

LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019



Promovido por



Con el apoyo de



PROMOVIDO POR:



CON EL APOYO DE:



España
Exportación
e Inversiones



UNIÓN EUROPEA

CON LA COLABORACIÓN DE:

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL

AC/E

ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA

CON EL APOYO DE:



CON LA COLABORACIÓN DE:



UNA MANERA DE HACER EUROPA

INTRODUCCIÓN	5
TRIBUNA	7
10 MEDIDAS PARA INCENTIVAR EN 2020 LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS	9
2019 EN 28 VIDEOJUEGOS ESPAÑOLES	13
LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO	19
SEGMENTOS DE MERCADO	19
MERCADOS GEOGRÁFICOS	19
PRINCIPALES EMPRESAS MUNDIALES E INVERSIONES	21
PRINCIPALES TENDENCIAS	22
LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA	25
PRINCIPALES COMUNIDADES AUTÓNOMAS	25
CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN EMPRESARIAL	27
FACTURACIÓN	28
ACTIVIDAD, FINANCIACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIO	30
PRODUCCIÓN	36
EMPLEO DEL SECTOR	38
FORMACIÓN	44
PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS	48
ACTIVIDAD INTERNACIONAL Y FERIAS	51
RETOS Y NECESIDADES DE LA INDUSTRIA	53
DAFO – INDUSTRIA ESPAÑOLA DE PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS	56



PRINCIPALES ESTUDIOS Y EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA 59

SOBRE DEV 67

HITOS PRINCIPALES..... 68

SOCIOS DE DEV 69

SOCIOS ADHERIDOS 70

SOCIOS COLABORADORES Y TECNOLÓGICOS 74

SOCIOS CORPORATIVOS..... 74

AGRADECIMIENTOS 77

INTRODUCCIÓN

Un año más, **DEV**, la **Asociación española de empresas productoras y desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento**, mantiene su compromiso con el sector al que representa publicando el Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos, el informe de referencia que analiza en profundidad el sector de los videojuegos en nuestro país y en el mundo.

El Libro Blanco, que este año cumple su **sexta edición**, se dirige a los estudios desarrolladores, a los profesionales actuales y futuros, a las entidades públicas y, también, a inversores privados nacionales e internacionales, así como a toda la sociedad en general, siendo una inmejorable herramienta para conocer en profundidad la industria y el mercado del videojuego en España y recabar toda la información posible para la toma de decisiones y la elaboración de planes de inversión y apoyo público de cara a los próximos años.

La repercusión del Libro Blanco en la sociedad española ha sido enorme, con más de **75.000 descargas** de los informes electrónicos, centenares de impactos en medios (prensa, radio, informativos de televisiones públicas y privadas) e innumerables referencias en blogs, páginas web y participaciones o menciones en eventos del sector.

Esta edición del informe incluye como siempre una sección que analiza **la industria española del videojuego**, realizada gracias a la información aportada por los estudios españoles de desarrollo de videojuegos mediante una exhaustiva encuesta realizada durante en 2019.

Además, se incluye una sección sobre **la industria global del videojuego** y los principales mercados mundiales, analizando la información procedente de los principales informes internacionales realizados por consultoras especializadas en este sector.

Para finalizar, el documento aporta **recomendaciones del sector al Gobierno** con el fin de señalar los aspectos a mejorar o medidas a implantar para asegurar un futuro próspero y competitivo para nuestra industria.

Este año, la ilustración de la portada del informe homenajea a Alfonso Azpiri Mejía (17 de enero de 1947 - 18 de agosto de 2017), historietista e ilustrador español, reconocido por cómics como Lorna o Mot e ilustrador de reconocidas portadas de videojuegos durante la década de los 80 y comienzos de los 90, como "Abu Simbel Profanation", "Rocky", "Phantis", o las adaptaciones a videojuegos de sus obras "Lorna" y "Mot".



Autor de la fotografía: Gonzo Suárez



LIBRO
BLANCO
DEL DESARROLLO
ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS **2019**

TRIBUNA

Valeria Castro, presidenta de DEV



Es todo un honor tener la oportunidad de escribir la tribuna del Libro Blanco, un informe clave que en los últimos años nos ha proporcionado la información necesaria para entender cuál es el estado actual de nuestra industria.

De sobra es sabido que los desarrolladores españoles disponemos del talento creativo, de la ambición y de un inmenso potencial de crecimiento; pero desarrolladores, Gobierno y Administraciones Públicas debemos trabajar juntos para crear un ecosistema local que fomente el crecimiento y la consolidación de nuestros estudios -especialmente los pequeños- y a su vez atraiga inversión, publishers y grandes estudios internacionales. Nuestra oferta formativa es también cada vez mayor y de mejor calidad, por lo que es responsabilidad de todos construir un tejido industrial potente y estable que pueda absorber todo nuestro talento joven.

No debemos olvidarnos tampoco del valor cultural del videojuego. A lo largo de la historia, inventos como la imprenta, la radio y la televisión han permitido el acceso universal al conocimiento. **Con el videojuego la sociedad vive una nueva época de esplendor industrial y cultural, que permite la inclusión tanto de creadores como de consumidores, al margen de su identidad de género, cultura o clase social.**

Pero aunque lidera ya la industria del ocio digital tanto en facturación como en creación de contenido, el videojuego es joven. Esto provoca que exista una brecha intelectual -entre consumidores y no consumidores- que ha producido que este fenómeno sea invisible en el discurso social. Se abre así ante nosotros un nuevo espacio de oportunidad, pero también un desconcierto por parte de las administraciones y marcos legales de los países. Esto supone un reto que España no puede, ni debe, eludir.

Siendo la cultura nuestro elemento identitario -transmisor de conocimiento y moralidad- y siendo el videojuego un arte que obliga al talento a comulgar con su sentido industrial, tenemos ahora ante nosotros la oportunidad de convertirnos en exportadores de cultura, o de quedarnos en meros consumidores de contenido ajeno.

Quiero aprovechar para expresar mi agradecimiento a todos aquellos que me han apoyado en mi primer año como presidenta de DEV, y a los diferentes agentes invisibles que contribuyen activamente para hacer que nuestro sector crezca cada vez más fuerte, sano, diverso y, en definitiva, mejor.



LIBRO
BLANCO
DEL DESARROLLO
ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS **2019**

10 MEDIDAS PARA INCENTIVAR EN 2020 LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

Desde DEV abogamos por la adopción de medidas para promover y fortalecer el crecimiento de los estudios, así como su consolidación.

Estas propuestas están dirigidas al Gobierno del Estado y a las Comunidades Autónomas según sus competencias.

La implementación de estas medidas ayudará a que la industria española de desarrollo y producción de videojuegos tenga una base sólida para crecer y consolidarse.

1. ESTABLECER UN INCENTIVO FISCAL A LA PRODUCCIÓN DE VIDEOJUEGOS

- **¿QUÉ HACER?** Modificar el artículo 36.2 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades para que los inversores puedan beneficiarse de incentivos fiscales para la producción y la captación de proyectos internacionales, como la industria audiovisual. La tramitación de los Presupuestos Generales del Estado es una gran oportunidad para que esta necesaria reforma sea aprobada.
- **¿POR QUÉ?** Los principales países europeos de nuestro entorno (Francia, Italia, Reino Unido) y las grandes potencias mundiales han implementado, hace ya varios años, esta medida, que está aumentando el número de producciones, atrayendo grandes inversiones y estableciendo un efecto multiplicador importante.
- **IMPACTO:** Atraer a las grandes producciones internacionales a España y mejorar el atractivo de la industria frente a los inversores españoles.

2. DISEÑAR UN ESQUEMA DE REINVERSIÓN DE LA MULTINACIONALES EN EL VIDEOJUEGO ESPAÑOL

- **¿QUÉ HACER?** Poner en marcha un mecanismo que facilite la inversión en producción nacional de una pequeña parte de la facturación de las empresas que distribuyen videojuegos físicos y digitales en nuestro país. También se trata de un modelo ya aplicado para favorecer a la industria audiovisual española.
- **¿POR QUÉ?** El mercado español de videojuegos es el cuarto de Europa. Los grandes beneficiarios deben comprometerse con la sociedad, reinvertiendo una pequeña parte.
- **IMPACTO:** La obligatoriedad de reinversión del 5 % de la facturación bruta podría generar una bolsa de hasta 70 millones de euros que se destinarían a producir contenidos en España.

3. DAR CONTINUIDAD A LOS PROGRAMAS DE AYUDAS AL SECTOR

- **¿QUÉ HACER?** Dar continuidad al programa de impulso al sector del videojuego de Red.es y estudiar nuevos programas de ayuda (nacionales y autonómicos). Ajustar las órdenes de bases a la realidad y a las necesidades del sector.
- **¿POR QUÉ?** Los programas de apoyo específicos que se diseñan teniendo en cuenta las particularidades de la industria productora de videojuegos son más eficaces. Impulsan el crecimiento y consolidación de las pequeñas y microempresas y la puesta en marcha de nuevos proyectos.
- **IMPACTO:** Más de 400 microempresas (con menos de 10 empleados) en España con dificultad de acceso a financiación para poner en marcha sus proyectos y consolidarse.

4. CREAR UNA MODALIDAD DE EMPRESA SIN ACTIVIDAD ECONOMICA

- **¿QUÉ HACER?** Crear un mecanismo de creación de empresas con actividad operativa y productiva, pero sin ingresos económicos.
- **¿POR QUÉ?** Los ingresos económicos por la explotación de un videojuego tardan en llegar y sin embargo, los gastos están desde el primer momento. Muchos estudios están formados por varios autónomos sin vínculo legal. Esto ocasiona grandes problemas en, por ejemplo, registro de la propiedad intelectual, la preventa de derechos, acceso a ayudas públicas, etc.
- **IMPACTO:** Permitiría que muchos proyectos operativos salieran a la luz y pudieran operar con normalidad.

5. MEJORAR LOS MECANISMOS DE ACCESO A DEDUCCIONES FISCALES POR ACTIVIDADES DE I+D+i

- **¿QUÉ HACER?** Mejorar la fiscalidad de la I+D y desarrollar un criterio más racional en la valorización de los activos intangibles. Agilizar el procedimiento de obtención del sello de Pyme innovadora. Redactar una Guía para la elaboración de la memoria técnica para la obtención del Informe Motivado para deducciones fiscales por actividades de innovación tecnológica en videojuegos.
- **¿POR QUÉ?** Las empresas de videojuegos no están accediendo a las ventajas previstas por el artículo 35 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades debido a que no existe la suficiente seguridad jurídica en el proceso de reconocimiento, acreditación y auditoría de sus actividades de I+D+i.
- **IMPACTO:** Impulso a la producción de prototipos/pilotos de nuevos videojuegos, así como al desarrollo de nuevos motores de juego, mecánicas, y otras tecnologías innovadoras aplicables al videojuego y a otros sectores económicos.

6. PROFESIONALIZAR E INTERNACIONALIZAR LAS EMPRESAS PEQUEÑAS

- **¿QUÉ HACER?** Dotar de recursos a las micro y nanoempresas productoras de videojuegos para que puedan contratar asesoramiento experto en temas

transversales como marketing y PR que les facilite el acceso a los mercados internacionales.

- **¿POR QUÉ?** Hay una escasez en España de profesionales expertos en estos campos y las micro y nanoempresas de videojuegos no disponen de los recursos necesarios para contratar servicios externos. La compartición de costes (con ayudas públicas) permitirá acceder a profesionales de nivel internacional que deben marcar diferencias.
- **IMPACTO:** Aumentar la visibilidad de los juegos españoles en los principales mercados internacionales del videojuego: Norteamérica, Asia-Pacífico y Europa.

7. FOMENTAR LA CREACIÓN DE EMPLEO

- **¿QUÉ HACER?** Establecer bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social para nuevos empleos de profesionales de alta cualificación. Diseñar cuotas de Seguridad Social para profesionales autónomos que tengan en cuenta los largos periodos de producción sin facturación ni ingresos.
- **¿POR QUÉ?** La oferta de empleo actual es insuficiente para cubrir la gran cantidad de egresados de grados y másteres en videojuegos. Las empresas necesitan mecanismos para facilitar la inserción laboral. También se necesitan mecanismos para aquellos profesionales que ejercen su actividad como autónomos, ya que un ciclo de producción puede fácilmente superar los dos años.
- **IMPACTO:** Impulso a la contratación y reducción del número de nuevos estudios creados sin suficientes vocaciones empresariales y garantías de éxito.

8. ATRAER A PUBLISHERS E INVERSORES A ESPAÑA

- **¿QUÉ HACER?** Atraer a España a los principales publishers e inversores especializados internacionales, mediante incentivos al establecimiento de filiales locales.
- **¿POR QUÉ?** En España faltan publishers locales que puedan patrocinar el lanzamiento de los juegos en mercados internacionales.

- **IMPACTO:** Más juegos españoles con éxito internacional. Transferencia de conocimiento y creación de un ecosistema local.

9. FOMENTAR LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LA INDUSTRIA

- **¿QUÉ HACER?** Impulsar campañas educativas en etapas preuniversitarias mostrando las opciones laborales que existen en un sector en crecimiento como el del videojuego y dando visibilidad a referentes femeninos. Fomentar en las empresas del sector políticas de RRHH y RSC que garanticen el crecimiento profesional de mujeres y hombres en igualdad de condiciones. Coordinar acciones con otras iniciativas similares promovidas por otras disciplinas STEM.
- **¿POR QUÉ?** La presencia de la mujer en la industria sigue siendo un reto, ya que el empleo femenino solo alcanza el 16 %, lo que contrasta con el equilibrio que hay en cuanto a gamers (el 41 % son mujeres).
- **IMPACTO:** Incremento de matriculaciones femeninas en estudios de videojuegos. Incremento de profesionales femeninas en la industria. Igualdad de condiciones laborales.

10. TENER PRESENCIA EN EL MERCADO CHINO

- **¿QUÉ HACER?** Habilitar recursos en las Oficinas Económicas y Comerciales de las Misiones Diplomáticas de España en China para apoyar a las empresas españolas que publican juegos en el mercado chino
- **¿POR QUÉ?** Las normativas chinas obligan a las empresas que quieran publicar juegos en el país a hacerlo a través de un intermediario (publisher) chino. Se hace necesaria la presencia de un servicio local para gestionar y supervisar la muy especial localización, la comunicación y la resolución de incidencia con estos intermediarios.
- **IMPACTO:** Más juegos españoles en China, primer mercado mundial que representa la cuarta parte de los ingresos globales.



LIBRO
BLANCO
DEL DESARROLLO
ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS **2019**

2019 EN 28 VIDEOJUEGOS ESPAÑOLES

HobbyConsolas ha seleccionado para DEV un listado de juegos lanzados en 2019 que acreditan la calidad de la producción española.

HOBBYCONSOLAS

A Place For The Unwilling



Desarrollador: ALPixel Games

Editor: ALPixel Games

Plataformas: PC

Inspirado en las aventuras gráficas de LucasArts y las historias de H. P. Lovecraft, A Place for the Unwilling es un sandbox narrativo que nos invita a descubrir cientos de historias y ramificaciones antes de la destrucción de la ciudad, en 21 días.

Arise A Simple Story



Desarrollador: Piccolo Studio

Editor: Techland

Plataformas: PS4, Xbox One, PC

Cómo conocimos a esa persona especial, cómo la vida nos separó en algún momento, la soledad posterior... Arise convierte los momentos de la vida de su protagonista en mecánicas jugables de un desarrollo de plataformas en mayor o menor medida lineal, en que podemos alterar el paso del tiempo.

Blacksad Under The Skin



Desarrollador: Pendulo Studios

Editor: Microids

Plataformas: PS4, Switch, XOne, PC

Adaptación al videojuego del famoso cómic español ganador de cuatro premios Eisner, obra del guionista Juan Díaz Canales y el ilustrador Juanjo Guarnido. Del proyecto se han encargado Ys Interactive y Pendulo Studios, el estudio madrileño especializado en aventuras gráficas.

Blasphemous



Desarrollador: The Game Kitchen

Editor: Team 17

Plataformas: PS4, Switch, XOne, PC

Un "Soulsvania" con personalidad, que encuentra en la imaginería cristiana y las pinturas de Goya su inspiración y su carácter único, tanto en lo narrativo como en lo visual. Una soberbia y difícil aventura que une con inteligencia ideas de los Castlevania menos lineales con las mecánicas de Dark Souls.

