beneficiado a 36 estudios para financiar proyectos de desarrollo, comercialización e internacionalización. Apreciamos muy especialmente los esfuerzos del Gobierno de España por implicar al sector en el Comité de Evaluación, bien es cierto que no es suficiente. Creemos necesario recuperar el espíritu de la Mesa del Videojuego, constituida en diciembre de 2017. Conviene dar continuidad a este espacio de intercambio de reflexiones entre el Gobierno de España, los gobiernos autonómicos y los principales agentes. El objetivo no puede ser otro que el de consensuar entre todos medidas que favorezcan las inversiones extranjeras en nuestro país y la internacionalización de los estudios españoles.

Este es el año para abordar los retos desde un espíritu de diálogo y consenso entre administraciones públicas y la industria. Todos debemos remar a favor de iniciativas y medidas que sumen, que no confronten, que no dividan. Desde a AEVI tenemos total disponibilidad para seguir trabajando en este sentido. De hecho, no entendemos nuestro trabajo de otra manera. Estamos convencidos que, entre todos, hemos contribuido a posicionar a los videojuegos en la agenda política. Sin duda alguna, las instituciones han entendido que este es un sector estratégico, que promueve la innovación y genera empleo. No sólo entretenemos, también aplicamos la gamificación en ámbitos tan destacados como la educación, la salud y la cultura.

El futuro es nuestro. Trabajemos juntos.

José María Moreno
Director general de AEVI

UNA INDUSTRIA CON MAYOR VISIBILIDAD

Madrid Games Week | Madrid, 18 – 21 de octubre

Madrid Games Week cerró sus puertas con un rotundo éxito de asistencia, participación y contenidos de extraordinario interés. Organizada por IFEMA y la Asociación Española de Videojuegos, se ha consolidado como una feria de referencia en el circuito europeo. En esta edición, congregamos a 136.200 visitantes, superando todas las expectativas.

Cerca de 140 compañías distribuidas en 270 stands, más de un millar de puestos de juego, presencia de grandes marcas como Activision-Blizzard, Bandai Namco Entertainment, Game, Koch Media, Nacon, Nintendo, PlayStation®, Ubisoft, Warner Bros Entertaiment, Xbox y 2K (Take-Two Interactive), con últimos lanzamientos, títulos en primicia - muchos aún inéditos en el mercado -; competiciones de esports, concursos, conferencias, debates, actividades, espacios de robótica, realidad virtual...

Apostamos también por impulsar a la industria local y el talento de jóvenes creadores, reunió en su Área de Desarrolladores a 39 estudios de videojuegos y VR en un espacio en el que profesionales y público pudieron conocer interesantes trabajos y probar todas las demos. Una plataforma de amplia visibilidad también potenciada con un espacio de networking en el que se llevaron a cabo 240 reuniones de negocio gestionadas por *Meet to Match*, y en la que participaron 150 profesionales entre los que destacaron importantes *publishers* e inversores. A todo ello se sumó el Foro de Desarrolladores con una gran programación de más de 60 ponencias de interés para los propios desarrolladores y presentaciones de proyectos.

Fue inaugurada por el ministro de Cultura y Deporte, José Guirao, y recibió la visita de Kazunori Yamauchi, creador del mítico título de carreras “Gran Turismo”, con motivo de un especial homenaje que realizaron el Ayuntamiento de Madrid, IFEMA y AEVI en reconocimiento a su trayectoria y aportación a la ciudad de Madrid. Contamos con una alta representación del Gobierno de España y de la Comunidad de Madrid, así como representantes de las principales fuerzas políticas de las Cortes Generales.

Gamescom | Colonia (Alemania), 21 – 25 de agosto

El ministro de Cultura y el Secretario de Estado para el Avance Digital mostraron in situ su apoyo al sector del videojuego en la X edición de Gamescom, la feria europea más importante del sector del videojuego con sede en Colonia y que contó con España como país invitado. Con una asistencia récord de más de 370.000 visitantes, se superaron todos los datos de participación empresarial, con una destacada presencia de las empresas españolas. Hasta 16 empresas nacionales dispusieron de estand propio en el pabellón español, y muchas otras pudieron mantener importantes reuniones de negocio. El esfuerzo conjunto ICEX y AEVI supuso dar visibilidad el gran talento español.

Innovación en el videojuego | Parlamento Europeo (Bruselas), 4 – 5 de septiembre

En las jornadas 'Innovación en el videojuego', organizadas por la *Interactive Software Federation of Europe (ISFE)* y coordinadas por los eurodiputados Eva Maydell, Eva Kaili y Christian Ehler, representantes políticos de toda la Unión Europea descubrieron y experimentaron de primera mano las últimas innovaciones de la industria, así como su aportación a la sociedad. En la apertura de las jornadas, se contó con la presencia de José Guirao, ministro español de Cultura y Deportes. En su intervención mostró el compromiso del Gobierno de España con el sector.

Fun & Serious | Bilbao, 7 – 10 de diciembre

La Asociación Española de Videojuegos colaboró en la organización de la VIII edición del Fun & Serious Game Festival, uno de los principales festivales de videojuegos del sur de Europa. AEVI concedió el galardón al Mejor Desarrollo Nacional 2018 en el marco de los premios Titanium. Alberto González Lorca fue el encargado de entregar el reconocimiento a sus creadores en una ceremonia celebrada en el museo Guggenheim de Bilbao.

El director de la asociación, José María Moreno, aprovechó la ocasión para presentar *The Good Gamer* en el programa de conferencias Vit talks 2018. Se trata de una plataforma de contenidos digitales pionera en Europa que nace con el objetivo de revindicar las políticas de responsabilidad que lleva a cabo la industria e incidir en su papel como sector referente en cultura e innovación.

Idea Game Jam | 23 – 25 de noviembre

El Ministerio de Cultura y Deporte y la Asociación Española de Videojuegos convocaron em noviembre su primera 'Idea Game Jam', un encuentro digital en el que durante 48 horas los participantes deberían desarrollar un videojuego relacionado con la propiedad intelectual. La 'Idea Game Jam' contó con la colaboración de GameBCN y Canòdrom. El acto de clausura tuvo lugar en el Parque de Investigación Creativa Canòdrom de Barcelona, donde se presentaron los candidatos finalistas. El proyecto elegido recibió una portación por parte de AEVI de 10.000 euros. Una vez más, significó una clara apuesta por los videojuegos, un sector que contribuye a salvaguardar la creación, el desarrollo de la cultura y a fomentar la innovación tecnológica.

Interlocución al máximo nivel | 2018

Durante el 2018, AEVI ha mantenido contactos al máximo nivel con el Gobierno de España y con las principales fuerzas políticas con representación en el Congreso de los Diputados. Merece especial mención los titulares de los ministerios competentes en Industria y Agenda Digital con el objetivo de impulsar la Mesa del Videojuego; como también los ministros de Cultura y responsables de la dirección de Industrias Culturales y Cooperación; sin olvidar las autoridades competentes en ordenación del juego, propiedad intelectual y el Consejo Superior de Deportes y Comité Olímpico Español.

LAS GRANDES CITAS DEL SECTOR (2019)

Game Devoloper Conference
San Francisco (EE.UU)
18-22 de marzo de 2019

E3 2019
Los Ángeles (EE.UU)
11-14 de junio de 2019

Tokyo Game Show
Tokio (Japón)
12-15 de septiembre de 2019

Paris Games Week
París (Francia)
30 de octubre-3 de noviembre de 2019

Fun & Serious Game Festival
Bilbao (España)
6-9 de diciembre de 2019

Gamescom
Colonia (Alemania)
21-24 de agosto de 2019

Madrid Games Week
Madrid (España)
octubre de 2019

Milan Games Week
Milán (Italia)
27-29 de septiembre de 2019

Gamelab
Barcelona (España)
26-28 de junio de 2019

7. DESARROLLO NACIONAL

ARTURO MONEDERO

UN AÑO DE ACTIVIDAD DEL ÁREA DE DESARROLLO DE AEVI

Se ha cumplido un año desde mi nombramiento como vicepresidente de desarrollo de AEVI, ha sido un año muy apasionante a nivel profesional. El reto de ayudar y buscar soluciones a corto, medio y largo plazo para mejorar el día a día de los desarrolladores ha sido el objetivo principal. Tras un año cargado de viajes y reuniones en los cuales me he podido juntar con un gran número de estudios y profesionales de la industria, el primer paso fue detectar cuáles eran los problemas más urgentes de la industria. La visibilidad o las pocas alternativas de financiación han sido la nota dominante.

No han sido pocas las acciones que hemos llevado a cabo desde la asociación, la primera que se puso en marcha, fue la de llegar a un acuerdo con DeVuego. es, una base de datos muy completa donde creamos DeVuego/PRO, una pestaña orientada a profesionales, donde destacamos los festivales, ferias y ayudas nacionales y europeas más importantes. Un lugar de encuentro donde unificamos información necesaria para los estudios.

Las ayudas a la innovación en mecánicas, con dotaciones de hasta 10.000€ fue otra acción a destacar, la gran participación y calidad de los participantes, nos indicó el gran talento que hay en este país. Propuestas arriesgadas que pueden a largo plazo, dar un toque diferenciador a España, como país creador de mecánicas innovadoras. En esta línea, se ha creado también un catálogo de proyectos en desarrollo, más de 80 compañías han participado en esta iniciativa cuyo objetivo es dar visibilidad internacional a proyectos que necesitan financiación, marketing o publicación. Hemos presentado este catálogo a inversores y publisher en la Tokyo Game Show de Japón o en la Gamescom de Colonia, en Alemania.

Esta última feria tuvo especial relevancia al lograr que España fuera el país invitado, y contamos con la presencia del Ministro de Cultura José Guirao, un claro ejemplo de la implicación de las instituciones al desarrollo y a la industria del videojuego.

También creamos una Jam junto al Ministerio de Cultura con una más que notable participación de profesionales y estudiantes, y se dotó con 10.000€ al proyecto más interesante.

El próximo año se presenta con más ilusión y proyectos. Mejorando los ya creados, como un sistema de registro automático en festivales internacionales para las empresas españolas o la creación de una plataforma web para facilitar la inserción laboral de estudiantes. Conectar la educación con la industria será uno de los principales objetivos de este 2019.