Darkula



Desarrollador: Locomalito

Editor: Locomalito

Plataformas: PC, Arcade

Darkula es un juego de plataformas de estilo retro, con reminiscencias de Pac-Man, Donkey Kong o Bomb-Jack, y diseñado para los torneos multijugador. El objetivo del jugador es recoger todas las bombillas y devolver la oscuridad a 6 niveles frenéticos.

Dawn of Man



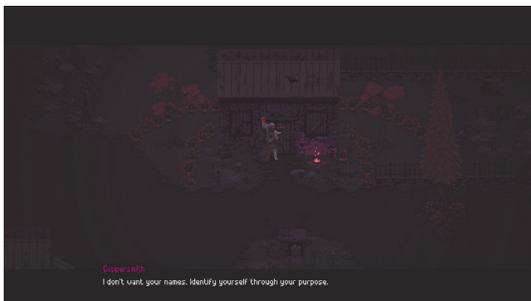
Desarrollador: Madruga Works

Editor: Madruga Works

Plataformas: PC

Un desarrollo de estrategia ambientado en el amanecer del hombre. El objetivo es conseguir y gestionar los recursos de una tribu prehistórica, mediante caza y recolección, y mantenerlos a salvo de los peligros desde la Edad de piedra a la Edad del hierro, durante más de 10.000 años.

Dear Substance of Kin



Desarrollador: Deconstructeam

Editor: Deconstructeam

Plataformas: PC

No se trata de un proyecto comercial, sino de la aportación del equipo a Ludum Dare. El resultado es una aventura oscura con elementos de terror y realizada con pixelart desde una perspectiva isométrica.

eCrossminton



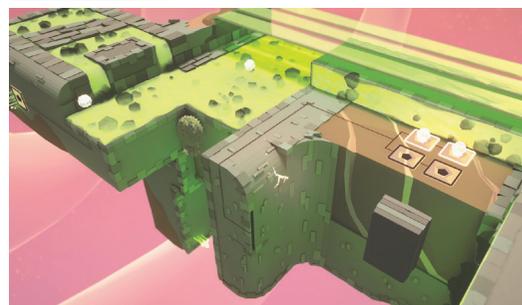
Desarrollador: Daydream

Editor: Daydream Software

Plataformas: PC, PS4

juego nacido de la lanzadera PlayStation Talents, que adapta un deporte poco conocido: un híbrido entre el bádminton y el squash que se conoce también como Speed Bádminton, con la licencia oficial de la ICO, y un desarrollo muy entretenido, aunque también despliega un apartado técnico modesto.

Etherborn



Desarrollador: Altered Matter

Editor: Akupara Games

Plataformas: PS4, Switch, Xbox One, PC

Los artistas surrealistas de los S. XIX y XX han inspirado este juego de puzzles ambientales, que convierte la gravedad en nuestra herramienta para avanzar por unos escenarios muy cuidados. Nos cuenta su pequeña historia a través del diseño, las mecánicas y las metáforas, de una manera poco implícita.

Fear the Dark Unknown



Desarrollador: Dreamlight Games

Editor: Dreamlight Games Studios

Plataformas: PC

Tanto en el planteamiento como en las mecánicas, Fear The Dark Unknown es un homenaje a los clásicos "survival horror" de los años 90 que siguieron la estela de Resident Evil y Alone in the Dark. En este caso, añade la posibilidad de visitar la mansión Bedford en diferentes momentos históricos.

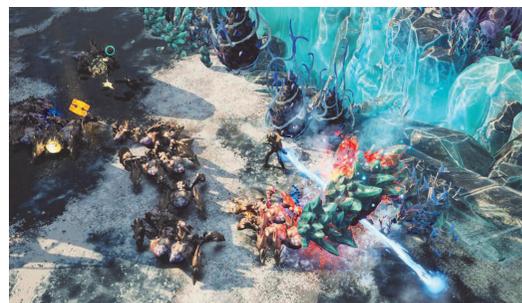
Groundhog Day Like Father Like Son



Desarrollador: Tequila Works
Editor: Sony Pictures Virtual Reality
Plataformas: PS4, PC

Una entretenida continuación del clásico Atrapado en el Tiempo, que replica los aciertos de la película de manera jugable. La realidad virtual y la repetición de situaciones se ponen al servicio de una historia divertida, en que las situaciones más corrientes se transforman en momentos de tensión.

Killsquad



Desarrollador: Novarama
Editor: Novarama
Plataformas: PC

Un juego de rol de acción, con modo cooperativo para 4 jugadores, disponible a través de acceso anticipado de Steam. Tiene elementos que recuerdan a Diablo y una estupenda ambientación futurista.

Gylt



Desarrollador: Tequila Works
Editor: Tequila Works
Plataformas: Google Stadia

La historia nos traslada a los 90, al pueblito de Bethelwood en Maine, para contarnos la historia de Sally, una adolescente que busca incansablemente a su prima pequeña, víctima de acoso, como lo está empezando a ser ella. Pasados 5 minutos, Sally se verá transportada a una "dimensión alternativa".

Koral



Desarrollador: Carlos Coronado
Editor: Carlos Coronado
Plataformas: PC

Koral es un puzzle de extraordinaria belleza, en que controlar las corrientes marinas para devolver la vida a 15 ecosistemas acuáticos. Un desarrollo que refleja el entorno en que fue creado, la reserva marina del Cabo de Creus.

Intruders Hide and Seek



Desarrollador: Tessera Studios
Editor: Daedalic Entertainment
Plataformas: PC, PS4

Esta versión del escondite con una cuidada atmósfera, y la posibilidad de jugarlo con dispositivos de realidad virtual, cuenta con unos valores de producción muy notables y consigue transmitir una sensación de agobio muy intensa.

Los Rodríguez y el Más Allá



Desarrollador: Drakhar Studio
Editor: Drakhar Studio
Plataformas: iOS, Android

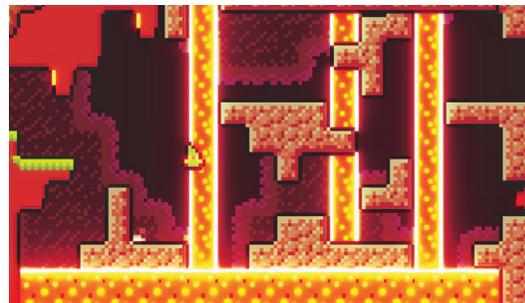
Un juego solidario basado en la película del mismo nombre, que recoge diferentes minijuegos protagonizados por los miembros de esta simpática familia con poderes sobrenaturales.

Massira

Desarrollador: Frost Monkey
Editor: Sony

Plataformas: PS4

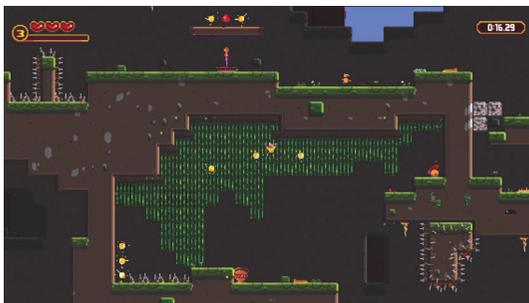
La lanzadera PS Talens ha impulsado este sencillo juego de exploración e infiltración en que acompañamos a dos refugiadas sirias Numi y Yara, que se embarcan en un melancólico viaje hacia Europa.

Reventure

Desarrollador: Pixelatto
Editor: Pixelatto

Plataformas: PC

Bajo la apariencia clásica de una aventura con desarrollo en 2D y un sencillo apartado visual pixelart, el juego ofrece 100 finales diferentes, con guiños a otros títulos legendarios y mucho sentido del humor.

Million to One Hero

Desarrollador: Over the Top
Editor: Over the Top Games

Plataformas: PC

El estudio Over The Top Games desarrolla un juego de plataformas en 2D con aspecto pixelart, en que tenemos la posibilidad de diseñar nuestros propios niveles gracias a un sencillo editor.

Song of Horror

Desarrollador: Protocol Games
Editor: Raider Games

Plataformas: PC

Una aventura de terror sobrenatural, en que nos sentimos constantemente acechados por una presencia. Cada uno de los personajes de este "survival horror" cuenta con características únicas, que le dan diferentes enfoques a la historia, pero su muerte en el juego es permanente.

Mindkeeper The Lurking Fear

Desarrollador: Abylight
Editor: Abylight

Plataformas: Apple Watch

Un juego de aventuras y puzzles, con gráficos en 3D, diseñado para jugarlo en exclusiva en Apple Watch, con un control sencillo y todo un logro técnico en el apartado visual y sonoro.

Super Dodgeball Beats

Desarrollador: Finalboss Games
Editor: PlayStack

Plataformas: PS4, Switch, Xbox One, PC

Una mezcla acertada de un juego de balón prisionero con elementos musicales y un apartado visual inspirado en el anime. Super Dodgeball Beats es una apuesta original y llena de ritmo.

Super Splat Dogs



Desarrollador: Artax Games

Editor: Artax Games

Plataformas: iOS, Android

Una guerra territorial multijugador, que protagonizan simpáticos cachorros que deben “pintar” de colores la mayor parte del mapa. Este gameplay se completa con la posibilidad de jugar con nuestro cachorro y personalizar su aspecto.

Treasure Rangers



Desarrollador: Relevo Videogames

Editor: Sony

Plataformas: PS4

Desarrollado dentro del programa PlayStation Alianzas, narra las aventuras de un grupo de cuatro amigos en que se incluye una persona con trastorno del espectro autista (TEA). Treasure Ranger fusiona plataformas y exploración.

Super Epic: The Entertainment War



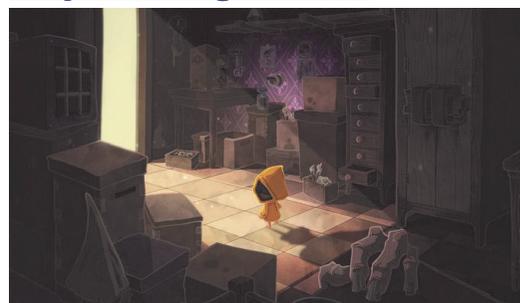
Desarrollador: Undercoders

Editor: Numskull Games

Plataformas: PC

Un mapache y una llama unen sus fuerzas en un juego atípico, de exploración no lineal y combates, en que el objetivo es salvar el mundo de los videojuegos, después de que una gran compañía haya eliminado a la competencia en un futuro cercano.

Very Little Nightmares



Desarrollador: Alike Studio

Editor: Bandai Namco

Plataformas: iOS, Android

La secuela de Little Nightmares traslada a teléfonos móviles la historia de la niña del chubasquero amarillo, que se adentra en el Nido, un aterrador lugar plagado de trampas y enemigos implacables.

They Are Billions



Desarrollador: Numantian Games

Editor: Numantian Games

Plataformas: PC

El estudio sevillano responsable de Lords of Xulima nos ofrece un juego de estrategia clásico, en los que no paramos de dar órdenes, construir estructuras y tratar de obtener recursos que nos ayuden a sobrevivir ante las hordas de zombies que nos atacan.

Yuppie Psycho



Desarrollador: Baroque Decay Games

Editor: Another Indie

Plataformas: PS4, Switch, Xbox One, PC

Yuppie Psycho bebe de clásicos RPG de 16 bits; además de tomar elementos propios del “survival horror”, las aventuras gráficas, o los puzzles. Es un desarrollo de aspecto retro que tiene como referentes interactivos a Silent Hill, Deadly Premonition o Yomawari: Night Alone y muestra un gran sentido del humor.



LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

La industria internacional del videojuego acumula titulares tanto desde el punto de vista del consumo, ya que las cifras del mercado indican que podría superar a la industria del cine, como desde el punto de vista empresarial y de generación de empleo.

SEGMENTOS DE MERCADO

Los segmentos de mercado en 2019 han variado muy poco respecto a 2018. Según el informe **Global Game Market Report**¹, el 45 % de los ingresos mundiales de la industria de los videojuegos corresponde al segmento *mobile* (móviles, tablets y *smartwatches*), lo que supone 68.200 millones de dólares (el 80 % proviene de juegos para móviles); el 30 % corresponde al de videoconsolas de sobremesa y VR (45.300 millones de dólares); y el 24 % a juegos para PC (35.300 millones de dólares). Es previsible que, al menos hasta 2022, el mercado *mobile* siga creciendo y vaya restando cuota de mercado al PC y la videoconsola. Según la firma de *research*, los videojuegos para móvil seguirían creciendo hasta 2022 y los videojuegos para navegador seguirían bajando hasta casi desaparecer para ese mismo año.

Se estima que los dispositivos de videoconsola han alcanzado su pico más alto gracias a la consumación del modelo de negocio "juego como servicio"², según Global Game Market Report. Sony anunció³ en el primer trimestre de 2019 que por primera vez la venta de juegos digitales había superado la venta de juegos físicos, una tendencia que previsiblemente terminará de consolidarse en los próximos años.

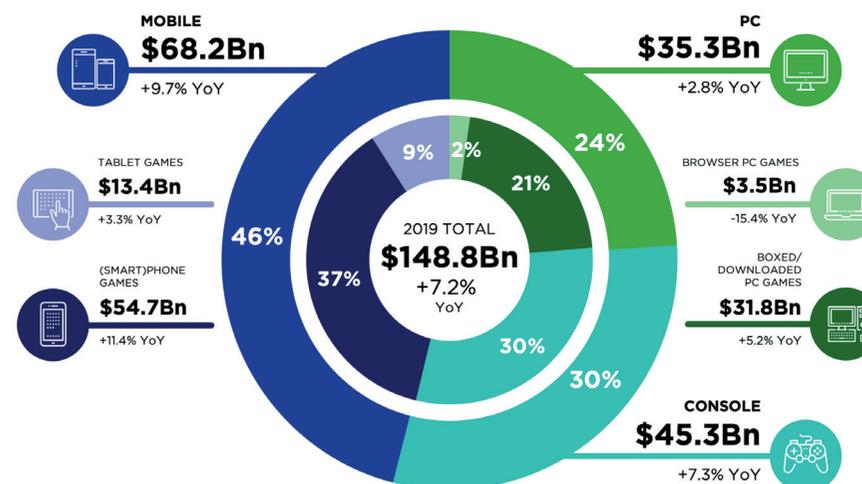
1 <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2019-light-version/>

2 https://es.wikipedia.org/wiki/Videojuegos_como_servicio

3 <https://www.ccn.com/playstation-4-digital-game-sales-overtake-physical-thats-a-first/>

Así, según Newzoo⁴, el mercado mundial de videojuegos se reparte del siguiente modo:

El mercado mundial del videojuego



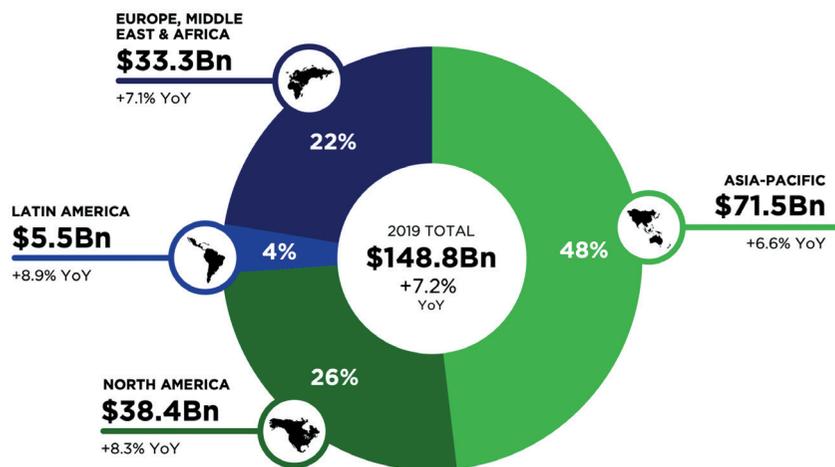
Fuente: Newzoo

MERCADOS GEOGRÁFICOS

El mapa mundial de ingresos del sector de los videojuegos nos indica que la región Asia-Pacífico lidera la industria con una facturación de 71.500 millones de dólares en 2019, lo que supone un aumento de 7,6 %, sumando ya un 48 % de los ingresos mundiales.

4 <https://newzoo.com/globalgamesreport>

Principales mercados geográficos



Fuente: Newzoo

Por primera vez desde 2015, Estados Unidos compite con China por el liderazgo en el mercado, gracias a los ingresos relacionados con las videoconsolas.

Se espera que el mercado de los videojuegos supere los 189.600 millones de dólares en 2022⁵, con un crecimiento anual medio del 8,1 %, obteniendo las videoconsolas y los móviles el 80 % de los beneficios.

En un mercado liderado por China, España se encuentra entre los 10 países con mayor consumo de videojuegos en 2019 según Newzoo⁶:

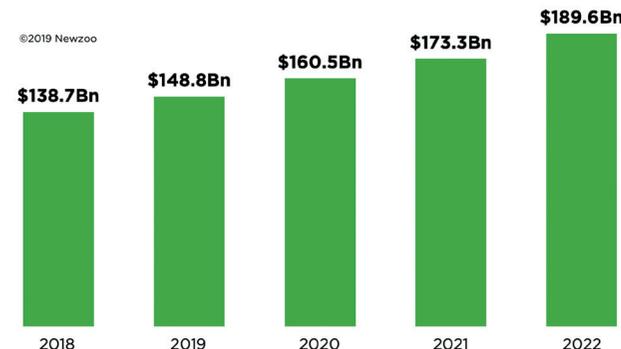
5 <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-adjusts-global-games-forecast-to-148-8-billion-slower-growth-in-console-spending-starts-sooner-than-expected/>
6 <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/>

Principales 10 mercados mundiales en 2018

#	País	Región	Población (millones)	Tamaño del mercado (M\$)
1	China	Asia	1.420,1	36.540
2	Estados Unidos	Norteamérica	329,1	35.510
3	Japón	Asia	126,9	18.683
4	República de Corea	Asia	51,3	6.194
5	Alemania	Europa occidental	82,4	5.721
6	Reino Unido	Europa occidental	67,0	5.348
7	Francia	Europa occidental	65,5	3.875
8	Canadá	Norteamérica	37,3	2.900
9	España	Europa occidental	46,4	2.583
10	Italia	Europa occidental	59,2	2.547

Fuente: Newzoo

Evolución del mercado mundial del videojuego



Fuente: Newzoo

CHINA: UNA POTENCIA EN CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

China es una potencia mundial en ingresos vinculados a la industria de los videojuegos, que crece a un ritmo de un 7,6 % anual a pesar de algunas condiciones del país (como la limitación del tiempo de uso de móviles a menores de 16 años y las dificultades para aprobar nuevas licencias de juegos, que se arrastra de forma intermitente desde 2018, entre otras). En cualquier caso, y con una población de usuarios de internet de más de 900 millones de personas, más de 500 millones de jugadores y unos ingresos anuales que en 2019 alcanzaron los 36.540 millones de dólares, China es el mercado de videojuegos de referencia. También está liderando el sector de los e-sports, obteniendo un 17% de los beneficios mundiales vinculados al sector.

PRINCIPALES EMPRESAS MUNDIALES E INVERSIONES

Según Newzoo⁷, las empresas que mayor facturación han tenido en 2018 en el sector de los videojuegos son las que se muestran a la derecha:

Respecto a inversiones, según indica el informe “**Games Investment Report**”⁸ del tercer trimestre de 2019 de Digi-Capital, tras haber obtenido unas inversiones de 5.800 millones de dólares en 2018, los VC y los inversores estratégicos invirtieron alrededor de 3.800 millones de dólares en compañías de videojuegos en la primera mitad de 2019, habiendo conseguido en los últimos 18 meses la misma captación de fondos que en los 5 años anteriores juntos. Si los datos del segundo semestre confirman esta tendencia, al terminar 2019 la suma de inversiones de 2018 y 2019 habrá sido superior a la obtenida en los 8 años anteriores.

⁷ <https://platform.newzoo.com/general-rankings>

⁸ <https://www.digi-capital.com/news/2019/07/record-9-6b-games-investment-in-last-18-months-but-games-ma-ipo-drop-to-2010-levels/>

Principales 25 empresas de videojuegos por ingresos

#	Empresas	Ingresos (M\$)
1.	Tencent	18.700
2.	Sony	14.200
3.	Microsoft	9.750
4.	Apple	9.490
5.	Activision Blizzard	6.890
6.	Google	6.520
7.	NetEase	5.850
8.	EA	5.290
9.	Nintendo	4.380
10.	Bandai Namco	2.740
11.	TakeTwo Interactive	2.580
12.	Nexon	2.250
13.	Ubisoft	2.190
14.	Warner Bros	1.840
15.	Netmarble	1.820
16.	Square Enix	1.580
17.	Cyber Agent	1.320
18.	NCSOFT	1.290
19.	Mixi	1.220
20.	Konami	1.210
21.	37 Interactive	1.060
22.	Aristocrat Leisure	945
23.	Sega	832
24.	Capcom	808
25.	Disney	795

Fuente: Newzoo

MERCADOS POR PLATAFORMA

PC

Aunque han aparecido en el mercado otras plataformas de distribución de videojuegos, Steam sigue siendo la que más vende, pese a las quejas de los desarrolladores por las comisiones que aplica y por la baja visibilidad de sus juegos entre la abundante oferta. Steam ya cuenta con casi 35.000 juegos en su tienda, 8.335 de los cuales (un 24 % del total) han sido publicados en el último año⁹.

Según el blog de Epic Games Store, en 2019 los jugadores se han gastado 680 millones de dólares en su tienda. En la actualidad, esta tienda digital cuenta con 108 millones de usuarios.

Mobile

Según los datos de 42matters¹⁰, en la tienda digital Google Play están disponibles más de tres millones de aplicaciones, de las cuales el 12,8 % –más de 400.000– son juegos. En el caso de iOS App Store, los juegos representarían un 14,4 % –más de 250.000– de un total de 1,7 millones de aplicaciones.

El gran volumen de aplicaciones disponibles en las stores y las previsiones de crecimiento a corto y medio plazo en este segmento de mercado harán necesario un mayor esfuerzo de los estudios en marketing y posicionamiento dentro de las tiendas de apps.

PRINCIPALES TENDENCIAS

La proyección futura del sector de los videojuegos pasan, por un lado, por consolidar las tendencias detectadas en los últimos años: **sector en crecimiento con un aumento discreto de la inversión**, crecimiento de los **e-sports**, **polarización del mercado** que agranda la brecha entre grandes estudios y estudios indies y un **estancamiento**

⁹ <https://steampy.com/year/>

¹⁰ <https://42matters.com/stats> (consultada en febrero de 2020)

de la evolución esperada en **VR/AR**. Por otro lado, además de la aparición de **nuevas consolas** como PS5 en 2020, las principales expectativas en el sector pasan por:

- Un intento de monetizar la nostalgia con la vuelta constante de antiguos títulos e IPs y la aparición de consolas y dispositivos retro o “neo-retro”;
- Cloud-gaming o el mercado de los juegos en la nube que permite acceder a los juegos desde cualquier dispositivo, que se espera sea una de las tendencias que mayor crecimiento e influencia tendrá en los próximos años, sobre todo con la llegada del 5G.
- La búsqueda de nuevas formas de monetizar y sacar máximo rendimiento a juegos e IPs.
- Una expectativa de crecimiento, al ritmo que lo está haciendo en China, del mercado de los “Instant Games”, que, además de abrir más mercado para el desarrollo de minijuegos, permiten llegar a nuevas audiencias.

MEDIOS INMERSIVOS (AR-VR-XR)

En los últimos años ha habido grandes expectativas en el campo de la realidad aumentada y la realidad virtual, también en el sector de los videojuegos. Con distintas empresas desarrollando dispositivos y gafas de realidad virtual y contenidos para ellas, por un lado, y el altísimo impacto que tuvo la irrupción en el mercado en 2017 de Pokémon Go y la realidad aumentada por otro, se esperaba que en 2019 se estuviese hablando de estas tecnologías como uno de los nichos líderes en el sector del juego, aunque no ha sido así. Hay distintas variables que explican la ralentización de este mercado, incluyendo los precios de los cascos/gafas de VR, su ergonomía y la experiencia de usuario, la poca oferta de contenidos exclusivos para VR, la falta de inversión en desarrollos para estas tecnologías desde sectores tecnológicos afines, etc.

Se ha detectado una tendencia a solventar algunos de estos problemas: por un lado, se están creando dispositivos más potentes que mejoran la experiencia del usuario en VR

(como la PS5); por otro lado, se investiga sobre la creación de nuevos periféricos que mejorarían la experiencia de juego, como dispositivos táctiles¹¹ o guantes que capturan el movimiento¹².

Se espera que algunas de las características de AR y VR que las hacen incómodas para los usuarios se solucionen con la realidad extendida (XR). Esta, que es un compendio de todas las realidades (VR, AR, MR, mundo físico) permite crear experiencias más cercanas al mundo real.

STREAMING- CLOUD GAMING

El streaming ha cambiado la forma de consumir y distribuir contenidos culturales. Hasta ahora, ha tenido un gran impacto en la industria de la música y en los servicios de televisión bajo demanda, y se espera que a corto/medio plazo tenga gran impacto también en la industria de los videojuegos.

En E3 Google presentó su plataforma en la nube Stadia, y Microsoft enseñó una demo de su Project xCloud para juegos en la nube. En enero de 2020 Apple anunció que su plataforma de juego de suscripción Apple Arcade¹³ disponía ya de más de 100 títulos, a los que irá sumando más.

Los juegos en la nube permiten el acceso a productos de alta gama sin la necesidad de poseer un “hardware” específico: solo un buen acceso a internet y su dispositivo móvil.

Las grandes compañías aseguran que pronto será posible jugar juegos de alta calidad desde la nube a través de dispositivos móviles sin que sean necesarias consolas u ordenadores personales, lo que permitirá llegar a un número mayor de potenciales jugadores.

11 <https://vrscout.com/news/how-ai-and-haptics-could-revolutionize-vr/>

12 <https://newatlas.com/hand-movement-glove-capture/60732/>

13 <https://www.apple.com/newsroom/2020/01/apple-rings-in-new-era-of-services-following-land-mark-year/?1578481173>

El sector de los videojuegos está dividido entre aquellos que apuestan por que los juegos en la nube no solo serán el futuro del sector gracias a su capacidad para alcanzar a una mayor audiencia sino que crearán nuevos modelos de negocio y explotación asociados al formato, y aquellas otras empresas que son más cautas, están a la expectativa y no harán movimientos para adaptarse hasta que este segmento esté más consolidado.

INSTANT GAMES

Los minijuegos asociados a plataformas sociales como el servicio de mensajería instantánea chino WeChat o la red social de microvídeos TikTok están experimentando un gran crecimiento en China. Aunque este formato ya se venía probando en otras redes sociales como Facebook (con Facebook Instant Games) o Snapchat, todo parece apuntar a que en 2020 habrá una explosión de minijuegos asociados a redes sociales y programados en HTML5 con un modelo de negocio propio.

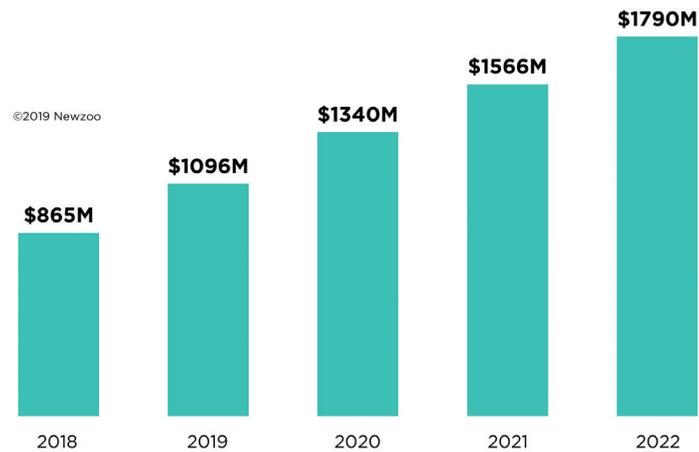
ESPORTS

Los eSports siguen creciendo, llegando en 2019 a superar por primera vez los mil millones de dólares de ingresos mundiales, según Newzoo¹⁴, lo que supone un 26,7 % más con respecto al año anterior. Alrededor del 82 % del mercado total proviene de inversiones de las marcas (derechos de medios, publicidad y patrocinio). La principal fuente de ingresos para los eSports en todo el mundo es el patrocinio, que generó 456,7 millones de dólares en 2019. Sin embargo, los derechos de los medios es la fuente de ingreso que más rápido está creciendo.

El mercado global de eSport crecerá anualmente un 20 % hasta llegar a representar 1.790 millones de dólares en 2022.

14 <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019/>

Evolución del mercado global de eSport



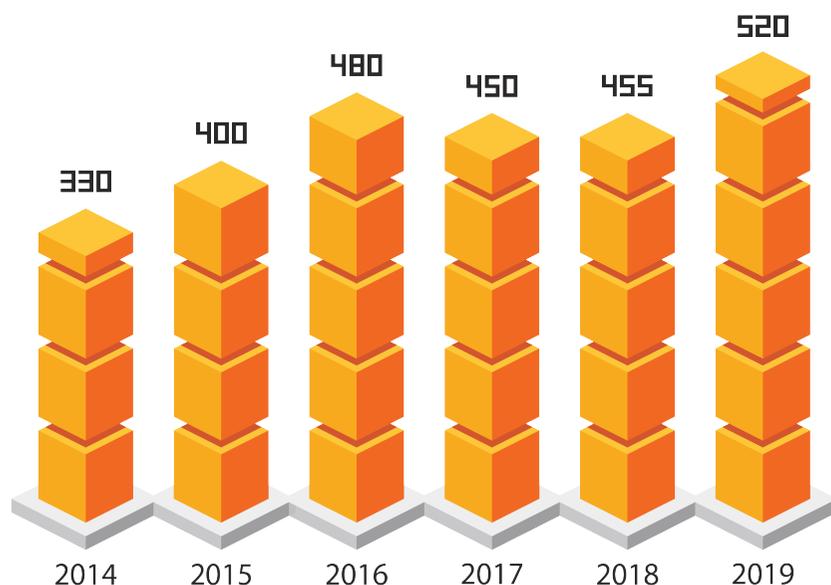
Fuente: Newzoo

Por otro lado, según Newzoo, la audiencia mundial de eSports ha sido en 2019 de 453,8 millones de personas. Entre ellas, 201,2 millones son entusiastas y 252,6 millones son espectadores ocasionales. A medida que el mercado de deportes electrónicos madure y la cantidad de eventos locales, ligas y acuerdos de derechos de medios aumente, se prevé que el ingreso promedio por seguidor aumentará, y llegará a los 6,02 dólares hacia 2022.

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

La producción de videojuegos en España sigue siendo una industria joven que tiene como reto consolidarse, crecer de forma estructurada, generar empleo estable e internacionalizarse. Sin embargo, a pesar de su juventud, es una industria que, a día de hoy, ya agrupa más de 520 empresas constituidas y 250 proyectos en funcionamiento a la espera de constituirse como entidad legal.

Evolución del censo de las empresas de videojuegos en España



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

En 2019 España se ha ido recuperando del parón de crecimiento en volumen de empresas de videojuegos que sufrió en 2017 y 2018 y ha retomado el camino iniciado en 2016. La estabilización de la economía y una mejora en la atención que las administraciones e instituciones proporcionan a los estudios podrían ser algunas de las causas.

Sin embargo, se ha detectado un centenar de empresas sin actividad y que por lo tanto podrían correr el riesgo de desaparecer, lo que introduce una incertidumbre sobre la evolución futura del censo del sector.

PRINCIPALES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cataluña, con un porcentaje del 28 %, sigue siendo la Comunidad Autónoma con más estudios de videojuegos, seguida por la **Comunidad de Madrid**, con un 24,7 %. **Andalucía** ha pasado a ocupar la tercera posición, con casi un 16 % (frente al 9 % de 2018), adelantando a la **Comunidad Valenciana**, que en 2019 ocupó el 4º lugar, con un 12,2 %.

Barcelona, Madrid, Málaga y Valencia siguen siendo las ciudades en las que tienen su sede más estudios de videojuegos, gracias a iniciativas públicas y privadas, y una mayor oferta formativa que favorece la creación de tejido industrial.

los videojuegos española, siendo la sede del 15,7 % de los estudios de videojuegos españoles y produciendo un 8 % de la facturación del Estado.