En resumen, un bonito año lleno de ilusión y con la alegría de percibir el cariño de la comunidad, pues trabajamos única y exclusivamente para ella, para todos.

Arturo Monedero
Vicepresidente de desarrollo de AEVI

APUESTA DEFINITIVA POR EL DESARROLLO ESPAÑOL

A inicios de 2018 se puso en marcha el plan de trabajo de apoyo a la industria local de los videojuegos iniciado por AEVI, coincidiendo con la incorporación del diseñador Arturo Monedero como vicepresidente de la asociación. A lo largo de este tiempo, se ha realizado una intensa actividad de apoyo al desarrollo, liderada por Arturo Monedero, principalmente en el marco del programa 'AEVI se mueve'. Se han recorrido más de 10.000 kilómetros con charlas, visitas y participación en foros de numerosas ciudades españolas como Barcelona, Bilbao, Granada, Guadalajara, Santa Cruz de Tenerife, Madrid, Málaga, Oviedo, Santander, Sevilla, Vitoria o Zaragoza, entre otras, y eventos destacados como Gamelab, Fun and Serious Festival o Barcelona Games World, así como encuentros permanentes (E3, Madrid Games Week, Asamblea General, etc.) celebrados entre estudios y grandes publishers miembros de AEVI.

Fruto de este trabajo, se han mantenido en torno a 30 encuentros con más de 300 desarrolladores, donde se han recogido las principales peticiones e inquietudes del sector y se ha podido elaborar un amplio catálogo de videojuegos nacionales en desarrollo, que se ha presentado en los más destacados foros del sector a nivel mundial. Concretamente, el vicepresidente de Desarrollo de AEVI se desplazó, entre otras, a las ferias internacionales de Tokyo Game Show en Japón o Gamescom, en Alemania, donde pudo trasladar la enorme de calidad de los proyectos de los desarrolladores españoles.

Sin duda la presencia de España como país invitado en Gamescom 2018, la principal feria europea del sector celebrada anualmente en Colonia, ha sido uno de los principales hitos impulsado por AEVI en los últimos meses en el ámbito del desarrollo. De la mano del ICEX, se promovió la presencia de los estudios españoles en la feria, contando con una destacada presencia tanto en la zona empresarial como en la zona de entretenimiento, sirviendo de excelente plataforma para dar más visibilidad a las empresas locales. Se impulsó también la participación de un importante número de ponentes de estudios españoles en varias de las charlas y conferencias organizadas en torno a la feria, poniendo el foco en el potencial del desarrollo nacional.

Paralelamente, se ha retomado el impulso de un área específica de desarrollo en Madrid Games Week con zona de networking, incluyendo un foro con amplio programa de charlas y talleres centrados en el proceso creativo (diseño, narrativa, concept artist, música, etc.). La feria nacional aglutinó a todos los actores interesados en fomentar el desarrollo español: estudios indies, inversores y publishers, empresas de formación, etc. conformando un gran espacio orientado a generar sinergias. Especial relevancia tuvo el espacio de meet-to-match, con una zona dedicada a la participación de empresas, inversores, y desarrolladores con reuniones de networking. Esto se replicó en el Fun & Serious Festival, celebrado en Bilbao, contando un año más con el apoyo de AEVI, que volvió a entregar el premio al mejor videojuego español.

Otro de los elementos más destacados impulsados por el área de Desarrollo de AEVI en los últimos meses

ha sido la convocatoria de ayudas para la innovación del desarrollo de videojuegos en España, dotado de 10.000 euros, que obtuvo una excelente acogida. Además, recientemente se lideró desde la asociación la organización de la I Idea Game Jam, en conjunto con el ministerio de Cultura y Deporte, que tuvo una muy amplia participación de desarrolladores de todo el territorio nacional.

Ha sido también el año de la consolidación definitiva de la representatividad de AEVI en el ámbito del desarrollo nacional con la incorporación de los estudios Binarybox, Gato Salvaje, Gammera Nest, Piccolo, Orenji Games, o 3D2 Entertainment. Además se ha logrado aglutinar a todo el sector desde el proceso más inicial de inicio de creación del videojuego hasta su distribución y comercialización, con la incorporación, por primera vez, de asociados del ámbito académico como Crea Navarra, ESNE- Universidad de Diseño o Voxel School.

Por último, la industria ha celebrado que en el último año, el videojuego ha pasado a estar en el centro de decisión de la política económica y cultural. No en vano, el propio ministro de Cultura, José Guirao, y el secretario de Estado para el Avance Digital, Francisco Polo, han participado en varios eventos de AEVI, como la feria internacional Gamescom o Madrid Games Week, donde han expuesto de forma reiterada el compromiso del Gobierno con el sector y su consideración como sector estratégico.

En definitiva, se han impulsado con gran acogida una buena serie de iniciativas para hacer crecer a la industria del desarrollo español, a través de dos vertientes: mediante un intenso trabajo de campo diario de recogida de propuestas e ideas de los estudios locales, combinado con actividades de internacionalización, creación de líneas de ayudas y alianzas con agentes destacados del sector. En el presente año, se va a intensificar esta tarea con un ambicioso plan de nuevas medidas, trabajando de forma conjunta con toda la industria, de forma que se pueda generar un ecosistema de referencia que consolide el enorme potencial de nuestro desarrollo local.

8. ESPORTS EN ESPAÑA

SERGI MESONERO

ESPORTS EN ESPAÑA, UN FUTURO DE ÉXITO

A lo largo de este último año 2018, ha continuado el crecimiento imparable de los esports en España y su ámbito de influencia. En Twitch.tv, la plataforma de distribución de esports por excelencia, el consumo de contenido en lengua española creció un 78% con respecto a 2017, de más de 99 millones de horas a unas abrumadoras 177 millones de horas.

Si un título ha protagonizado este crecimiento ha sido sin duda Fortnite. Con más de 1.000 millones de horas vistas en Twitch en todos los idiomas, ha sido el juego más visualizado en esta plataforma en 2018, sobre todo ayudado por la figura de influenciadores, dado que la competición en este juego aún se encuentra en un estadio inicial. A pesar de esto, la celebrada en el marco de Gamergy entre *youtubers*, *streamers*, influenciadores y otras personalidades tuvo cifras de récord: más de un millón de espectadores simultáneos conectaron a la competición en directo.

Pero no solo creció Fortnite: todos los títulos clásicos del circuito de esports crecieron en nuestro país. Sorprende que, tras 8 años como líder indiscutible, League of Legends continúe creciendo como lo hace: durante la retransmisión de sus finales mundiales desde Corea del Sur, el juego de Riot Games batió su récord de espectadores tanto a nivel mundial como en España, donde congregó a más de 120.000 espectadores simultáneos en el canal de la LVP. Otro de los títulos de mayor crecimiento fue EA Sports FIFA, gracias al empuje de la FIFA eWorld Cup, la nueva competición mundial del simulador futbolístico, y de Virtual LaLiga esports, la competición nacional organizada por LaLiga y EA Sports.

Nuestro país volvió a atraer grandes competiciones internacionales. El Palacio de Vistalegre en Madrid acogió las finales europeas de verano de League of Legends. Alrededor de 10.000 personas abarrotaron el recinto para ver a uno de los mejores equipos del mundo, Fnatic, coronarse como campeón de Europa. Otras grandes citas internacionales fueron el Dreamhack Open de Counter-Strike: Global Offensive en Valencia o la final mundial de la Clash Royale Nations Cup en Tenerife, el mundial de selecciones del juego de Supercell.

Los mayores éxitos internacionales de equipos españoles se produjeron en League of Legends, donde Origen en el *split* de primavera y MAD Lions en el de verano se llevaron el máximo trofeo en el European Masters: la competición que congrega a los mejores equipos provenientes de las diferentes ligas nacionales del juego de Riot Games. A destacar también la presencia de tres jugadores españoles en la primera edición de la Overwatch League: Daniel “dhaK” Martínez, Jonathan “HarryHook” Tejedor y Alberto “neptuNo” González.

Por otro lado, indispensable hablar y tener en cuenta todos los cambios que las plataformas nacionales de contenidos están viviendo. A finales de año, Mediapro anunció Ubeat, la primera plataforma OTT de esports en España que ofrece contenidos de gaming a televisiones y por internet. En esta línea de novedades, Movistar anunció el fin de emisión del canal de televisión Movistar esports para enfocar sus esfuerzos en la distribución online.

Además, a lo largo del 2018 se organizaron diversas acciones con la finalidad de recaudar dinero para causas benéficas. El más destacable fue el torneo apadrinado por el comentarista estrella de los esports españoles, Ibai Llanos, en Fun & Serious Film Festival de Bilbao, que recaudó 80.000 euros para el SID Pediatric Cancer Center de Barcelona.

Podemos afirmar que 2018 ha sido, tal y como se auguraba, un año muy exitoso para los esports en España. Tanto la audiencia como los ingresos han aumentado en número y el empleo crece en calidad con equipos cada vez más profesionalizados. Esto sumado a las abrumadoras cifras de contenido consumido en lengua española y el éxito de las grandes competiciones internacionales realizadas en nuestro país, podemos asegurar que la pendiente de éxito de esta industria seguirá pronunciada para los próximo años.

Sergi Mesonero
Coordinador del comité de esports de AEVI

ESPORTS: UN SECTOR EN CONSTANTE CRECIMIENTO

A lo largo de 2018, el comité de esports de AEVI ha continuado con su intensa actividad. A mediados del pasado año, se produjo uno de los grandes hitos de la asociación con la presentación del Libro Blanco de los esports, fruto de más de un año de trabajo conjunto, con el objetivo de ayudar a entender el fenómeno de las competiciones de videojuegos en nuestro país. Además, se ha continuado con una interlocución permanente con la administración, tanto central como autonómica, así como los principales grupos políticos, para compartir el posicionamiento de la industria en torno a la regulación del sector.

2018: Crecimiento continuado en España

Tal y como estima la consultora independiente Newzoo, en 2018 España aglutinó una audiencia de 6,9 millones, posicionándose como uno de los países más destacados en el ranking mundial. 4 millones se consideran espectadores ocasionales, mientras que 2,9 millones son considerados entusiastas de los esports. En todo el mundo, los esports han crecido un 13,8 % en audiencia, llegando a una estimación de 370 millones, según Newzoo. Para 2021, se calcula que la audiencia llegue a los 557 millones.