Liderando este avance cabe destacar al Polo Digital de Málaga, que no solo ofrece incubación y acompañamiento especializado para estudios y empresas de videojuegos, sino que proporciona apoyo en la búsqueda de financiación y en la atracción de inversión nacional e internacional, lo que se suma al apoyo de la administración andaluza en forma de ayudas, subvenciones, préstamos, etc. Este apoyo de la administración y las instituciones se traduce también en que poco a poco grandes estudios internacionales abran sede en Andalucía, como es el caso de **FRVR**. La andaluza **Genera Games** es la empresa de referencia respecto a generación de empleo y alcance internacional de sus productos.

En Andalucía convergen varios casos de éxito: el crowdfunding del juego «Hunt the night» del estudio **Moonlight Games** que recaudó 80.558 euros de los 25.000 euros que pidieron inicialmente; y el juego «Blasphemous» de **The Game Kitchen**, que en 2017 recaudó 333.246 dólares con su crowdfunding, y que ha debutado como líder de ventas en la tienda digital Steam en su semana de estreno internacional, por encima de otros videojuegos “triple A”.

Además, el festival de videojuegos **Gamepolis** es una cita ineludible para el sector desde hace 7 años.

COMUNIDAD VALENCIANA

La Comunidad Valenciana presenta unas cifras muy poco inferiores a las que obtuvo en 2018, pero el gran crecimiento de Andalucía la convierten en la cuarta comunidad autónoma en el censo de estudios de videojuegos, con un 12,2 %, y un 2 % de la facturación.

La Comunidad Valenciana ha contado con un apoyo administrativo e institucional orientado a la construcción de tejido industrial en el ámbito de los videojuegos que parece no ser suficiente para seguir el ritmo de Andalucía o Cataluña. Por otro lado, los estudios valencianos de videojuegos señalan que hay pocas incubadoras o espacios de creación de videojuegos más allá de la capital valenciana y que apenas hay presencia de inversores.

Destaca el esfuerzo que desde **Las Naves, Lanzadera** y el **Cercle Valencià dels Videojocs** se hace por consolidar los estudios de videojuegos valencianos. Entre los eventos profesionales destaca **Valencia Indie Summit**.

Devilish Games, una empresa muy longeva respecto al panorama español, con más de 20 años de experiencia, obtuvo en 2019 el premio a mejor videojuego en los Premis de l'Audiovisual Valencià.

CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN EMPRESARIAL

Dentro del ecosistema español de videojuegos encontramos estudios operando que no están constituidos como empresas: son pequeños equipos generalmente vinculados a formación de grado o postgrado universitario que se unen para hacer un videojuego sin crear en paralelo una estructura empresarial. Sería bueno que se regulara una fórmula que permitiera dar de alta empresas con operativa productiva pero sin actividad económica que facilitara, por ejemplo, acceder a ayudas o contabilizar los costes operativos de la producción sin estar sometidos al pago de tasas, impuestos, etc.

Llama la atención que no exista un CNAE específico que agrupe a todas las empresas de videojuegos, lo que ocasiona una confusión que se refleja en los registros bajo los siguientes epígrafes:

CNAE de las empresas de videojuegos



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

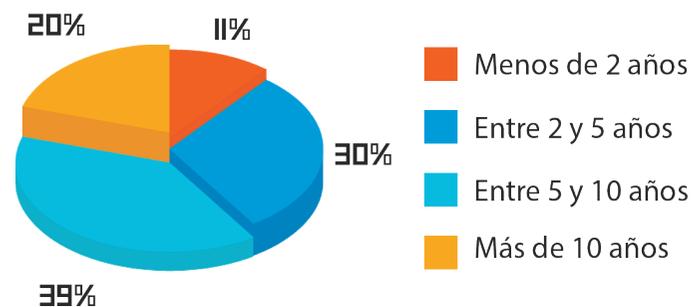
Esta diversidad de CNAE tiene dos consecuencias prácticas: en primer lugar, no ofrece una radiografía completa de las empresas de videojuegos, por lo que al auditar y evaluar el sector pueden quedar fuera varias empresas. Además, algunas convocatorias públicas del ámbito de los videojuegos (como el programa CREA de la Unión Europea) solo admiten a empresas de determinados CNAE. Aunque es algo que sucede de forma muy puntual, la equiparación de CNAE en las empresas desarrolladoras de videojuegos es algo deseable y a tener en cuenta a medio plazo.

La industria de los videojuegos española es un sector joven, donde el 80 % de las empresas tiene menos de 10 años de antigüedad. En el gráfico de la derecha es necesario poner el foco sobre las empresas que tienen entre dos y cinco años: empresas de creación reciente pero que ya han cumplido el ciclo de vida del primer videojuego y que comienzan a consolidarse.

Respecto a los datos del Libro Blanco de Videojuegos de 2018 hay un ligero incremento en el número de empresas con una antigüedad de más de dos años (ha aumentado entre

el 1 y el 2 % en los tres grupos) y se ha reducido en un 4 % el número de empresas de menos de dos años. Observando los datos de forma pormenorizada, encontramos que sigue habiendo mucho movimiento de creación y cierre de empresas que no llegan a cumplir los dos años. Estas empresas, generalmente vinculadas a titulaciones académicas o a incubadoras, se crean para hacer un videojuego y desaparecen una vez publicado.

Distribución de las empresas por antigüedad

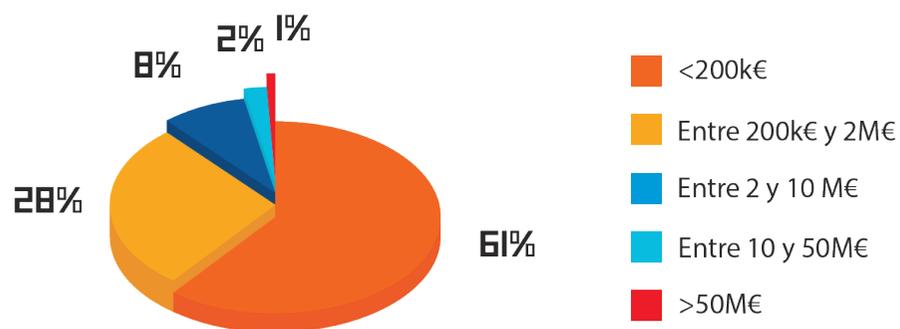


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

FACTURACIÓN

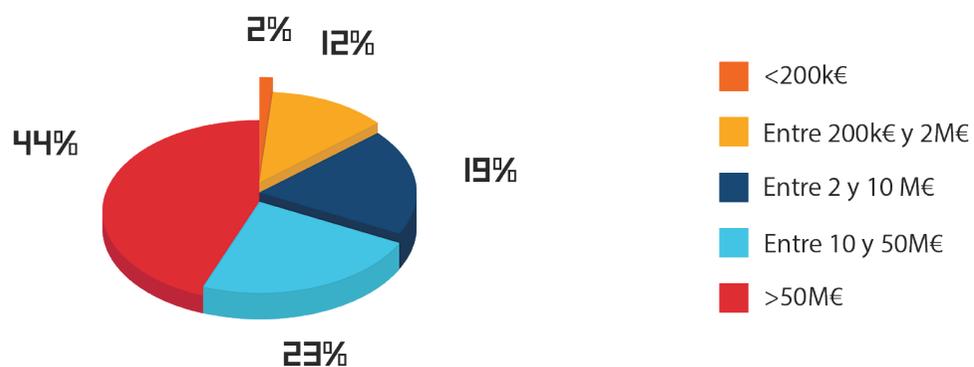
La juventud y la falta de consolidación de la industria de videojuegos española se refleja en los ingresos de las empresas, con un 61% de ellas que factura menos de 200.000 de euros al año. El 89 % de las empresas españolas de videojuegos factura menos de dos millones de euros al año. Apenas un 3 % de las empresas supera los 10 millones de euros al año, aunque, es ese 3 % el que más ingresos aporta al sector, ya que son responsables de un 67 % de la facturación anual.

Distribución de las empresas por facturación



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Distribución de la facturación en el sector por tamaño de empresas



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Evolución real y prevista de la facturación en el sector (millones de euros)

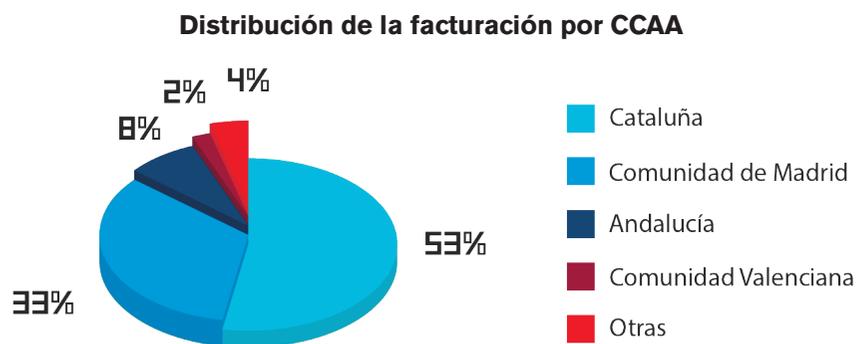


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

En 2018, el conjunto de empresas productoras de videojuegos con sede en España facturaron **813 millones de euros** – un 14% más que 2017 –, ligeramente por debajo a la estimación realizada, que era de casi 900 millones. La mayor expectativa de crecimiento estaba vinculada a la implementación de diferentes ayudas económicas y fiscales que se esperaban de la administración.

Reajustando la gráfica con los datos confirmados, y condicionando el crecimiento a que finalmente se implementen esas ayudas e incentivos, se espera que en 2022 la producción española de videojuegos alcance los **1.223 millones de euros** de cifra de negocio, con un crecimiento anual del 10,7 % (CAGR 2018-2022)

Cataluña es la comunidad autónoma que más factura en toda España, con un 53 % de la facturación anual, justificada por la presencia de grandes multinacionales. Es seguida por la Comunidad de Madrid, con un 33 % de la facturación. Por tanto, el 86 % de lo que facturan los videojuegos producidos en España procede de dos comunidades autónomas.



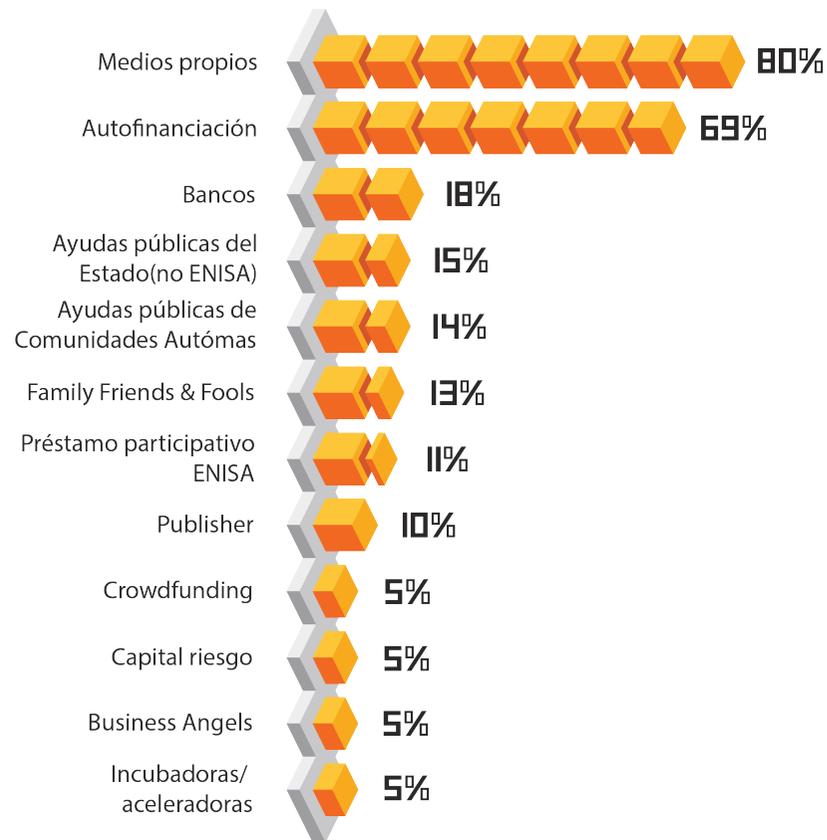
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

ACTIVIDAD, FINANCIACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIO

FINANCIACIÓN

Otra característica común de gran parte de las empresas españolas de videojuegos es que financian sus producciones con recursos propios (80 %), u optan por financiarse desarrollando producciones para terceros (69 %). La financiación externa, ya sea pública o privada, aún no pasa del 20 % en ninguno de los casos.

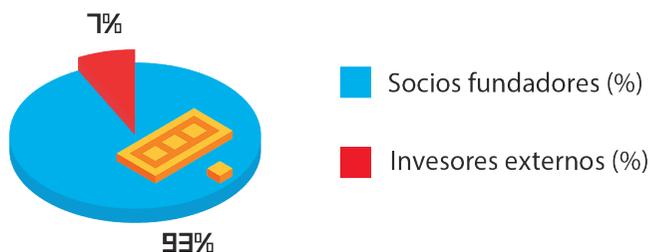
Fuentes de financiación actual del estudio



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

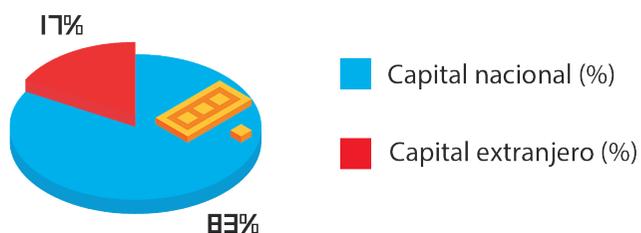
El 83 % del capital social de las empresas de videojuegos es de origen español, siendo el 93 % aportaciones de los socios y, apenas un 7 %, inversores externos.

Composición del capital social



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Distribución del capital por procedencia



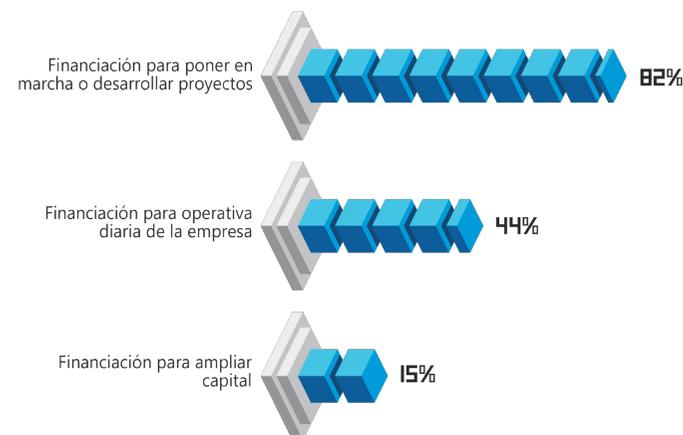
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 58 % de las empresas de videojuegos españolas ha tenido la ocasión de presentar sus proyectos a inversores. Sin embargo, todo parece indicar, por el volumen de facturación que manejan, que la mayor parte no entran en el objetivo de los grandes inversores, teniendo un perfil más adecuado para buscar financiación externa a través de las redes de Business Angels.

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

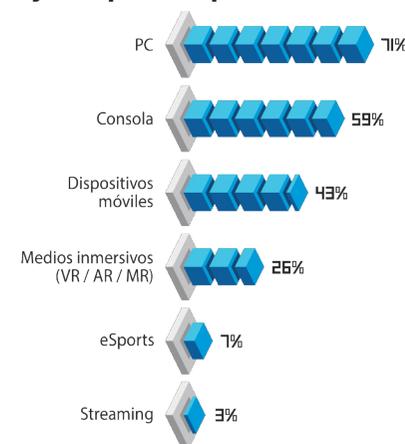
El 78 % de las empresas manifiesta tener necesidades de financiación para desarrollar proyectos que, en un 71 % de los casos, son proyectos para PC, seguido de proyectos para consola (59 %):

Tipos de proyecto para el cual se necesita financiación (% de empresas)



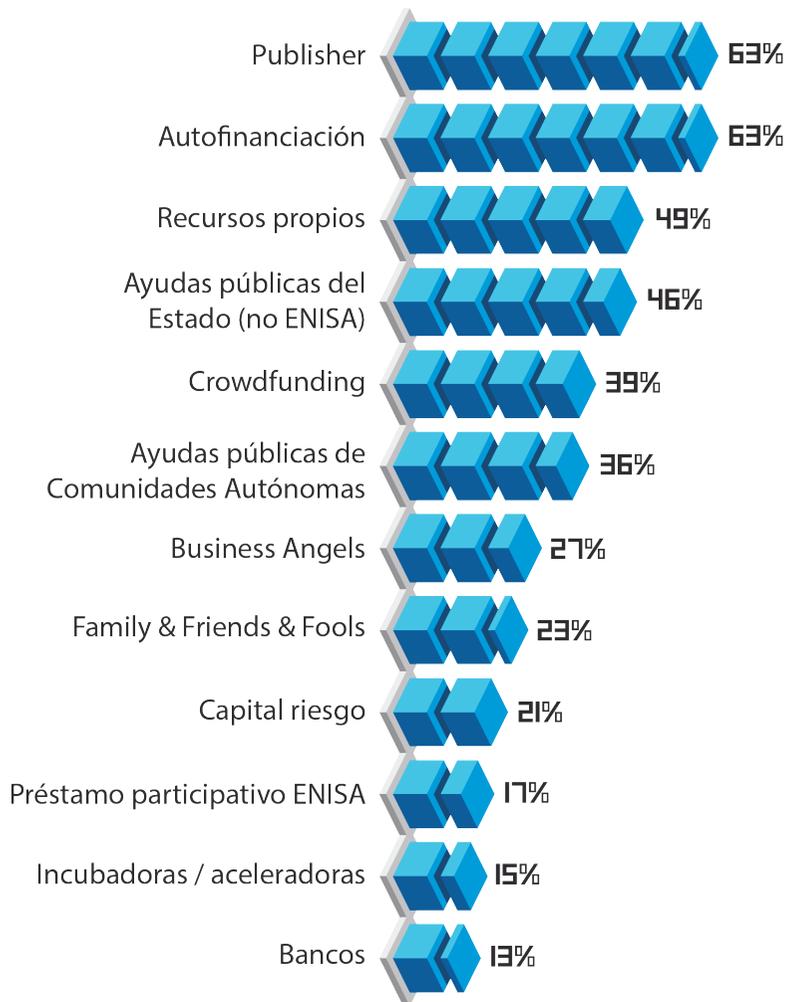
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Tipo de proyecto para el que se necesita financiación



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

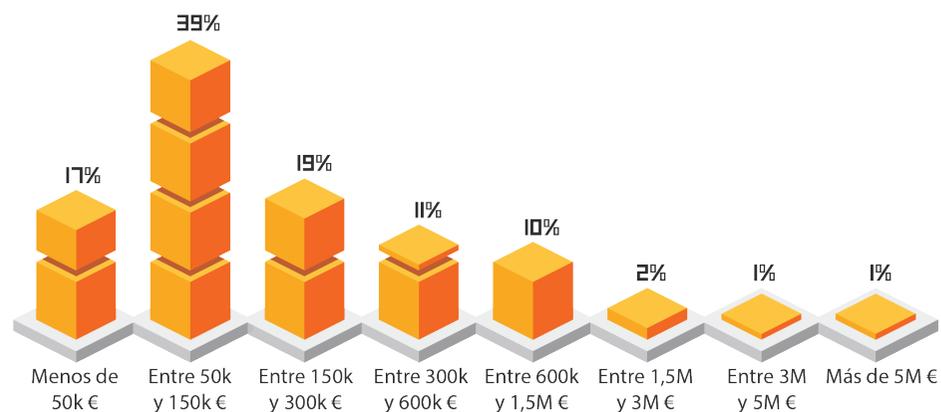
Fuentes de financiación (% de empresas)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Para buscar financiación, solo un 13 % opta por acudir a los bancos, un 27 % obtiene el apoyo de Business Angels, y un 63 % de las empresas declara tener como objetivo cerrar un acuerdo con un Publisher que les adelante recursos a cuenta de ingresos futuros. Respecto a ayudas públicas, el 46 % declara pedir financiación al Estado (no ENISA) o a las ayudas públicas de las comunidades autónomas.

Necesidades de financiación (% de empresas)



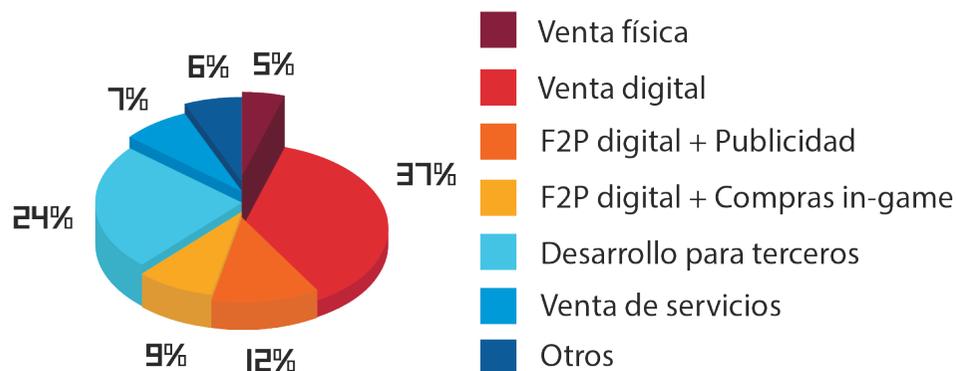
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 86 % de las empresas encuestadas declara precisar financiación inferior a 600.000 euros.

MODELOS DE NEGOCIO

El 67 % de las empresas explota su propia propiedad intelectual. El 33 % de la facturación restante proviene de la provisión de la producción o servicios para terceros.

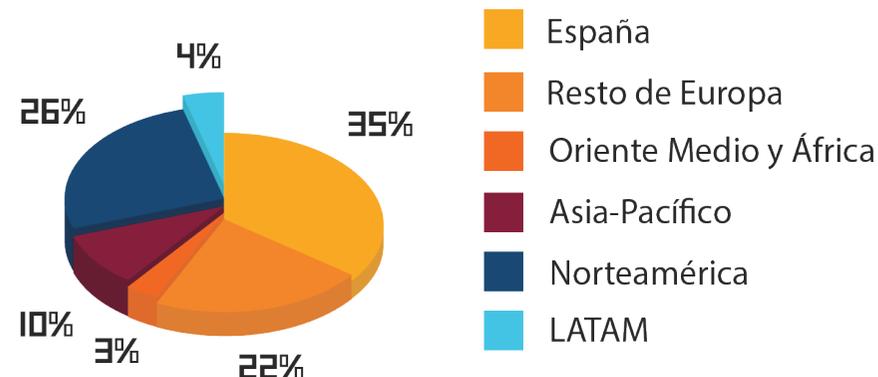
Distribución de la facturación por modelo de negocio



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Una señal del crecimiento sostenido de la facturación internacional de los videojuegos españoles es que, de media, solo el 35 % de la facturación proviene de España: el 26 % proviene de Norteamérica, el 22 % del resto de Europa y un 10 % de Asia-Pacífico. Teniendo en cuenta la posición dominante de la región Asia-Pacífico en el consumo de videojuegos mundial, hay un gran margen de crecimiento para las empresas españolas dirigiendo sus esfuerzos hacia ese mercado.

Distribución de la facturación por regiones



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

ACTIVIDADES DE LAS EMPRESAS

El 86% de las empresas desarrolla propiedad intelectual (IP) propia. Por otro lado, el 46% desarrolla videojuegos por encargo. El 13 % publica juegos de terceros, mientras que el 37 % apuesta por la autopublicación. El 21% también lleva a cabo actividades formativas, por su cuenta o en colaboración con centros de formación.

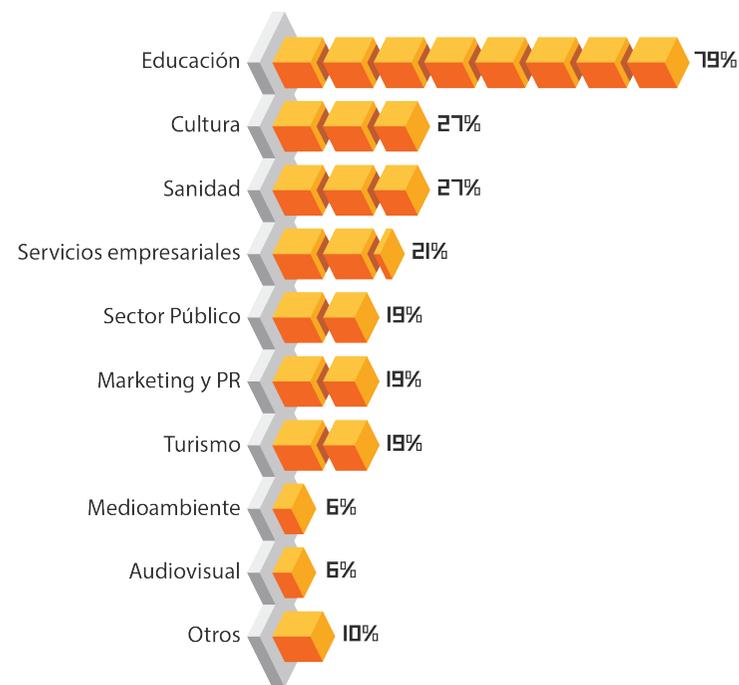
Tipología de actividades



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 23 % de las empresas –una de cada cuatro– desarrolla serious games. El 21,4 % de los juegos publicados en 2018 se enmarcó en esta tipología y se dirigieron, especialmente, al sector de la Educación en un 79 % de los casos, seguido del de la Cultura con un 27 % y del de la Sanidad con un 27 %. Sorprende que solo un 17 % de los serious games publicados haya sido desarrollado para el Turismo, un sector con gran fortaleza económica en España y en el mundo. Este dato nos invita a pensar que existe gran margen de crecimiento si el sector turístico apuesta de forma más decidida por los serious games.

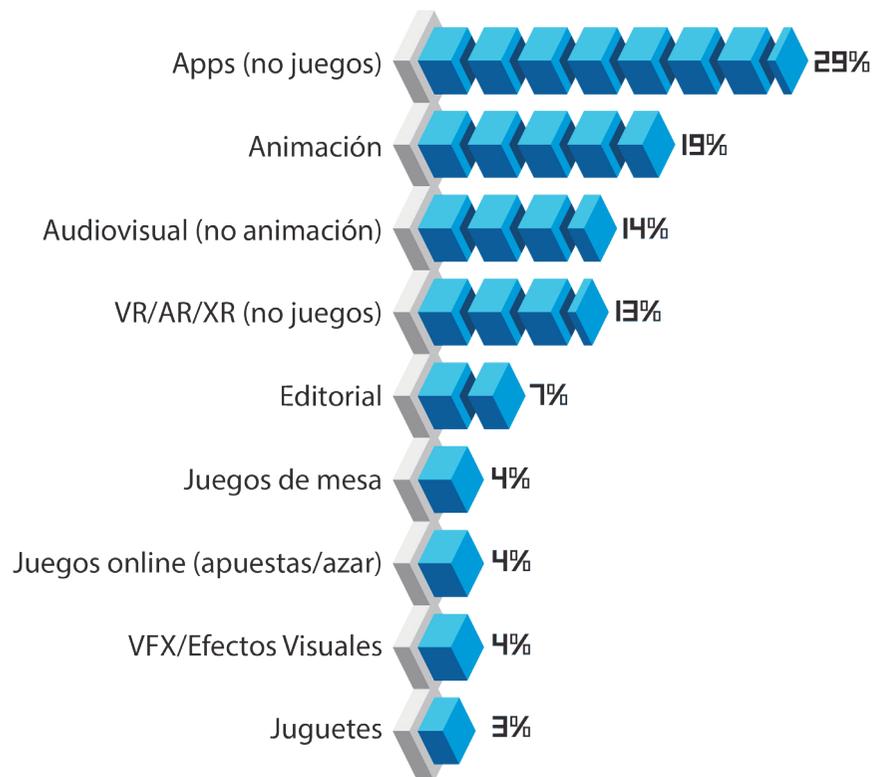
Serious games por sectores



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Con respecto a actividades realizadas en sectores relacionados, las empresas españolas de videojuegos han trabajado fundamentalmente desarrollando apps (no juegos) en un 29 % de los casos; haciendo animación en un 19 %; o desarrollos para el sector audiovisual -no animación- en el 14 %. También han hecho desarrollos para realidades aumentadas, virtuales y mixtas.

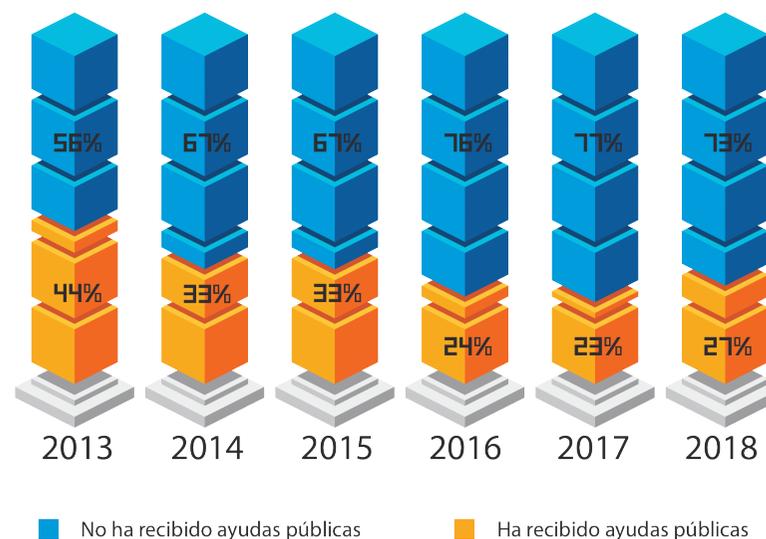
Actividades realizadas en sectores relacionados



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

AYUDAS PÚBLICAS

Evolución del porcentaje de empresas de videojuegos que han recibido ayudas públicas

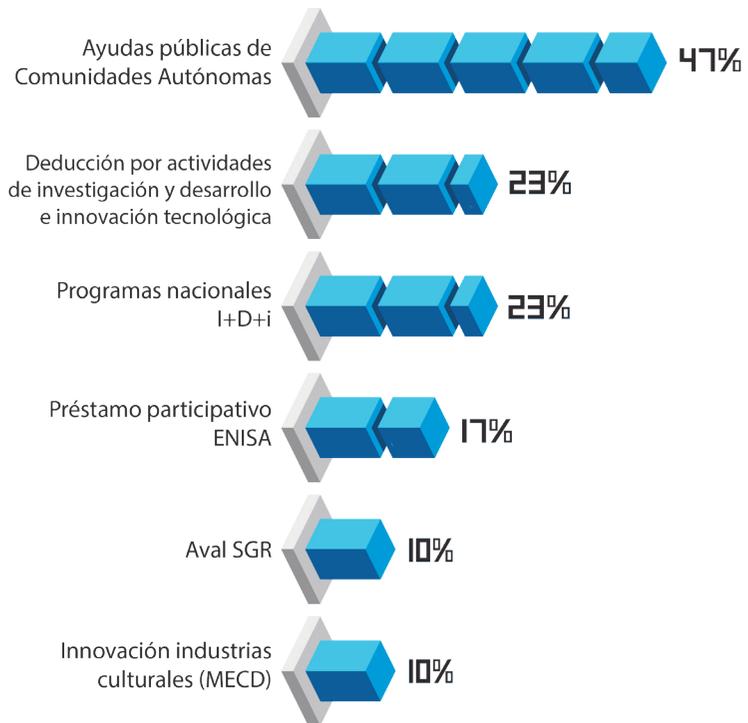


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

En el periodo 2013-2018, el porcentaje de empresas que ha recibido ayudas públicas se ha reducido en más de un 15 %. La industria reivindica más ayudas e incentivos fiscales que permitan al sector asentarse, consolidarse y crecer hacia una meta con más empresas de mediano y gran tamaño y de mayor proyección internacional. La falta de convocatorias o los plazos en la resolución de las mismas pueden haber sido los detonantes de esta bajada, ya que en la encuesta cualitativa realizada a los estudios la mayor parte de ellos afirman que uno de los mayores problemas del sector es la escasez de ayudas públicas.