Según apunta Newzoo, en Europa Occidental se habrían acumulado más de 150 millones de euros de ingresos en 2018. Asimismo, la consultora estima que a nivel mundial los ingresos han aumentado hasta un 38,2 %, con una facturación mayor a los 800 millones de euros. Una tendencia que también se ha reflejado en los datos de España, con un elevado ritmo de crecimiento, donde la facturación se ha duplicado con respecto a 2016. Para 2021, la estimación de ingresos se elevaría a los 1.460 millones de euros en el mundo entero.

En la plataforma Twitch.tv, el consumo de contenido en lengua española creció un 78% en 2018, con 177 millones de horas, frente a las 99 millones de horas del año anterior, según datos de Gamoloco.com. La suma del boom de los esports y la introducción de otros avances como la realidad virtual y la realidad aumentada en el sector del videojuego han promovido procesos de innovación y crecimiento muy importantes en todo el ámbito tecnológico.

Competiciones en España

Actualmente conviven varias competiciones del mismo videojuego con sus respectivas reglas y premios, en muy diversos ámbitos territoriales: mundial, continental, nacional o incluso local. En España, hay actualmente tres ligas profesionales en las que los equipos están obligados a tener a sus jugadores bajo contrato y salario, junto con un número similar de torneos que atraen a jugadores profesionales e internacionales. Además, existen cientos de competiciones amateur que se juegan por el placer de participar o por pequeños premios.

Las únicas competiciones oficiales son aquellas organizadas o promovidas por el publisher del videojuego. Esto es independiente del valor competitivo que los equipos y jugadores conceden a las distintas competiciones, las cuales depende de la calidad organizativa, alcance de audiencia y retorno económico de la competición.

En España se protagonizaron grandes citas internacionales del ámbito de los esports en el último año como las finales europeas de verano de League of Legends, Dreamhack Open de Counter-Strike: Global Offensive en Valencia o la final mundial de la Clash Royale Nations Cup en Tenerife o el mundial de selecciones del juego de Supercell, entre otros.

Profesionales y talento

La profesionalización de jugadores, equipos y competiciones es muy destacable en el mercado concreto de los esports: se está desarrollando rápidamente, a pesar de las diferencias entre ámbitos geográficos y juegos. Tal y como indicaba el Libro Blanco de los esports en España, el sector emplea en torno a unas 300 personas en nuestro país, incluyendo a aproximadamente 100 jugadores profesionales, cifras que podrían doblarse en la próxima década.

A medida que vaya aumentando la popularidad de estas competiciones, podremos ir observando el incremento de desarrolladores, comercio y eventos de videojuegos en el territorio nacional. Promotores, broadcasters, informáticos, diseñadores, productores, abogados, comerciales, entrenadores, psicólogos y otros diferentes perfiles se van poco a poco incorporando a los equipos de esports. Entre otros ejemplos, podemos ver el caso de los más de 100 trabajadores de LVP (Liga de Videojuegos Profesional). Lo mismo se está dando en otros organizadores de eventos que operan en España como la propia Riot Games, GAME esports, Liga PlayStation, ESL (Electronic Sports League) y OG Series University.

Entre los equipos de esports uno de los efectos más visibles del crecimiento del sector ha sido la proliferación del staff técnico con personal como entrenadores, community managers, psicólogos o fisioterapeutas. Es el caso de los equipos con más seguidores en España: Giants Gaming, G2 esports, MAD Lions, x6tence, Origen y Movistar Riders.

España como futuro referente mundial

España es un lugar privilegiado para convertirse en una referencia mundial del sector. La penetración del consumo de videojuegos en España es superior a la de países de nuestro entorno, situándose entre los 10 primeros a nivel de facturación de videojuegos. El consumo de videojuegos lidera las industrias culturales y creativas y la mayoría de los principales editores de videojuegos mundiales se han establecido en nuestro país.

Además, nuestro país tiene los ingredientes necesarios para ser un referente mundial de los esports y ser protagonista en el proceso de maduración de esta industria. Sin embargo, para que el sector viva un crecimiento sostenido en los próximos años, son necesarios cuatro principales requisitos:

- Mejora de la tecnología y la innovación, a través de la mejora de las infraestructuras de banda ancha.

- Impulso al desarrollo de las competiciones amateur.

- Mayor estreche de manos entre las administraciones y la industria: reconocimiento explícito del sector público por la contribución positiva de los esports, así como el apoyo gubernamental para facilitar la organización de eventos en España.

- Fomento de la autorregulación del sector, para superar obstáculos y permitir el desarrollo económico.

Regulación

Los esports están regulados por la normativa mercantil, laboral, de propiedad intelectual, de competencia, entre otras, como pasa con cualquier otra actividad económica. En alguna ocasión, se ha instado desde instituciones principalmente de ámbito regional a introducir los esports en la regulación de ámbito deportivo, lo que la industria del videojuego rechaza de plano atendiendo a criterios legales, prácticos y propiamente deportivos. Se trata de una actividad que no tiene paralelismo con deporte alguno y que no puede ser regulada sin chocar de múltiples maneras con ámbitos regulatorios como marcas y propiedad intelectual, regulación del mercado y los derechos legítimos de las casas editoras.

A pesar de las posibles confusiones, producto del paralelismo en la denominación, el ecosistema de los esports se construye sobre bases muy diferentes al deporte en cuanto a estructura y regulación. Los esports es un concepto que engloba competiciones de videojuegos de géneros y características totalmente distintas (con estructuras competitivas diferentes y que requieren distintas cualidades de los jugadores) y que además los videojuegos son productos comerciales, con un ciclo de vida ligado a esta realidad, lo que los separa de manera fundamental de las actividades deportivas.

El cambiante panorama de los esports, con juegos que aparecen y desaparecen cada pocos años, avances tecnológicos que revolucionan el sector cada poco tiempo, requieren de un marco jurídico sin fragmentación territorial y mucho más flexible que el que puede aportar la legislación deportiva en países como España. En ese sentido y a diferencia de lo que ha sucedido en otros países de nuestro entorno como Francia, el marco regulatorio español ha sido y es suficiente para permitir el crecimiento de las competiciones de videojuegos. Si bien la industria, actualmente representada en el comité de esports de AEVI, aboga por una autorregulación que surja de forma consensuada entre los diferentes actores del sector, con el objetivo de construir un ecosistema que sea referencia en Europa.

9. THE GOOD GAMER

DIRK BOSMAN
UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

El Sistema PEGI lleva instaurado desde el año 2003 en Europa como mecanismo de autorregulación de edad de los videojuegos. A lo largo de más de 15 años, la industria de los videojuegos ha ido evolucionando y ha puesto a disposición de los padre este tipo de mecanismo al que se han ido incluyendo otros tipos de herramientas como pueden ser el control parental en los dispositivos, iniciativas como *The Good Gamer* en España, *askaboutgames.com* en Gran Bretaña o *Pédagojeux* en Francia, donde se enseña a los padres que los videojuegos pueden ser mucho más que un producto de mero entretenimiento.

Los videojuegos siempre han sido divertidos y buenos para aliviar el estrés, pero en los últimos años, más sectores han ido descubriendo los beneficios de su desarrollo. Cada vez más, los videojuegos están siendo utilizados por toda Europa como parte de rehabilitaciones físicas, tratamientos psicológicos y proyectos educacionales, tanto como para niños como para adultos.

Para ser justos, las cosas no se han vuelto necesariamente más fáciles para los padres. El mercado de videojuegos innova rápidamente y los niños parecen navegar sin mucho esfuerzo, dejando a sus padres atrás, a veces desesperados. No sólo el contenido de los videojuegos es de interés para ellos. Los juegos se han convertido en fenómenos sociales, lo que significa que también tienen preguntas sobre la cantidad de tiempo que los niños pasan en los juegos, con quién juegan, qué información comparten en línea, si pueden gastar dinero, etc.

Sin embargo, los videojuegos pueden tener muchos aspectos positivos y se puede encontrar un equilibrio adecuado. Para lograr esto, la industria de los videojuegos tiene como objetivo proporcionar los instrumentos necesarios a los padres, pero también crear experiencias de juego positivas que sean instructivas, desafiantes, estimulantes o que mejoren las habilidades. Esto deja a los padres con un papel importante que cumplir: involucrarse con sus hijos en el mundo de los videojuegos y hablar sobre lo que a ellos les gusta tanto. Es posible que los padres no se den cuenta, pero tienen expertos en casa que disfrutan hablando sobre los videojuegos. Aún mejor, los padres deberían de jugar junto a sus hijos. Esto formaría la base de un diálogo continuo que les permita tener las conversaciones necesarias sobre las limitaciones, pero también les demostrará cómo los juegos pueden ser una influencia positiva. Es genial ver cómo The Good Gamer logra resaltar estos beneficios, al mismo tiempo que aborda cualquier cuestión que los padres o cuidadores puedan tener sobre los videojuegos.

Dirk Bosmans
Director de Operaciones de PEGI

THE GOOD GAMER: UN PROYECTO PIONERO

THE GOOD GAMER

¿Qué es The Good Gamer?

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) ha lanzado 'The Good Gamer', un proyecto global de contenidos pionero en Europa donde reivindicar los valores del videojuego y las medidas de responsabilidad impulsadas por la industria. La iniciativa está vertebrada en torno a un portal web, conectado a un perfil de Twitter y Facebook y a una Newsletter, cuyo fin último es fomentar un consumo responsable de los videojuegos orientado a jóvenes, padres, educadores, médicos, a toda la comunidad gamer y al conjunto de la sociedad.

El proyecto fue presentado oficialmente en diciembre de 2018 en Bilbao, en el marco del Fun & Serious Game Festival que celebró su octava edición en el Bilbao Exhibition Centre. A lo largo de sus primeros meses de actividad, AEVI ha presentado la iniciativa ante representantes políticos de todas las administraciones, a los medios de comunicación, así como a la comunidad médica y educativa. El proyecto cuenta con el apoyo de los principales publishers, desarrolladores, distribuidores, retailers y compañías de esports en nuestro país.

¿Por qué nace The Good Gamer?

El sector es una industria responsable y queremos trabajar de la mano de las administraciones (Gobierno de España y gobiernos autonómicos) para fomentar un consumo responsable de los videojuegos.

Con esta plataforma pionera en Europa, la industria pone a disposición de los consumidores información para relacionarnos con los videojuegos de forma saludable.

Además de ser la principal fuente mundial del entretenimiento, los videojuegos ofrecen ventajas en ámbitos como la sanidad, la educación o la industria cultural. Es un instrumento elemental en la nueva etapa de revolución sanitaria o educativa.

Está probado que los videojuegos:

- Mejoran la memoria y las habilidades cognitivas de los menores: desarrollan su inventiva, creatividad y la capacidad intelectual y de análisis;

- Enriquecen la capacidad de lógica, de deducción y el razonamiento y aumenta su orientación espacial. Se observan mejores resultados en matemáticas de los adolescentes que los utilizan;

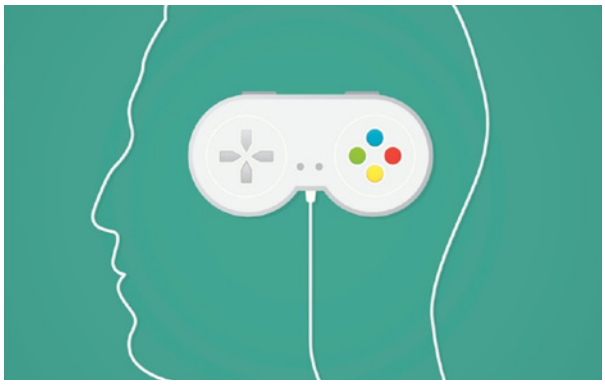
- Son útiles de cara a acelerar y mejorar el proceso de adquisición de contenidos;

- Potencian la agilidad mental, la toma de decisiones y la capacidad para resolver conflictos. Además, permiten comparar diferentes estrategias y consecuencias de las decisiones tomadas;

- Ayudan a incrementar los reflejos, la coordinación y la confianza.

- Se utiliza para la memoria, los reflejos, toma de decisiones o para combatir el Alzheimer, el déficit de atención, etc.

- También puede ser una forma de socializar entre amigos y los miembros de la familia.



¿A qué público se dirige?

The Good Gamer va dirigido a todas aquellas personas que tengan interés en el videojuego o sientan cierta inquietud por sus prácticas de consumo. Es decir, a los más de 16 millones de videojugadores que hay en España, pero también a los padres y a la comunidad educativa. Con The Good Gamer queremos prevenir cualquier tipo de situación de riesgo e informar sobre las múltiples perspectivas del videjuego.

- **Jugadores**: el consumo responsable puede reforzar cualidades como la extroversión o el liderazgo. Incluso, puede ayudarnos a fomentar el uso de otros idiomas.

- **Padres**: los padres no sólo deben ser tutores, sino también actores en este proceso. El videojuego es una afición más que se pueda compartir en el espacio doméstico.

- **Profesores**: la transmisión de conocimiento está tomando cada año formas y métodos diferentes. Los videojuegos se han convertido en algo lúdico y dinámico que pueden activar la motivación y efectividad del aprendizaje.

- **Médicos**: ya está probado que los videojuegos y sus nuevas tecnologías pueden actuar como herramientas terapéuticas en el ámbito sanitario.

Una industria responsable

La industria se toma muy en serio la responsabilidad social y ha venido promoviendo durante años un consumo responsable del videojuego. Es importante destacar las numerosas acciones que se llevan a cabo y que están disponibles para los videojugadores:

- La industria encabeza las iniciativas de consumo responsable en el videojuego mediante el **sistema de clasificación por edades** establecido por Información Paneuropea sobre Juegos (PEGI) y otros. Se promueve la protección del consumo y transparencia en la venta: todos los videojuegos poseen ya un distintivo de rango de edad (de 3 a 18 años) y descriptores del nivel de violencia, lenguaje inapropiado, compras internas, etc.

- Todas las videoconsolas y plataformas principales cuentan con **herramientas de control parental** con límites de tiempo así como limitaciones de compra de aplicaciones. Hay medidas de control parental en los dispositivos (consolas, móviles y tabletas, ordenadores) y en los propios juegos. Entre otras cosas, el control parental permite restringir el acceso a funciones, incluida la comunicación con otros jugadores, el contenido visible o las compras realizadas, limitar la duración del juego o, incluso, apagar la consola a distancia.

- Las tiendas digitales, con la colaboración del sector, han incluido nuevas medidas para dificultar que los menores puedan realizar compras y ofrecen más información sobre las mismas, e incluso algunas compañías de telecomunicaciones (sobre todo internacionalmente) implementan **medidas de control y limitación** de acceso a internet.

Un paso más

Desde AEVI, hemos querido dar un paso adelante en nuestro compromiso a través de la iniciativa The Good Gamer. Se trata de un proyecto vertebrado en torno a un portal web, conectado a un perfil de Twitter y Facebook, a una newsletter, a un Podcast, y a un decálogo.

· **Podcast**: entrevistas o tertulias de aproximadamente media hora, donde se comparte con jugadores, familiares, médicos, profesores y diferentes expertos sus experiencias y conocimientos sobre los videojuego

· **Noticias:** contenidos noticiables y recomendaciones que se publican en el portal web y en redes, destinados a todas aquellas personas interesadas en videojuegos, en particular a aquellos padres que puedan estar preocupados por un consumo excesivo de pantallas por parte de sus hijos. Los usuarios se pueden encontrar con consejos de uso y un contenido didáctico ameno que contribuye a detectar y prevenir posibles situaciones de riesgo, así como a analizar las múltiples posibilidades del videojuego más allá de sus fines de entretenimiento.

· **Decálogo:** en el marco de la iniciativa, se han elaborado decálogos de buenas prácticas para un uso responsable de los videojuegos con una serie de medidas básicas a tener en cuenta por padres y educadores con el objeto de ayudar a utilizar los videojuegos de la forma más adecuada. Entre las recomendaciones se recoge información sobre varias medidas esenciales concretas para establecer un entorno seguro entre los videojugadores menores.

· **Newsletter**: de la mano de los testimonios y entrevistas a diferentes expertos en materias como sanidad, educación, psicología, psiquiatría, sociología, etcétera, The Good Gamer ofrecerá información a cada comunidad la información que ésta requiera.

· **Vídeos:** se han creado vídeos y contenidos multimedia dinámicos para fomentar su difusión principalmente en las campañas más importantes de consumo como navidad o vacaciones escolares de verano.

En definitiva, el fin último de The Good Gamer es el de fomentar un consumo responsable de los videojuegos orientado a todas las comunidades y entorno de los gamers. Desde AEVI se va a seguir trabajando y colaborando con las diferentes comunidades, para saber el alcance de riesgos de los videojuegos. La industria continúa trabajando de forma conjunta con expertos y comunidad educativa para mejorar su compromiso y promover un consumo responsable.

DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS

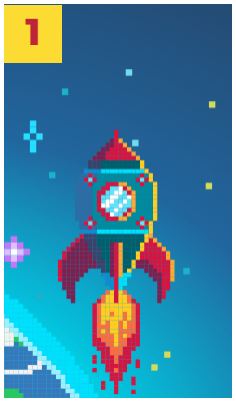
BUENAS PRÁCTICAS PARA UN USO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS

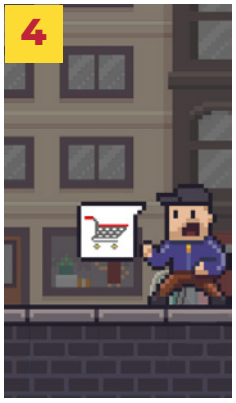
La Asociación España de Videouegos (AEVI) ha elaborado un decálogo de buenas prácticas para un uso responsable de los videojuegos en el marco de **The Good Gamer**, la iniciativa impulsada por la industria para poner en valor el videojuego y promover la responsabilidad social. El decálogo recoge información sobre medidas esenciales concretas para establecer un entorno seguro entre los gamers menores.

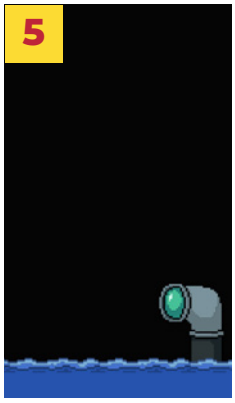
Los gamers menores están creciendo en un entorno digital y es importante que se les ayude a utilizar de manera "saludable" las nuevas tecnologías. Los padres y educadores deben orientar a sus hijos en el tipo de videojuego, el tiempo que le dedican y las franjas horarias preferentes. Pueden ser una excelente herramienta para adentrarse con ellos en este mundo lleno de novedades y enseñarles a descubrir las habilidades y destrezas que exige su entorno.

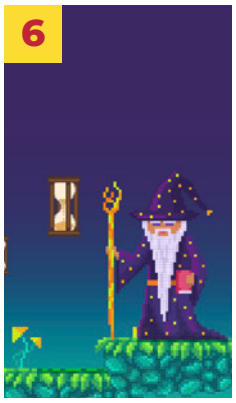
No olvidemos que los videojuegos contribuyen a desarrollar estrategias para alcanzar objetivos en un entorno recreativo virtual. Las familias que juegan juntas, aprenden juntas. Y la mejor manera de entretenerse y educar a un tiempo es haciendo un uso responsable de los videojuegos.

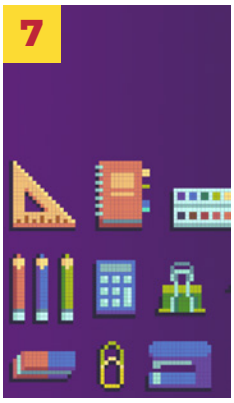
Para que ellos se diviertan y padres y educadores se sientan seguros, AEVI ha ofrecido el siguiente Decálogo con diez recomendaciones de buenas prácticas.