Las ayudas públicas a las que han tenido acceso los estudios de videojuegos en 2018 son, principalmente, las de las comunidades autónomas (47 %), quedando en un 10 % las ayudas a la Innovación en Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Deporte:

Tipos de ayudas públicas recibidas (% del total de empresas que han recibido ayudas)



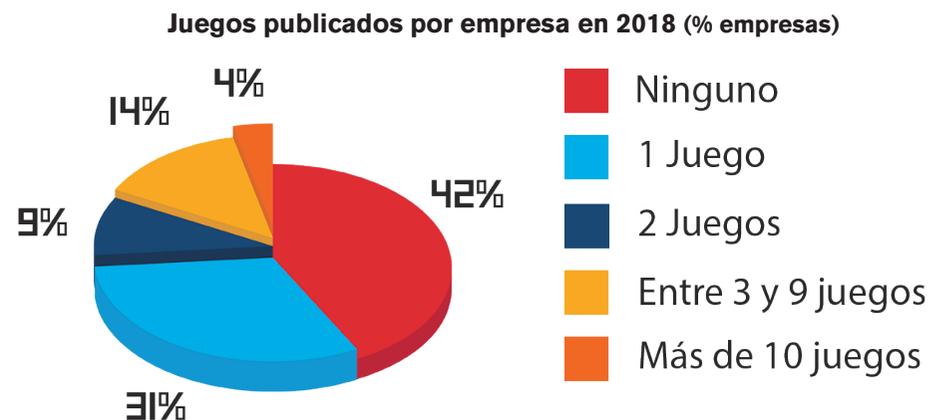
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

En 2018, la subvención media que han recibido los estudios ha sido de 41.142,86 euros y el importe medio de los préstamos es de 141.412,45 euros.

El 49 % de las empresas de videojuegos españolas estaría dispuesto a reubicarse en otra Comunidad Autónoma que facilitase condiciones más favorables. Y el 46 % estaría dispuesto a trasladarse a otro país que ofreciese mejores condiciones.

PRODUCCIÓN

El 42 % de las empresas de videojuegos españolas no ha publicado ningún juego y el 31 % un solo juego en 2018. Esto puede ser debido a los plazos de desarrollo y producción de los juegos y a que un 41 % de las empresas tiene menos de cinco años de antigüedad y muchas trabajan solo sobre una IP propia, autofinanciándose generalmente con desarrollos para terceros que les impiden trabajar sobre más de un proyecto propio a la vez.



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

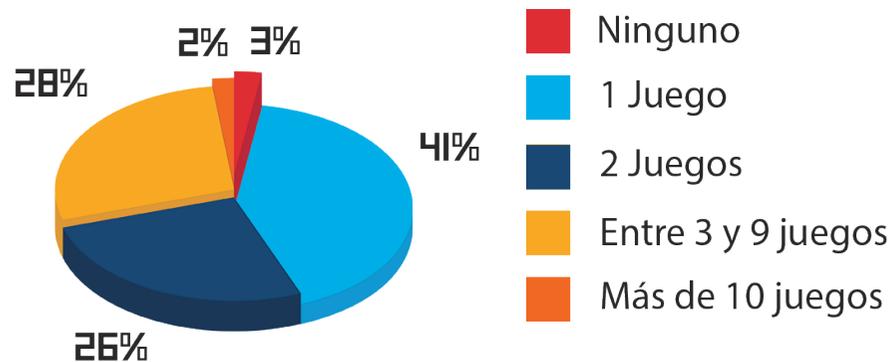
LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019

Hay un 14 % de empresas que ha publicado entre 3 y 9 juegos y un 4 % que ha publicado más de 10.

Respecto a los juegos que actualmente están en desarrollo, el 67 % de las empresas tiene hasta 2 videojuegos en desarrollo en 2019 y un 28 % tiene entre 3 y 9 juegos. De nuevo los datos nos hablan de una industria en vías de crecimiento y consolidación.

El 78 % de las empresas ha producido lo mismo o más que el año anterior en 2018-2019 y el 92 % considera que en 2019-2020 su producción de videojuegos aumentará.

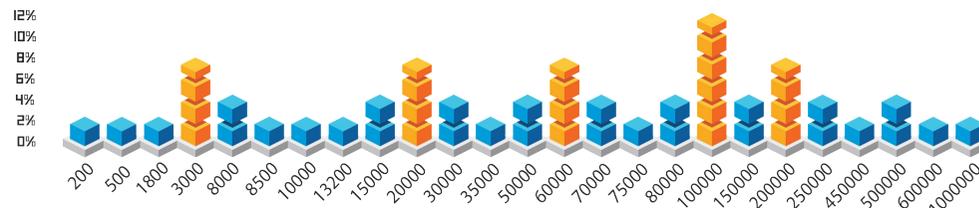
Juegos en desarrollo por empresa en 2019 (% empresas)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El coste medio de desarrollo (incluyendo localización y excluyendo marketing) de los juegos que se han publicado en 2018 es de 127.157 euros.

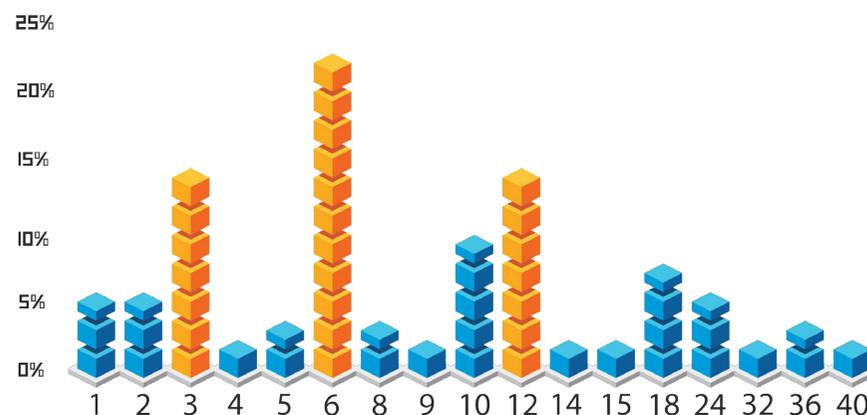
Coste medio de desarrollo de los juegos publicados en 2018



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El tiempo medio dedicado al desarrollo de videojuegos en meses (incluyendo pre-producción) es de 10,50 meses, siendo el tiempo máximo 40 meses y el mínimo, un mes. Analizando los datos agregados, vemos que los periodos “3 meses”, “6 meses” y “12 meses” son las más habituales en el desarrollo de juegos.

Tiempo medio de desarrollo de los juegos publicados en 2018

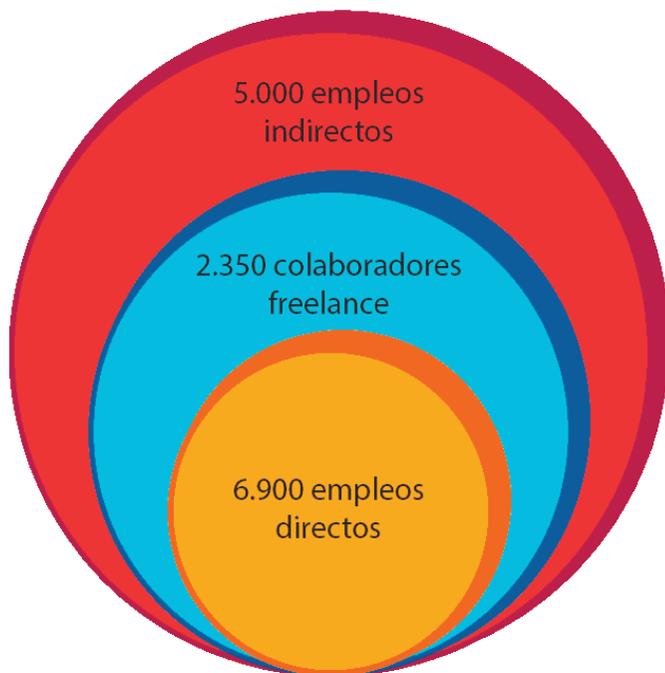


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

EMPLEO DEL SECTOR

El empleo generado en 2018 por parte de la industria de los videojuegos es de 6.900 personas con contrato directo – con un incremento del 8,9 % con respecto a 2017 – y 2.350 personas trabajando como freelance. Se han generado alrededor de 5.000 puestos de trabajo indirectos. La cifra total de empleo generado en la industria del videojuego es de 14.250 personas.

14.250 profesionales vinculados/as al sector



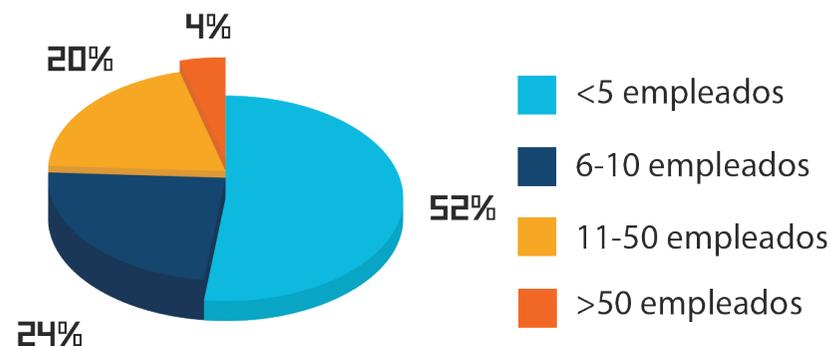
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Algunas de las características de este empleo son:

- El 65 % de las personas empleadas de forma directa tiene contrato indefinido.
- Hay un 16 % de mujeres empleadas de forma directa o que son miembros del estudio.
- Hay un 34 % de colaboradores/as freelance.
- Hay un 7 % de personas empleadas que provienen de otros países.
- 1.969 estudiantes han realizado sus prácticas a lo largo de 2018 en empresas de videojuegos.

El 52 % de las empresas de videojuegos españolas tiene menos de 5 empleados, el 76 % tiene menos de 10 empleados y el 96 % menos de 50 empleados. Son datos que hablan de una industria joven, emergente, de pequeñas empresas, que aún debe crecer y consolidarse, siendo deseable que la franja de empresa mediana que ahora ocupa el 20 % crezca y crezca también, sobre todo, la que ahora ocupa el 4 %, empresas con más de 50 empleados.

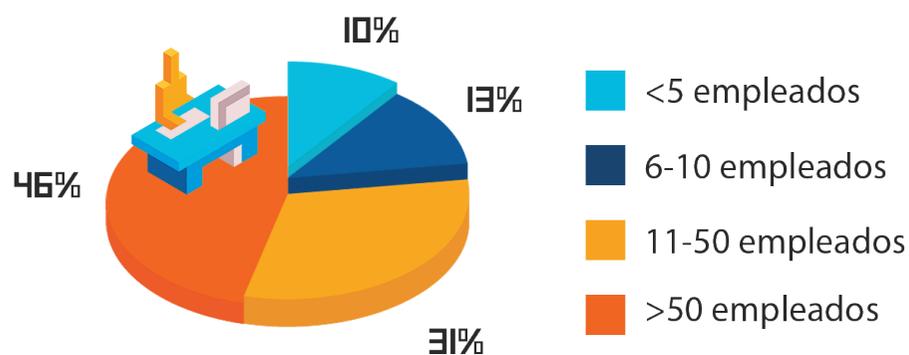
Distribución de las empresas por número de empleados



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Como ocurría con la facturación, el 46 % del empleo generado por la industria de los videojuegos corresponde a las empresas de más de 50 empleados, a pesar de ser solo el 4 % de la industria. Incentivar que empresas de gran tamaño se instalen en España o el crecimiento de las ya existentes tendría un impacto exponencial en el empleo en el sector.

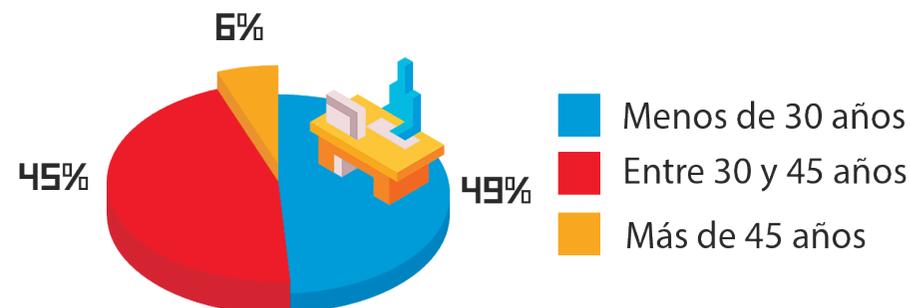
Distribución del empleo en el sector por tamaño de empresas



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

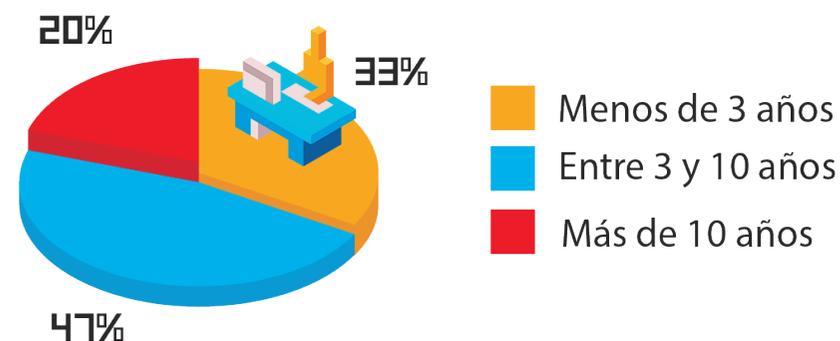
Al perfil ya definido de juventud de la industria de videojuegos española le acompañan los datos de la edad de los empleados y/o miembros de los estudios. Casi la mitad de las personas empleadas en este sector tienen menos de 30 años, el 94 % tienen menos de 45 y el 33 % de ellos tiene menos de tres años de experiencia en el sector. Solo el 20 % tiene más de 10 años de experiencia desarrollando videojuegos. Son datos coherentes con la juventud de la industria en España.

Número de empleados/as (o miembros) del estudio por edad



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

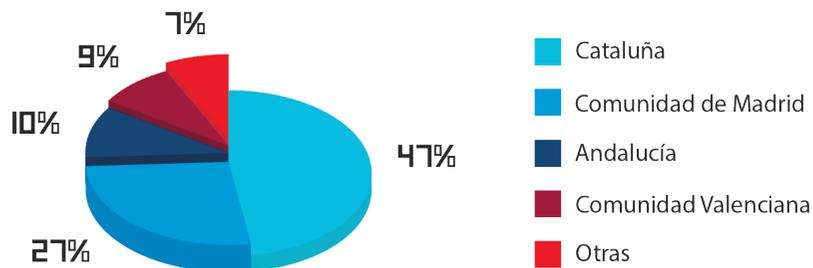
Número de empleados/as (o miembros) del estudio por años de experiencia laboral



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Cataluña es la comunidad autónoma donde más empleados del sector de los videojuegos hay, con un 47 %, seguida por la Comunidad de Madrid, con un 27 % y Andalucía, con un 10 %.