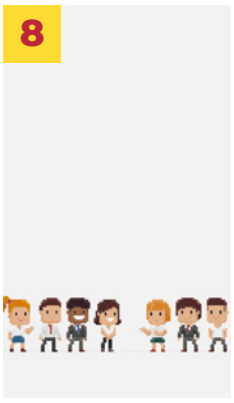


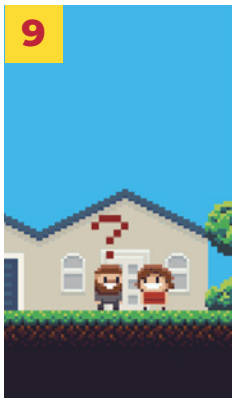


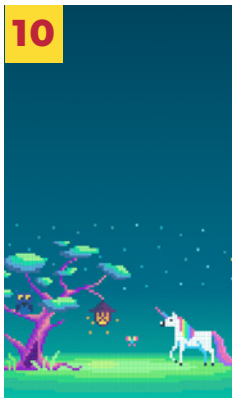












1

Juega con tus hijos: entiende su mundo

Juega con tus hijos a los videojuegos, adéntrate en su mundo y disfrútalo con ellos: anímalos a mejorar sus habilidades y felicítales por sus progresos.

2

Un videojuego para cada edad: usa el sistema PEGI

Utiliza la guía de clasificación por edades PEGI (Pan European Game Information) para elegir los videojuegos que más les convienen. Este código, elaborado por la Federación europea de videojuegos ISFE, establece la edad mínima aconsejable para cada juego.

3

Los videojuegos también educan, sácales todo el partido

Aprovecha todas las ventajas de los videojuegos para potenciar las habilidades cognitivas de tus hijos, enseñarles a planificar y gestionar tareas y afianzar sus funciones ejecutivas.

4

Evita sorpresas desagradables, compra siempre en tiendas oficiales

Compra los videojuegos en tiendas oficiales y descárgalos de plataformas y portales online autorizados, es la mejor manera de evitar virus o enlaces peligrosos.

5

Tú mandas en el videojuego: utiliza el control parental

Descubre las funciones de control parental de las consolas. Si lo deseas, podrás limitar o dirigir la descarga de los contenidos de pago. También podrás supervisar regularmente los registros de actividad y desactivar o eliminar los juegos que consideres inadecuados.

6

Las reglas las pones tú: qué, cuándo, cuánto y cómo se juega

Pacta con tus hijos las reglas del videojuego: los días, las horas y los tiempos de diversión.

En horario nocturno es recomendable activar los filtros adecuados de iluminación de las pantallas.

Procura que descansen; corrige posturas inadecuadas y que no fuercen la vista.

Durante los períodos vacacionales, el videojuego puede ser un gran aliado de su ocio.

7

Primero el cole y las tareas, después ya pueden jugar

Explica a tus hijos que sólo podrán jugar cuando hayan concluido sus deberes y no tengan tareas escolares.

8

El videojuego, también en familia

Organiza 'game parties' en casa. Jugar con la familia o con los amigos es muy divertido.

Para supervisar el juego de los más pequeños, una buena opción es situar una pantalla en zona de tránsito para observar sus reacciones y facilitar la interacción entre padres e hijos.

9

Conoce a los amigos de tus hijos, también a los virtuales

Conoce a los amigos virtuales de tus hijos, edúcales para que elijan adecuadamente las invitaciones de videojuego por internet. Adviérteles sobre la cesión de datos personales.

10

La fantasía estimula su creatividad, pero evita que confundan realidad y ficción

Enseña a tus hijos a distinguir entre realidad y ficción, la vida del niño también está fuera de su consola.

CÓDIGO PEGI

La industria del videojuego se toma muy en serio la responsabilidad social y promueve un consumo responsable mediante el sistema de clasificación por edades establecido por Información Paneuropea sobre Juegos (PEGI) y otros. Además, todas las videoconsolas y plataformas principales cuentan con herramientas de control parental con límites de tiempo así como limitaciones de compra de aplicaciones. Por su parte, las tiendas digitales han incluido nuevas medidas para dificultar que los menores puedan realizar compras y ofrecer más información sobre las mismas; e incluso destacadas compañías de telecomunicaciones han implementado medidas de control y limitación de acceso a internet.

En la actualidad, todos los videojuegos de los socios de AEVI utilizan el sistema PEGI, independientemente del formato o plataforma. Se trata del mecanismo de autorregulación diseñado por la industria, bajo el impulso de la federación europea ISFE, para dotar a sus productos de información orientativa sobre la edad adecuada para su consumo.

El sistema PEGI está vigente desde 2003 y desde entonces ha clasificado más de 30,000 videojuegos. Además de en España, hoy se utiliza en 37 países europeos y es adoptado por todos los principales editores y desarrolladores de videojuegos que operan en el mercado comunitario.

El objetivo último de PEGI es educar a los consumidores sobre la compra correcta de videojuegos para proteger a los menores del acceso a videojuegos con contenido potencialmente inapropiado para su edad.

La clasificación está integrada por dos tipos de iconos descriptores, uno relativo a la edad recomendada y otro al contenido específico susceptible de análisis. El diseño de los logotipos informativos se basa en las luces de seguridad vial, haciendo más fácil y completamente visual su interpretación. Por su parte, los sellos de contenido van acompañados de términos pictográficos sobre el contenido del juego.

Como novedad, PEGI introdujo en 2018 un nuevo icono descriptor de contenido mediante el que se informa a los padres sobre la posibilidad de gastar dinero en un videojuego. Las “compras internas de videojuegos” es ya uno de los descriptores usados por PEGI para juegos en el ámbito digital (IARC) pero los consumidores han pasado a ver el icono también en el packaging de los videojuegos físicos a la venta en tiendas.

Clasificación por edad

Hay cinco clasificaciones de edad posibles que indican la edad mínima recomendada para los consumidores de videojuegos. Los rangos de edad son: 3, 7, 12, 16 y 18. Los símbolos se colocan en la parte frontal y trasera del videojuego físico.

Clasificación por contenido

Existen ocho clasificaciones posibles para el contenido del videojuego que indican diferentes tipos de contenido potencialmente no adecuados para un público específico. Los símbolos indican la naturaleza del contenido y se colocan en la parte posterior del videojuego físico

El proceso de clasificación

El proceso de clasificación funciona de la siguiente manera: la empresa editora del videojuego cumplimenta unos formularios en los que advierte del contenido presente en el software, como posible presencia de violencia, sexo y otros contenidos audiovisuales sensibles.

A partir de estos elementos declarados se otorga una categoría de edad provisional y unos descriptores pictográficos. Esta calificación es revisada por el Instituto Holandés de Clasificación de Medios Audiovisuales (NICAM) que, entre otras tareas, se encarga de la revisión de juegos de nivel 3 y 7, y el Video Standards Council (VSC), que revisa los juegos de mayores edades con clasificación 12, 16 y 18. Ambas instituciones entregan al editor una licencia que les autoriza a utilizar la etiqueta de clasificación por edades junto con los correspondientes descriptores de contenidos del juego.

Ventas según clasificación PEGI en España en 2018

Mercado físico (Fuente: GSD)

10. PROPIEDAD INTELECTUAL

CARLOTA NAVARRETE

PROTEGER LA LEGALIDAD Y FOMENTAR LA OFERTA LEGAL

El sector de las industrias culturales y de contenidos digitales es de vital importancia para la economía española, con un gran potencial de crecimiento y de creación de empleo cualificado. En la era digital, además, la creación de contenidos se mueve de un país y de un continente a otro de forma ágil, por lo que la protección, fomento y desarrollo del sector es muy sensibles a cualquier factor exógeno.

Como en otros ámbitos, el arraigo de un marco regulatorio estable que dé seguridad jurídica a todos los actores, especialmente a los profesionales e industrias que lo conforman, es un paso imprescindible para la atracción de inversiones y su consolidación como sector estratégico.

Dicho marco regulatorio se hace más necesario si cabe si, tal como lleva sucediendo en España desde hace tres décadas, hay que enfrentar el grave problema del acceso no autorizado a contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual, que ha originado un devastador mercado ilegal conocido como piratería y que hace, urgente y necesario proteger con eficacia a un sector que facilita 458.000 empleos, un 2,6 % del total en España, y supone el 3,5 % del PIB, y un 4,2 % (536 mil millones de euros) del PIB europeo.

Los perjuicios para la economía o el empleo de esta oferta ilegal han sido significativos, el daño patrimonial a la industria y los creadores enorme, frenando no sólo el presente sino el futuro de todo un sector vertebrador de la sociedad, clave para la recuperación económica y para nuestro posicionamiento en el mundo. Además, lastra la puesta en marcha y desarrollo de una industria innovadora basada en la economía digital, capacitadora de empleo juvenil y del expansivo uso del español.

Según el Observatorio de piratería y hábitos de consumo digitales sólo en 2018 hubo 4.348 millones de accesos digitales ilegales a contenidos por valor de 23.918 millones de euros, ocasionando un perjuicio al sector de 2.188 millones. Además, el Estado habría dejado de ingresar en ese año, un total de 638 millones de euros a causa del fraude a contenidos, lo que suma un acumulado desde 2012 de 3.985 millones de euros, impidiendo también la creación de más de 131.262 nuevos puestos de trabajo directos e indirectos.

La oferta ilegal de contenidos en España estaba asentada en cinco realidades que alimentaban la tormenta perfecta: un marco regulatorio deficiente y ambiguo; una aplicación lenta y temerosa de la legislación en vigor; una mala pedagogía por parte de los creadores sobre la oferta legal que desfallecía ante el demagógico activismo pirata de un Internet libre, sin puertas al campo, cómo eximente para el robo voraz; una ausencia de compromiso por parte de operadores de telecomunicaciones e intermediarios en Internet, buscadores, sector publicitario, que decían no poder hacer más ante el problema; y un contexto en el que no se favorecía la toma de conciencia social por parte de los poderes públicos, medios de comunicación, consumidores y la sociedad en su conjunto ante esta lacra.

En revertir todas ellas se ha ido avanzando positivamente con esfuerzo y perseverancia. De todo ello se deducía que era necesario y urgente que se fueran dando pasos adelante para impulsar un nuevo enfoque de la lucha contra la piratería como una prioridad y como una inversión con innegables beneficios para el sector, la sociedad, el empleo y el Estado, concretos y medibles. Sólo en la última década se han sucedido una cascada de

reformas en el ámbito civil (Ley de Enjuiciamiento Civil de 2015), penal (Código Penal, Ley de Enjuiciamiento Criminal y la Circular en 2015) y administrativo, en concreto de la Ley de Propiedad Intelectual en los años 2011, 2015 y ahora en 2019 para permitir incorporar las mejoras necesarias y dar un espaldarazo enérgico a la protección de los derechos de propiedad intelectual haciendo un Internet más justa, más segura, en definitiva, más libre.

Son, en definitiva, un importante avance que sumado a los esfuerzo desplegados desde la Administración durante los últimos años, el sector privado, los medios de comunicación y la sociedad española parecen estar consolidando que la explotación de los derechos de propiedad intelectual sea, sin lugar a dudas, una actividad económica de primer orden, generadora de riqueza y empleo de calidad, espejo de la capacidad y el nivel cultural de un país. No sólo nuestros creadores de los videojuegos, nos hacen felices si no también internacionalmente competitivos, y es por ello, por lo que se deben seguir impulsando todas aquellas medidas que ayuden a respetar y proteger la legalidad y a fomentar la oferta legal como pieza esencial para el desarrollo de un ecosistema digital sano que dé seguridad jurídica a las industrias culturales en el ámbito digital y les permita crear puestos de trabajo, riqueza, bienestar y progreso.

Carlota Navarrete Barreiro
Directora General de La Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos

ANDY RAMOS Y JOSÉ SUÁREZ: EL PRINCIPAL VALOR, LOS INTANGIBLES

La industria de los videojuegos nació muy ligada a la investigación en universidades y al sector tecnológico, siendo una de sus características la constante evolución y avance técnico de los dispositivos y de los juegos comercializados por esta. Sin embargo, desde hace ya más de dos décadas, a la importancia del desarrollo tecnológico se le ha unido la importancia de los elementos más artísticos y estéticos de los videojuegos, los cuales, en definitiva, son los que interactúan con los jugadores.

Un videojuego es una obra complejísima compuesta por multitud de elementos, incluyendo software, personajes, obras gráficas, ejecuciones de actores, música, escenarios, marcas, patentes, secretos empresariales y, en general, toda una amalgama de activos intangibles (conocidos en el sector como "IP", del término en inglés *Intellectual Property*) que son los que dan un valor extra a la empresa que los ostenta. De hecho, no es casualidad que, desde hace una década, empresas de origen asiático estén adquiriendo estratégicamente grandes participaciones de *publishers* y desarrolladores de videojuegos, conscientes de la importancia de la ostentación de estos derechos.

El principal activo de una empresa de videojuegos son precisamente sus juegos, los cuales tienen un valor en el mercado gracias a que pueden ser explotados en términos de exclusiva por la existencia de tratados internacionales y leyes de propiedad intelectual e industrial, que confieren a su promotor o desarrollador la facultad de explotarlos de forma excluyente a cualquier otra persona. De esta forma, cuando se valora a una empresa de videojuegos, principalmente se toma en cuenta su *IP*, es decir, los activos que forman parten de su cartera de intangibles.

Por ello, es fundamental que toda empresa de videojuegos tenga en su ADN la creación de elementos protegidos por derechos de propiedad intelectual e industrial, incluyendo las marcas de una franquicia de videojuegos, y todos aquellos elementos que forman parte del mismo, desde guiones originales, diseño de niveles, personajes llenos de creatividad y todo el resto de componentes que se incluyen dentro del juego con los que posteriormente interactuarán los jugadores. Una vez creados todos estos elementos (incluyendo marcas, derechos de autor, derechos conexos, etc.), las empresas deben identificarlos y gestionarlos correctamente, para lo cual tenemos una ya muy madura regulación en materia de intangibles, armonizada a nivel europeo e internacional, compuesta por la Ley de Patentes, la Ley de Marcas y la Ley de Propiedad Intelectual, todas ellas

revisadas y con modificaciones en 2018, o la reciente Ley de Secretos Empresariales, que entró en vigor en marzo de 2019.

No obstante, el sector de los videojuegos, al igual que el resto de industrias culturales y del entretenimiento, vive con la constante amenaza de la piratería y de otro tipo de actuaciones que suponen una dañina infracción de sus derechos exclusivos. Aunque desde sus inicios la industria de los videojuegos ha sabido salvaguardarse gracias a sistemas anticopia y a otras medidas tecnológicas de protección (las cuales, por cierto, también están recogidas en las normativa nacional e internacional sobre derechos de propiedad intelectual), lo cierto es que su utilización debe ir acompañada de actuaciones sectoriales de protección de estos intangibles (potencialmente tan frágiles, precisamente por su naturaleza incorpórea). En este sentido, la industria de los videojuegos ha sido desde su origen consciente de esta importancia y de la necesidad de unirse y aunar fuerzas y recursos para luchar contra aquellos que se lucran por la explotación no autorizada de sus activos.

En el último lustro ha habido un avance significativo en los medios y posibilidades que el sistema ofrece a los titulares de derechos sobre un videojuego, los cuales pueden acudir a la vía penal cuando existe ánimo de lucro en la infracción de sus derechos, a la administrativa (de la Sección Segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual del Ministerio de Cultura y Deporte) contra páginas web que vulneran derechos o, en cualquier caso, a la vía civil, que permite iniciar acciones de bloqueo, cesación e indemnización contra infractores de derechos de propiedad intelectual. No obstante, la asignatura pendiente sigue estando en los recursos que tienen los órganos administrativos y jurisdiccionales para poder resolver este tipo de casos, generalmente complejos, en un breve plazo de tiempo, para que el perjudicado tenga la sensación de beneficiarse de una tutela judicial efectiva.

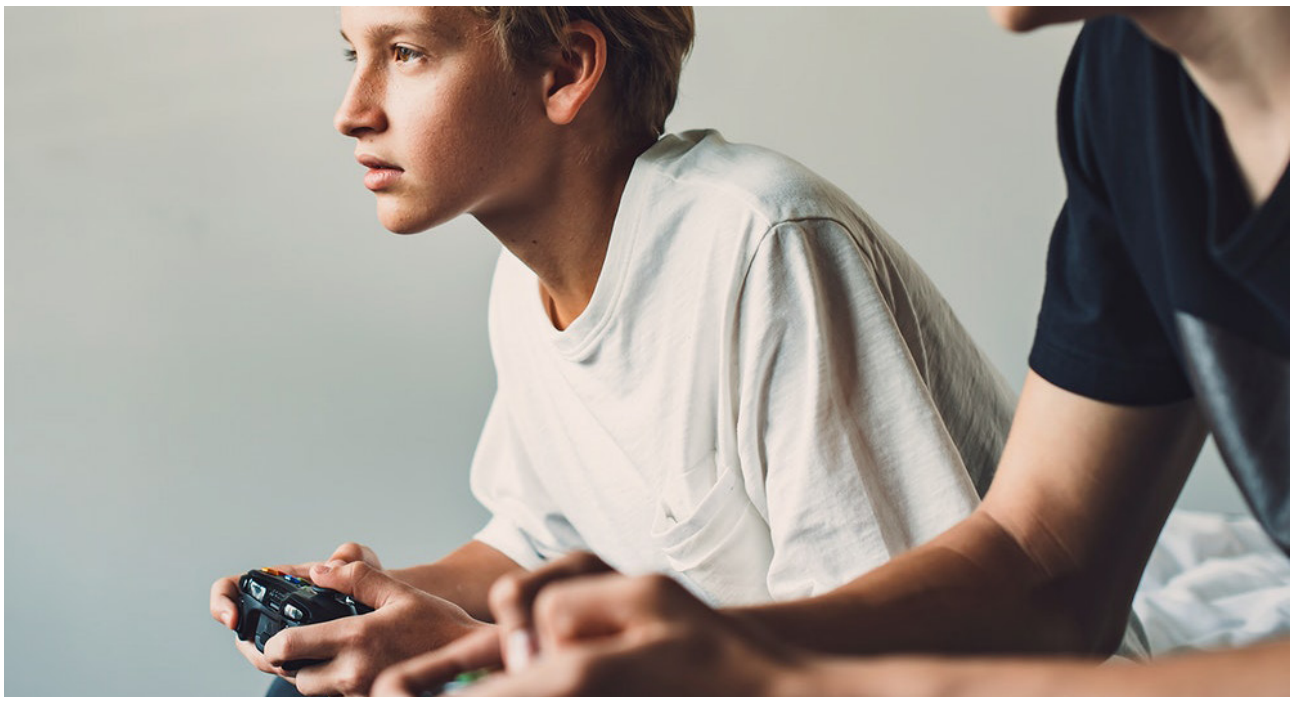
Son, por tanto, un conjunto de estrategias y acciones en torno a sus intangibles, las que ayudarán a las empresas de videojuegos de nuestro país a ser competitivas en un mercado cada vez más complejo y digital, las cuales deben ir acompasadas a políticas públicas y de incentivos fiscales a la producción de videojuegos.

Respecto al primero de los puntos, la entidad pública Red.es publicó por primera vez en 2018 un Programa de Impulso al Sector del Videojuego, por el cual los beneficiarios debían sustentar los derechos de propiedad intelectual del juego objeto de la ayuda, con el claro objeto de que España sea un país generador (y no solo comercializador) de IP. Este tipo de iniciativas deben ser alabadas y conjugarse con el segundo punto, es decir, no sólo el aprovechamiento más generalizado de los incentivos ya existentes tanto para la atracción de talento (régimen de impatriados del IRPF o "Ley Beckham") como para la producción de IP innovador mediante la deducción por actividad de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, sino también el establecimiento de incentivos fiscales específicos para el sector, que potencien el papel de España como polo de atracción para el desarrollo de videojuegos.

En todo caso, y en relación con la citada deducción, cabe señalar que en 2015 ya se modificó la normativa a los efectos de que pudieran ser considerados como I+D+i el desarrollo de interfaces y aplicaciones destinados a la elaboración de productos, maquetas y modelos no comercializables, protocolos, etc. Adicionalmente, la Dirección General de Tributos determinó a finales de 2017 que la creación de un videojuego podía tener la consideración de innovación tecnológica (lo que reporta una deducción del 12%), sin perjuicio de que determinados desarrollos puedan ser calificados como I+D (con una deducción que podría llegar hasta el 42%).