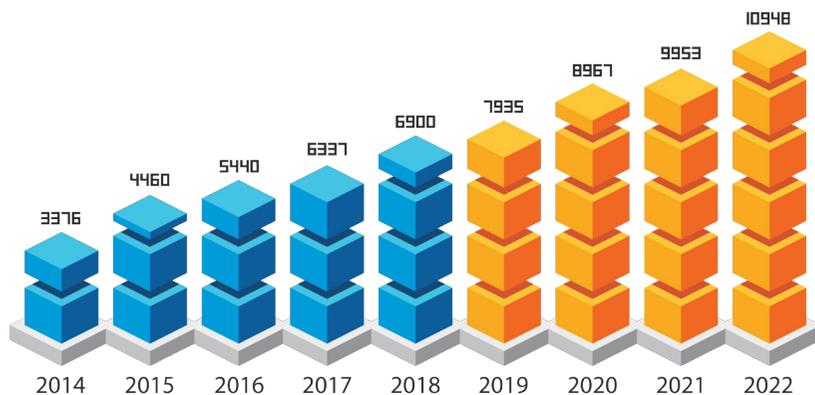
Distribución del empleo por comunidad autónoma



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Haciendo una previsión de empleo en la industria de videojuegos que contemple las mejoras fiscales y el aumento de ayudas que reclama el sector, podemos vaticinar que en 2022 habrá alrededor de 11.000 empleos directos vinculados a empresas de videojuegos, con un crecimiento anual del 12,2 % (CAGR 2018-2022)

Evolución real y prevista del empleo en el sector



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

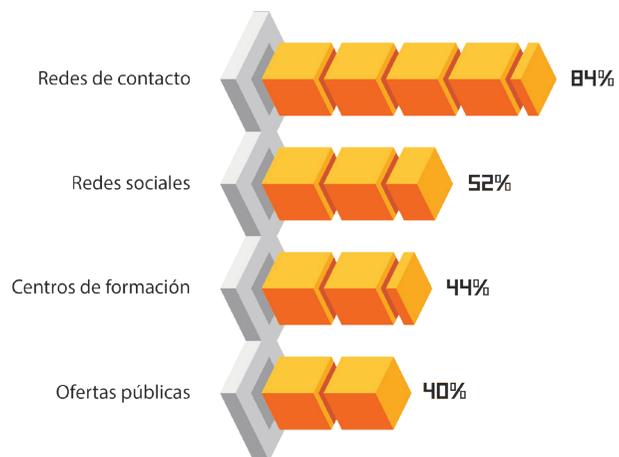
CALIDAD DEL EMPLEO

Hemos definido algunas variables para evaluar la calidad del empleo en el sector de los videojuegos. Encontramos que el 65 % de los contratos directos son indefinidos, con un porcentaje del 34 % de trabajadores freelance y una ratio baja de trabajadores de otros países, así como de trabajadoras. El número estimado de estudiantes que han cursado prácticas en empresas de videojuegos es de 1.969. En la encuesta cualitativa encontramos que tanto empresas como estudiantes ponen sobre la mesa la cuestión de las prácticas. Por las características del tejido empresarial de videojuegos en España, con una mayoría de empresas muy jóvenes, con poca experiencia y pocos empleados, resulta difícil encontrar oportunidades para hacer prácticas. Entendemos que si gracias al apoyo institucional se favorece que aumente el número de grandes empresas que se instalan en España y se apoya a empresas españolas para que se consoliden, y las empresas medianas pasen a ser de mayor tamaño, todos los datos relacionados con la calidad del empleo mejorarán.

Empleados/as directos/as con contrato indefinido	65 %
Mujeres empleadas directas o miembros del estudio	16 %
Colaboradores/as freelance	34 %
Empleados/as provenientes de otros países	7 %
Número estimado de estudiantes que han cursado prácticas a lo largo de 2018	1.969

A la hora de contratar, las empresas de videojuegos suelen utilizar sus redes de contactos (el 84 %), las redes sociales (52%) y, en menor medida, centros de formación (44 %) y ofertas públicas (40 %).

Canales de contratación utilizados



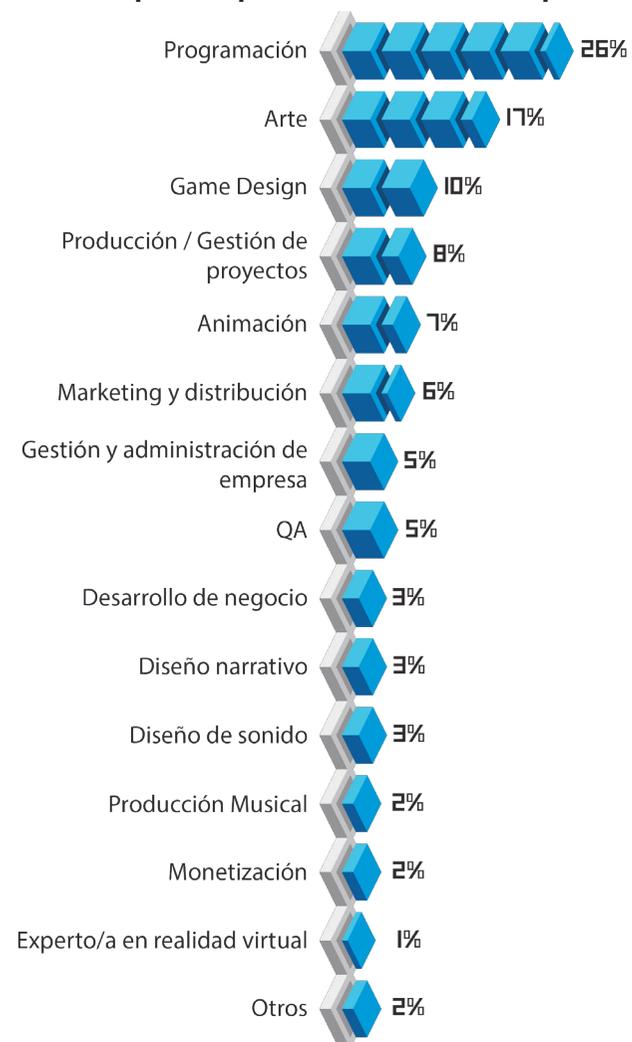
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

PERFILES PROFESIONALES

La industria de los videojuegos ofrece empleo a distintos perfiles profesionales, desde programación a artistas o profesionales del marketing y la comunicación. En la encuesta cualitativa se pone de manifiesto la necesidad de incorporar más perfiles con perfil administrativo/ empresarial y de comunicación y marketing que ayuden tanto con la estructura empresarial como con la visibilidad e internacionalización de los juegos desarrollados.

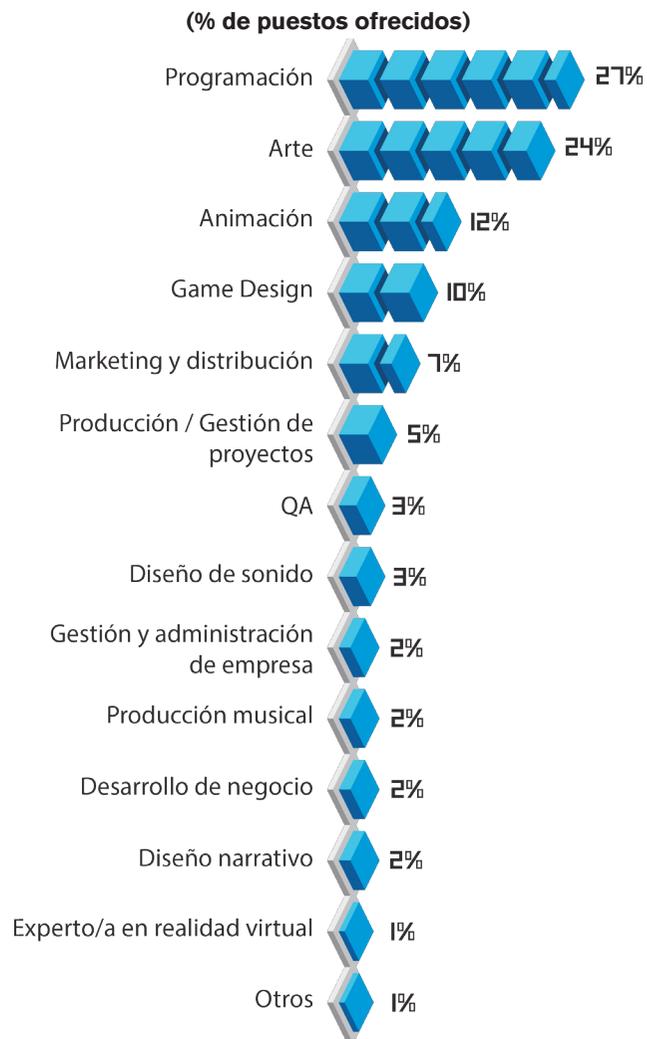
En la actualidad, los perfiles profesionales trabajando en la industria de los videojuegos son los siguientes:

Distribución de los perfiles profesionales en las empresas españolas



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Ofertas de empleo por tipo de perfil en los próximos 12 meses



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Los programadores lideran el ranking, ocupando un 26 % de los puestos de trabajo del sector y el 27 % de las ofertas de trabajo, seguido de artistas, que ocupan un 17 % de los puestos de trabajo y un 24 % de las ofertas. Sendas gráficas muestran la gran variedad de perfiles profesionales que pueden incorporarse a la industria de los videojuegos. La mejora en la presencia y tamaño de las empresas de videojuegos afectará de forma positiva en el empleo no solo para los especialistas en el sector, sino también para trabajadores de otras áreas afines.

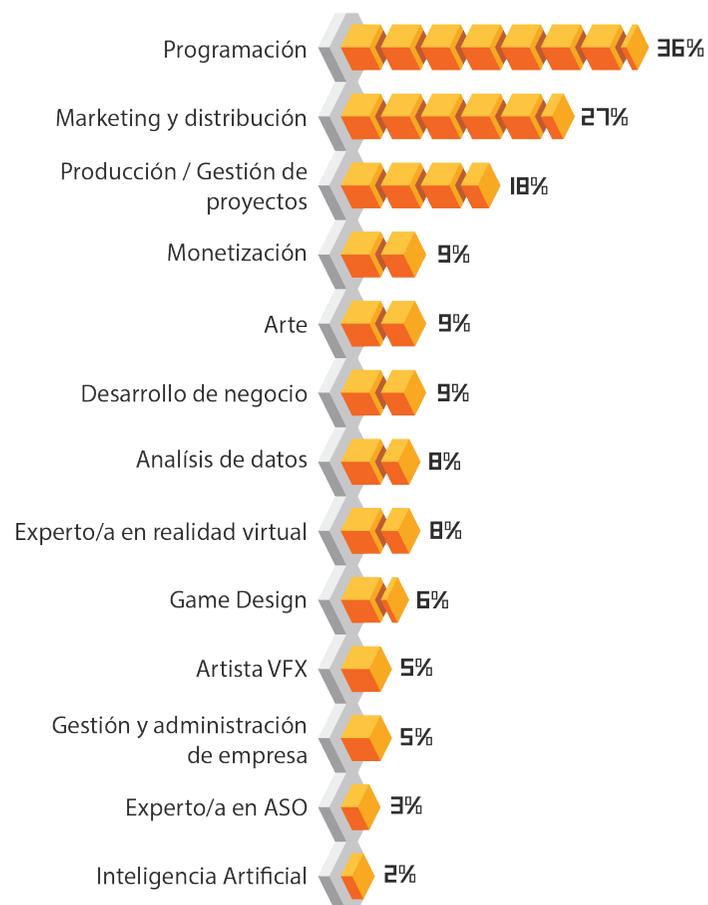
INCUBADORAS

El 73 % de las empresas y estudios encuestados no ha participado en ningún programa público o privado de incubación o lanzamiento al mercado durante los últimos tres años.

El 37 % restante ha participado en alguna de las siguientes iniciativas: Andalucía Open Future, Andalucía Emprende, AppCeleradora, CADE Córdoba, Go2Work (Málaga), Demium Games (Madrid), GameBCN (Barcelona), Telefónica Open Future, Go2Work EOI SPEGC, La Terminal (Zaragoza), Lanzadera (Valencia), Minerva (Sevilla), NetMentora (Madrid), PlayStation Games Camp, PlayStation Talents, SEK lab Edtech Accelerator (Madrid), Start.Inf (Valencia), StartUPV (Valencia).

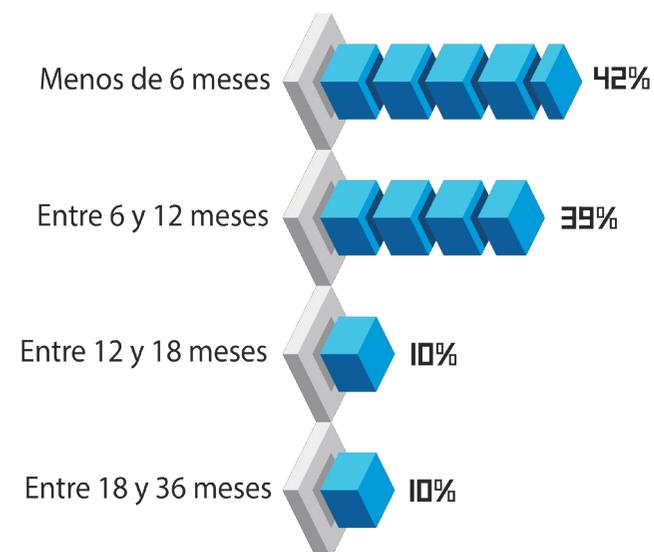
La mayor parte de los programas de incubación en los que han participado los estudios de videojuegos (el 81 %) tienen una duración inferior a un año, lo que se ajusta al tiempo medio de desarrollo de un videojuego anteriormente mencionado de 10,5 meses.

Perfiles profesionales cuya demanda va a incrementarse en los próximos 5 años (% de menciones)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Duración del programa público o privado de pre-incubación, incubación o aceleración (meses)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 75 % de los estudios participantes en los programas de incubación y lanzamiento al mercado declaran que haber pasado por el programa de incubación ha supuesto una mejora respecto a la situación anterior, recomendando el 84 % de ellos la participación en programas de estas características .

FORMACIÓN

LA FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA

La formación en ámbitos vinculados con los videojuegos abarca varios niveles formativos diferentes: Formación Profesional, Grados Universitarios, Másteres Oficiales y Otra Formación no reglada.

Encontramos tres **ciclos de FP** relacionados con el ámbito de los videojuegos:

- Animaciones 3D, Juegos y Entornos Interactivos - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOE).
- Desarrollo de Aplicaciones Informáticas - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOGSE).
- Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOE).

Hay presencia de al menos uno de ellos en todas las Comunidades Autónomas, siendo «Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma» el que está más presente en España, con 415 centros que lo imparten, frente al Ciclo Formativo «Desarrollo de Aplicaciones Informáticas», que solo es impartido por 33 centros. Los Ciclos Formativos se imparten tanto en centros públicos como privados y la distribución territorial es la que se recoge en la siguiente tabla:

	Animaciones 3D, Juegos y Entornos Interactivos - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOE)	Desarrollo de Aplicaciones Informáticas - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOGSE)	Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma - Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior (LOE)
Andalucía	11	0	85
Aragón	2	0	12
Asturias	0	1	9
Cantabria	1	1	4
Castilla-La Mancha	3	1	17
Castilla y León	0	0	25
Cataluña	18	1	68
Com. de Madrid	17	2	70
Com. Valenciana	9	3	38
Extremadura	1	1	6
Galicia	2	8	23
Islas Baleares	2	0	6
Islas Canarias	2	3	8
La Rioja	0	0	4
Navarra	0	0	3
País Vasco	5	11	25
Región de Murcia	2	1	12

Fuente: elaboración propia

LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019

Navarra, La Rioja y Cantabria son las Comunidades Autónomas con menor número de centros impartiendo ciclos formativos de formación profesional relacionados con el ámbito de los videojuegos, frente a Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña, que son los que más plazas ofrecen para esta formación.

En Grados Oficiales Universitarios, poniendo el foco en grados especializados en el ámbito de los videojuegos (dejando fuera las ingenierías informáticas) el panorama dibuja tres áreas principales donde se pueden clasificar las distintas titulaciones:

- Diseño y Desarrollo de Videojuegos.
- Contenidos Digitales Interactivos y Multimedia.
- Animación y Videojuegos.

Hay cinco Comunidades Autónomas que ofrecen grados oficiales universitarios vinculados con los videojuegos: Andalucía (1), Cataluña (6), Comunidad de Madrid (8), Comunidad Valenciana (2) y Galicia (1). La mayor población de estudiantes universitarios de videojuegos se concentra, por tanto, en Madrid y Barcelona.

Hay 6 másteres universitarios oficiales vinculados con el ámbito de los videojuegos, tres en Madrid, uno en las Islas Canarias, uno en Galicia y uno en la Comunidad Valenciana.

La formación no oficial vinculada al ámbito de los videojuegos es muy variada, atendiendo a modalidad presencial y no presencial, cursos más largos o más cortos, específicos o generalistas, etc...