En resumidas cuentas, las empresas del sector de los videojuegos cuentan con una extensa normativa nacional e internacional para la protección de sus numerosos activos, y aunque no existen en estas menciones expresas a los videojuegos, el sector se ha sabido autorregularse con tanta eficiencia que ha sabido erigirse como la mayor industria de entretenimiento del mundo. Para que las empresas de nuestro país puedan ser un jugador relevante en la arena internacional es fundamental potenciar la creatividad y las políticas públicas y fiscales, lo cual será un evidente generador de empleo e industria, con un más que positivo impacto en la economía nacional.

Andy Ramos Gil de la Haza y José Suárez
Abogados de Pérez-Llorca



2018: AUMENTA EL CONSUMO LEGAL DE VIDEOJUEGOS

La piratería ha sido la principal preocupación histórica del sector en nuestro país. Los derechos de propiedad intelectual contribuyen a salvaguardar la creación, el desarrollo de la cultura y a fomentar la innovación tecnológica. La piratería dificulta a la industria la consolidación del sector, con la generación de empleo y la captación de talento asociada a ello. Por ello, desde AEVI se viene defendiendo permanentemente que es importante asumir el valor que aportan los creadores de videojuegos y seguir trabajando conjuntamente para avanzar en esta materia y aplicar de forma eficaz la normativa existente así como introducir medidas de sensibilización tanto a nivel escolar como orientadas al conjunto de la sociedad.

De acuerdo a los datos del Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2018, elaborado por la consultora independiente GfK y presentado por La Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, donde está integrado AEVI, la piratería cayó un 3% en España en 2018. Concretamente, en el pasado año, el número de los contenidos ilícitos totales a los que se accedió en España fue de 4.348 millones, lo que representa una disminución del 3 % respecto a 2017, y una disminución acumulada del 12 % respecto a 2015.

Así, los datos confirman que cada vez se accede a menos contenidos ilícitos, aunque la piratería continúa en niveles elevados. No en vano, las arcas públicas habrían dejado de percibir 638 millones de euros sólo en 2018 por accesos de tipo ilegal.

En lo que respecta a los videojuegos, fueron 234 millones los accesos ilegítimos durante el pasado año, frente a los 241 millones de 2017, disminuyendo ligeramente el número medio de contenidos consumidos, porque aunque aumente el número de individuos, la media de descargas ha bajado. En total, el 62% de los videojuegos a los que se accedió ilegalmente en 2018 estaban en el mercado desde hacía menos de un año.

El valor de estos productos alcanzó los 5.479 millones de euros, con un lucro cesante de 265 millones. En este sentido, el impacto en ventas que lograría la industria del videojuego en un escenario sin piratería sería de 1,3 veces su valor actual. Esto habría repercutido en el empleo, ya que según las estimaciones del Observatorio, en un escenario sin piratería, se habrían generado 1.610 empleos directos, lo que supondría un incremento del 18% sobre el número de trabajadores.

11. PROPUESTAS DE LA INDUSTRIA

PROPUESTAS DE LA INDUSTRIA PARA EL NUEVO GOBIERNO

La industria del videojuego es la principal de ocio audiovisual e interactivo de nuestro país, con una facturación anual superior a los 1.500 millones de euros (GSD - ISFE). Según datos de Gametrack (Ipsos) para la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), hay más de 16 millones de españoles usuarios de videojuegos, conformando un sector absolutamente transversal: niños, jóvenes y mayores, hombres y mujeres, estudiantes, trabajadores, parados y jubilados con una penetración en todos los ámbitos sociales. Concretamente 16,8 millones de personas (59% de hombres y el 41% de mujeres) son 'gamers' en nuestro país, lo que supone prácticamente la mitad de la población en la franja de edad de los 6 a 64 años. Los españoles dedican una media de 6,2 horas a la semana a esta actividad.

El videojuego viene destacando por su aportación a la productividad de la economía española en su generación de empleo de calidad, así como sus efectos externos en las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y en la agenda digital, elementos imprescindibles para el crecimiento económico. Según se recoge en el Estudio de impacto económico de los videojuegos publicado por AEVI en 2018, la industria de los videojuegos genera empleo directo de calidad para 8.790 personas, con un impacto indirecto en la economía de 3.577 millones de euros. Por cada euro invertido en el sector de los videojuegos en España, se tiene un impacto de 3 euros en el conjunto de la economía y por cada empleo generado en el sector de los videojuegos se crean 2,6 en otros sectores.

Además de una formidable plataforma creativa y de entretenimiento, se trata de un sector que contribuye decisivamente al desarrollo tecnológico, genera miles de puestos de trabajo de calidad y supone un instrumento elemental en la nueva etapa de revolución sanitaria, cultural, educativa y empresarial. En la actualidad, el principal reto de la industria española es además de seguir siendo uno de los principales países consumidores de videojuegos, pasar a convertirnos también en una potencia de desarrollo. El objetivo es que los estudios pequeños pasen a ser medianos y los medianos grandes para que puedan trabajar en los más importantes proyectos a nivel internacional. Desde AEVI se viene instando a que se faciliten las inversiones de la industria a través de medidas similares a las que se están adoptando en países de nuestro entorno que incluyen beneficios fiscales similares a los de otros sectores, así como facilidades para la captación de talento internacional o la construcción de centros de desarrollo.

PROPUESTAS

1. Reactivación de la Mesa del Videojuego para consensuar medidas de apoyo al sector y elaboración de un Plan estratégico nacional del sector.

Desde la industria solicitamos darle continuidad a la actividad de la 'Mesa de trabajo permanente de la Administración General del Estado y de las Comunidades Autónomas para el sector del videojuego' puesta en marcha durante la pasada legislatura en el marco del 'Plan Cultura 2020', porque no se ha producido ningún encuentro desde diciembre de 2017. La mesa es el espacio donde se deben consensuar las medidas de apoyo a la industria y a los desarrolladores locales. En ese marco, debería realizarse un Plan Estratégico nacional para el sector que recoja un paquete de medidas efectivas para su desarrollo.

2. Establecimiento de incentivos fiscales y deducciones de las cotizaciones sociales.

Con el fin de ayudar al crecimiento de las empresas españolas y de atraer inversión internacional, proponemos establecer créditos fiscales para los costes de producción el sector de obras audiovisuales y de distribución. Otro escenario posible sería establecer bonificaciones en la cuota de autónomos en los primeros meses de actividad de los estudios locales o una deducción fiscal en la cuota de Impuesto de Sociedades que paga el sector del videojuego.

Por otra parte, de acuerdo a las previsiones del sector, una deducción de hasta el 35% en cotizaciones sociales supondría un ahorro de 25,8 millones de euros en los costes laborales totales de las empresas beneficiarias, lo que permitiría contratar más personal, incrementando así su capacidad productiva. Esto incrementaría además la recaudación pública procedente de las distintas figuras tributarias que gravan la actividad empresarial.

3. Creación de un fondo de apoyo al sector de los videojuegos.

Proponemos dar continuidad y ampliar el Programa de Impulso al Sector del Videojuego, convocado por la entidad pública Red.es, con el fin de promover el emprendimiento y la consolidación de empresas del sector; así como proseguir con el plan de ayudas al desarrollo de videojuegos y cultura digital planteado por el ministerio de Cultura. Nuestra recomendación es que las ayudas sean acotadas y diseñadas, conjuntamente, para cada paso del proceso de creación (ayudas para game pitch a publishers, ayudas a asistencia a ferias, formación, etc).

4. Creación de un ecosistema que facilite la inversión extranjera en España.

El videojuego es un producto genuinamente internacional, con la capacidad de generar empleo local de mucha calidad allí donde se desarrollen las inversiones. España aún cuenta con muy pocos estudios con la suficiente envergadura para desarrollar videojuegos de referencia a nivel mundial. Por poner un ejemplo, para hacer un videojuego triple A, de los más conocidos a nivel mundial, se necesitan entre 600 y 3.000 personas trabajando para ello de forma continuada con una inversión que a menudo supera los 100 millones de euros.

En ese sentido recomendamos crear una línea concreta dedicada al videojuego a través de iniciativas públicas y oficinas comerciales como 'Invest in Spain' del ICEX; o poniendo en marcha una oficina de ámbito estatal que facilite a los creadores la inversión en España, con tareas de asesoramiento en la financiación, localizaciones, gestiones administrativas y otro tipo de servicios; tal y como sucede en otros sectores audiovisuales.

5. Impulsar la creación de Digital Gaming Hubs en España.

En el marco de la estrategia europea de creación y desarrollo de Hubs de innovación digital, proponemos impulsar específicos del sector del videojuego en nuestro país, que sirvan de conectores (centros de competencia, usuarios y proveedores de la industria, expertos en tecnología, inversores, etc.) y facilitadores para acceder a mercados de la UE, y que pueda beneficiar a los desarrolladores en el acceso a las últimas innovaciones digitales (actualizar productos, mejorar procesos y adaptar modelos de negocio al cambio digital).

También, llamamos a impulsar una legislación que facilite la cesión de espacios para desarrolladores de videojuegos con unas condiciones ventajosas, como, por ejemplo, conexión a internet y precios asequibles en régimen de arrendamiento y rentas ajustadas para facilitar el emprendimiento.

6. Impulsar un programa de fomento de los llamados '*serious games*'.

España es un referente mundial en ámbitos como la sanidad o la cultura y los videojuegos son un elemento ideal que nos permita seguir siendo referencia en esos campos. En ese sentido, recomendamos poner en marcha una estrategia de impulso de los videojuegos diseñados con objetivos que van más allá del entretenimiento y se utilizan en diversos ámbitos (educación, investigación científica, ingeniería, etc.) para favorecer que los usuarios alcancen un objetivo específico de manera entretenida y atractiva a través de la experiencia del juego. Entre otras políticas, proponemos incorporar la gamificación (tan cercana a la forma de interactuar en los procesos tecnológicos y el videojuego) como técnica de aprendizaje en el ámbito educativo; así como incorporar innovaciones del sector con probada eficacia en el ámbito sanitario, como la introducción de la realidad virtual y la realidad aumentada en los procesos de rehabilitación física o cognitiva.

7. Educación y formación profesional vinculada a los videojuegos y esports.

España cada vez ofrece más formación vinculada a los videojuegos, pero no hay todavía una industria con envergadura suficiente de asumir los profesionales que se van formando. Si no se desarrolla el tejido local de los videojuegos, no tendremos capacidad de dar salida a las personas que se forman para trabajar en el sector en nuestro país. Desde la industria venimos proponiendo que se lancen programas específicos orientados a empresas y profesionales del sector del videojuego que permitan mejorar sus capacidades, especialmente en materias que puedan complementar su reconocida capacidad en las áreas creativas y técnicas.

Recomendamos dotar a los profesionales del sector, sobre todo en el ámbito de la administración y dirección empresarial, de mejores instrumentos de formación, revisando los programas de formación reglada, y adaptando la formación continua a las nuevas necesidades y a la realidad de las empresas.

8. Promoción de las vocaciones STEM entre las más jóvenes.

El 44% de los jugadores de videojuegos son mujeres, aunque en la industria representan sustancialmente menos. Entre los editores, la proporción es más equilibrada pero desciende entre los desarrolladores, fundamentalmente en el área de programación producto de la brecha de género existente entre los matriculados y graduados en los estudios superiores de ámbito tecnológico. En ese sentido, proponemos modificar desde la escuela la percepción de los estudios STEM, introduciendo asignaturas tecnológicas (adaptadas a la edad) en las etapas de primaria y secundaria como la enseñanza de programación y ciencias de computación para promover las vocaciones científicas en edades tempranas, sobre todo entre las alumnas.

Por otra parte, desde la industria del videojuego creemos necesario impulsar una Comunidad de Mentoras formada por mujeres directivas STEM que orienten académica y profesionalmente a las estudiantes más jóvenes.

9. Desarrollo de medidas de videojuego responsable dirigidas a menores en colaboración con las instituciones públicas.

En el marco de la iniciativa 'The Good Gamer', el proyecto global de contenidos impulsado por la industria en España, se quiere trabajar de forma coordinada con la administración para colaborar de cualquier forma que contribuya a un uso responsable de videojuegos, mediante medidas como la realización y distribución de campañas conjuntas de sensibilización, así como medidas prácticas en el ámbito educativo y sanitario.

10. Situar a España como país de referencia en eventos de videojuegos y competiciones de esports.

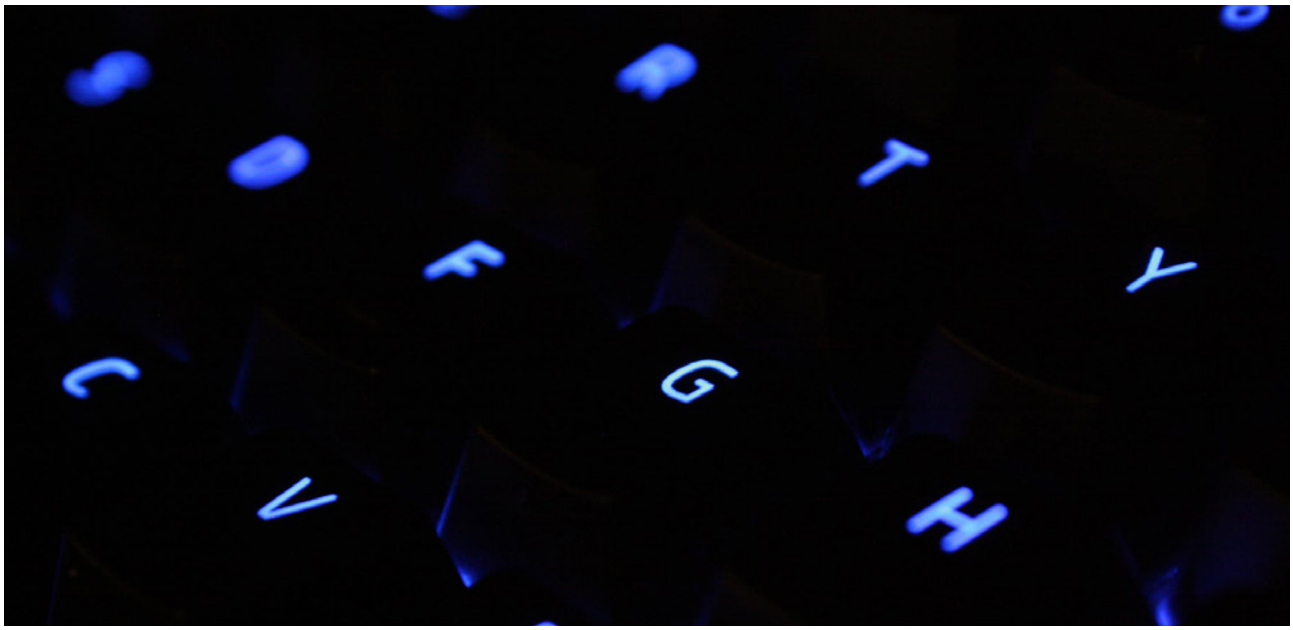
España tiene un potencial enorme en el sector de los eventos de videojuegos y competiciones de esports para ser un referente mundial. Pero para ello son necesarios acuerdos entre los actores del sector y la administración. Es fundamental que las administraciones promuevan las infraestructuras y permisos necesarios para que estos puedan celebrarse. Esta celebración de eventos internacionales también es positiva a la hora de dar a conocer la ciudad, atraer inversores y que sirva de aprendizaje y referencia a los promotores nacionales en la celebración de sus propios eventos. Para ello, se hace necesario una colaboración de refuerzo económico y una regulación adecuada para los operadores.

Concretamente, una de nuestras aportaciones al crecimiento de la industria en España es la organización de la principal feria del sector en el sur de Europa, *Madrid Games Week*, y reclamamos un apoyo decisivo como principal industria audiovisual del país, mediante presencia institucional permanente en la feria y en la colaboración directa en actividades de promoción de la industria.

12. METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

UNA COMBINACIÓN DE FUENTES



La dimensión del mercado español del videojuego en el año 2018 se ha calculado a través de diversas fuentes:

Mercado físico (Facturación/Unidades: Hardware, Software y Accesorios):

Games Sales Data (GSD)

Mercado digital (plataformas digitales y aplicaciones para dispositivos móviles):

GSD y Gametrack

Perfil de los videojugadores:

Gametrack

Esports:

Newzoo

Los indicadores sobre el mercado de videojuegos en 2018 han sido principalmente proporcionados por Games Sales Data (GSD). GSD es el panel de referencia, a nivel europeo, para el mercado de videojuegos, impulsado recientemente por la Federación Europea de Software Interactivo (ISFE). GSD incorpora los datos de ventas de producto físico (compras realizadas en tiendas minoristas y tiendas online) y del mercado digital (compras de videojuegos realizadas a través de las plataformas digitales Sony Playstation Network -PSN-, Microsoft Xbox Live y Steam).

Por su parte, los datos correspondientes al mercado europeo y global del videojuego han sido extraidos de la consultora independiente Newzoo.

Mercado físico

GSD procesa semanalmente los datos de las ventas al consumidor final de hardware, software, accesorios, "wallet" y "toys to life" remitidos por los principales minoristas del país, los agrega y extrapola para cubrir el 100% del mercado. Esta metodología de extrapolación se complementa con dos factores:

- El uso de una muestra relevante con los datos de ventas de editores de software y fabricantes de consolas;

- La aplicación de diferentes modelos de extrapolación adaptados a cada tipo de producto.

Mercado digital y perfil de videojugadores

Para reflejar la evolución del mercado digital de videojuegos entre los ejercicios 2017 y 2018, y para mostrar las características de los videojugadores españoles se han utilizado los datos de Gametrack.

GSD recoge los datos de ventas relativos a las descargas de videojuegos completos de la mayor parte de editores de software, realizadas en PSN, Xbox Live y Steam.

Gametrack es un panel de consumidores, conducido por IPSOS MORI para ISFE, que recopila y analiza comparativamente datos de distintos países. Aporta figuras clave del tamaño de mercados y perfil de los videojugadores en Reino Unido, Francia, España, Alemania e Italia.

Gametrack extrapola los datos de GSD para estimar el mercado total (todos los editores, todas las plataformas y todas las compras -juegos completos, microtransacciones, etc-). La metodología de extrapolación de GameTrack se basa en dos elementos principales:

- Colaboración con las plataformas de descarga;

- Encuestas periódicas vía web a un panel de consumidores, calibradas para garantizar muestras representativas a nivel nacional, que son complementadas con encuestas anuales off-line, con el fin de obtener datos demográficos del perfil de los consumidores.

Esports

Los principales datos y magnitudes que se recogen en relación a los esports se han extraído de los datos de la consultora Newzoo, que en su informe anual sobre el mercado global de los esports recoge las predicciones de tendencias, ingresos y jugadores por segmento, información del consumidor, a nivel mundial, regional y por país.

Mercado europeo y global del videojuego

Los datos y magnitudes que se recogen en relación a los datos de facturación a nivel europeo y global se han extraído de los datos de la consultora Newzoo, que en su Informe del mercado global de videojuegos (*Newzoo Global Games Market Report 2018*) recoge una estimación de los ingresos por regiones y regiones, así como las principales tendencias detectadas en cada área.

ASOCIADOS

ATLAS
computing life.

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

ACTIVISION.

BLIZZARD
ENTERTAINMENT

BANDAI
NAMCO

bigben
interactive

BINARYBOX.
STUDIOS

creanavarra
centro superior
de diseño_

DELIRIUM
STUDIOS

ICEMD
ESIC

ESNE
ESCUELA UNIVERSITARIA
DE DISEÑO, INNOVACIÓN
Y TECNOLOGÍA

GAME

GAMMERA
NEST

GATOSALVAJE
STUDIO

KOCH MEDIA

LVP
LIGA DE
VIDEOJUEGOS
PROFESIONAL

Microsoft

Nintendo

nevercrack

ORENJI

Petoons

Piccolo

RiftGG
BY FLUENDO

RIOT
GAMES

SECRET 6

Sony
Interactive
Entertainment

T2
TAKE TWO
INTERACTIVE

UBISOFT

universidad
SANJORGE

GAMES

AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS

Calle María de Molina, 54, 28006 Madrid
91 031 66 70
aevi.org.es

LLYC