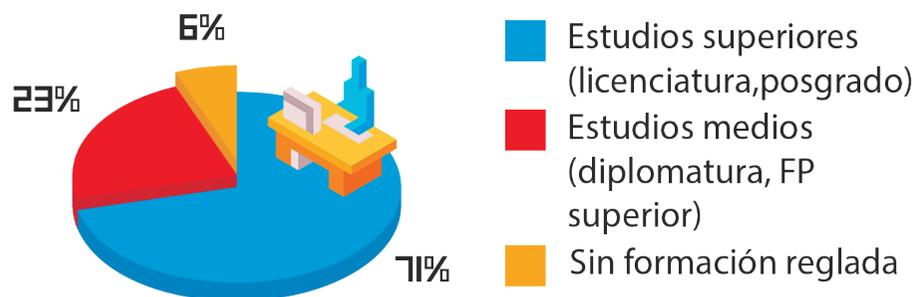
Comunidad Autónoma	Nº de cursos
Andalucía	25
Aragón	1
Asturias	0
Cantabria	0
Castilla-La Mancha	1
Castilla y León	3
Cataluña	19
Comunidad de Madrid	42
Comunidad Valenciana	9
Extremadura	0
Galicia	1
Islas Baleares	0
Islas Canarias	1
La Rioja	0
Navarra	0
País Vasco	3
Región de Murcia	0
Online/ a distancia:	120

Fuente: elaboración propia

LAS NECESIDADES FORMATIVAS DE LOS ESTUDIOS DE VIDEOJUEGOS

El 71 % de los empleados de videojuegos tiene estudios superiores. Es un dato llamativo y positivo teniendo en cuenta la juventud de los estudios superiores directamente relacionados con el Diseño y Desarrollo de Videojuegos.

Número de empleados/as (o miembros) del estudio por titulación

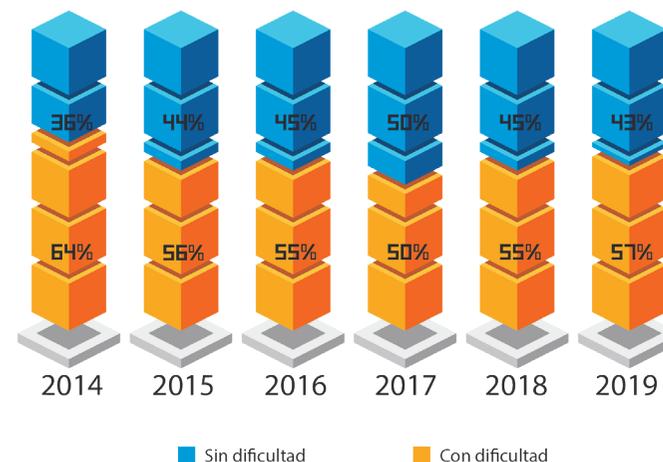


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

A pesar de esto, el 57 % de los estudios señala que encuentran dificultades para encontrar perfiles con formación adecuada en el mercado.

El porcentaje de estudios y empresas que han encontrado dificultad para encontrar profesionales con la formación adecuada en el mercado ha ido disminuyendo en los cuatro últimos años aunque todavía tiene un porcentaje alto, superior al 50 %. Al mirar los datos cuantitativos junto a los cualitativos, las empresas encuestadas señalan que esta dificultad obedece en muchos casos a la falta de experiencia de los candidatos más que a la falta de formación e indican, que sería recomendable que los candidatos estuviesen formados, también, en competencias y habilidades más específicas.

Evolución del % de empresas con dificultades para encontrar perfiles con formación adecuada



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Los profesionales más difíciles de encontrar son los programadores, con un 53%, seguidos por los diseñadores de juegos (43 %) y profesionales del marketing especializados en videojuegos, con un 36 %.

Profesionales con formación adecuada más difíciles de encontrar
(% de empresas con dificultad)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Las razones que esgrimen las empresas para explicar esta dificultad son, fundamentalmente, la falta de profesionales con suficiente experiencia y que la formación a la que tienen acceso es demasiado generalista.

Principales razones de la dificultad de encontrar profesionales con la formación adecuada (% de empresas con dificultad)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Hemos preguntado a los profesionales de la industria cómo valoran la formación académica de los candidatos en sus ofertas de trabajo y encontramos que el 24 % considera que la formación es demasiado superficial y generalista, el 22 % que carecen de conocimientos prácticos y un 17 % señala problemas de actitud profesional de futuros empleados.

A pesar de esto, solo el 43 % de las empresas dedica presupuesto a formar a sus trabajadores y trabajadoras.

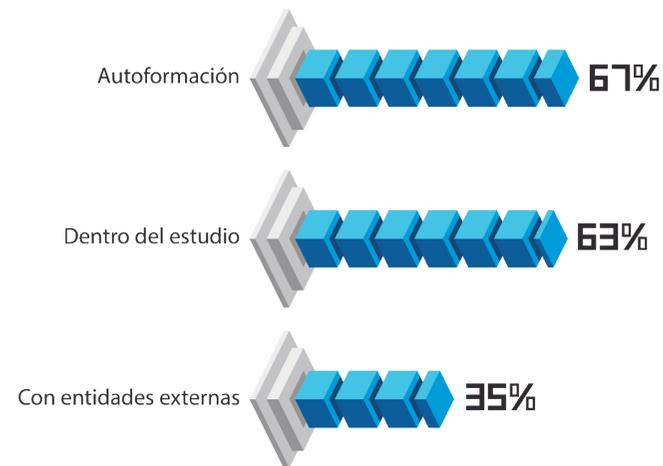
Esta formación que reciben los empleados es en un 67 % de los casos autoformación, que en el 63 % de los casos se produce dentro del estudio.

Principales deficiencias formativas encontradas en los/as candidatos/as



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Dónde reciben formación continua los empleados/as (o miembros) del estudio

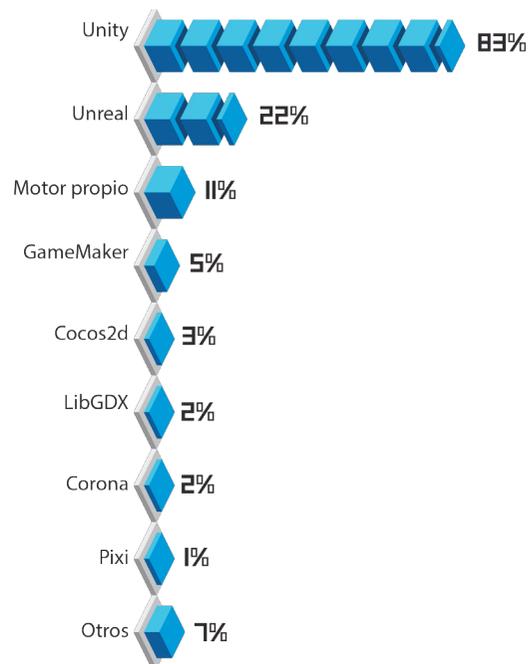


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS

El 83 % de las empresas de videojuegos españolas utiliza Unity para desarrollar sus juegos, quedándose Unreal con el 22 % de los desarrollos.

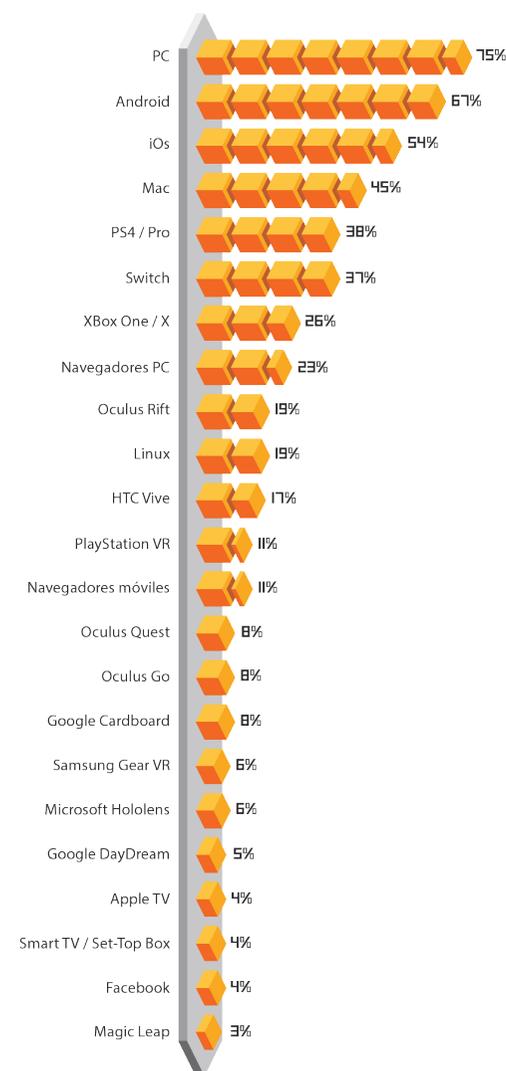
Herramientas utilizadas para desarrollar videojuegos (% de empresas)



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

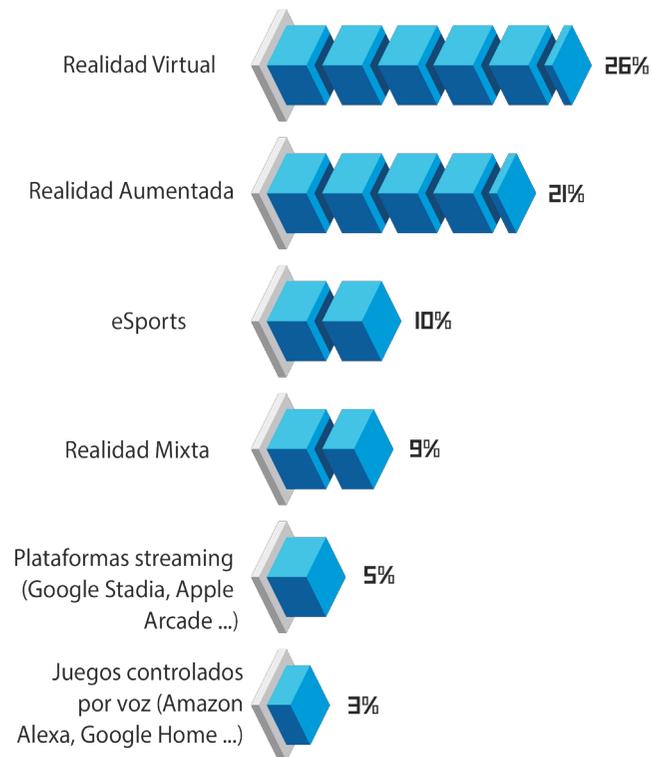
Analizando los datos sobre las plataformas para las que desarrollan los estudios españoles encontramos que hay dos plataformas principales: ordenador (PC y MAC) y mobile (Android e iOS). En tercer lugar aparecen los desarrollos para consola, donde domina el desarrollo para PS -cabe destacar que PlayStation tiene su propio programa de apoyo al desarrollo de videojuegos indies para su plataforma-. Aunque los datos varían sensiblemente por Comunidad Autónoma, los desarrollos para tecnologías emergentes como VR/ AR/ XR aún están lejos de ser dominantes en el sector, aunque son Realidad Virtual y Aumentada las tendencias emergentes más frecuentes en la producción española de videojuegos, seguida de contenidos vinculados con e-sports.

Plataformas para las que desarrollan las empresas y estudios españoles



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Desarrollos realizados según las principales tendencias

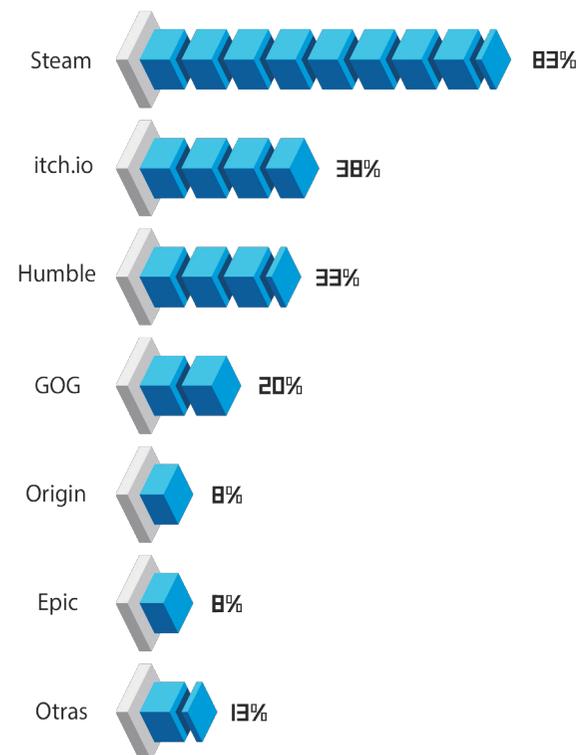


Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 83 % de los estudios de videojuegos españoles utiliza STEAM para comercializar sus videojuegos. STEAM es una plataforma global con impacto internacional pero que en la actualidad se encuentra muy saturada. En la encuesta cualitativa los estudios señalan que una de las dificultades que se encuentran a la hora de comercializar sus videojuegos es la falta de visibilidad que tienen en las plataformas, ocasionada por la

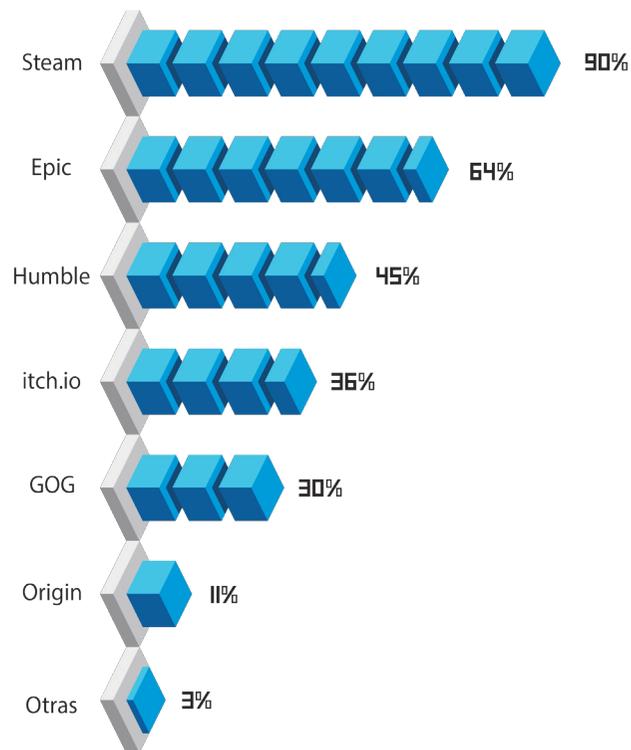
gran competencia que existe. Para sortear esta dificultad, las empresas españolas se plantean en un 64 % mejorar la presencia en otras stores, como la de EPIC Games, que en el ámbito internacional está comenzando a acaparar grandes cifras de mercado.

Tiendas digitales utilizadas actualmente para vender videojuegos para PC/Mac



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

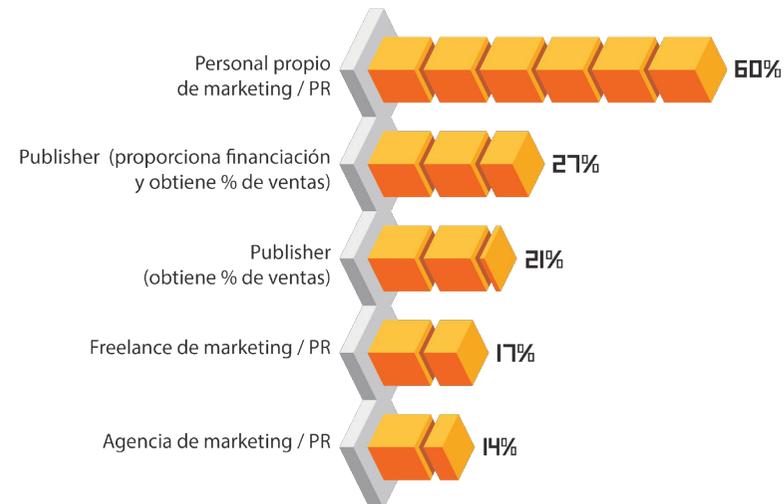
Tiendas digitales previstas para vender videojuegos para PC/Mac en futuro



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Los medios preferidos para lanzar videojuegos que utilizan los estudios son, en un 60 % de los casos, los medios propios, y en un 27 % publishers que proporcionan también financiación obteniendo a cambio un porcentaje sobre las ventas.

Servicios utilizados para el lanzamiento de juegos



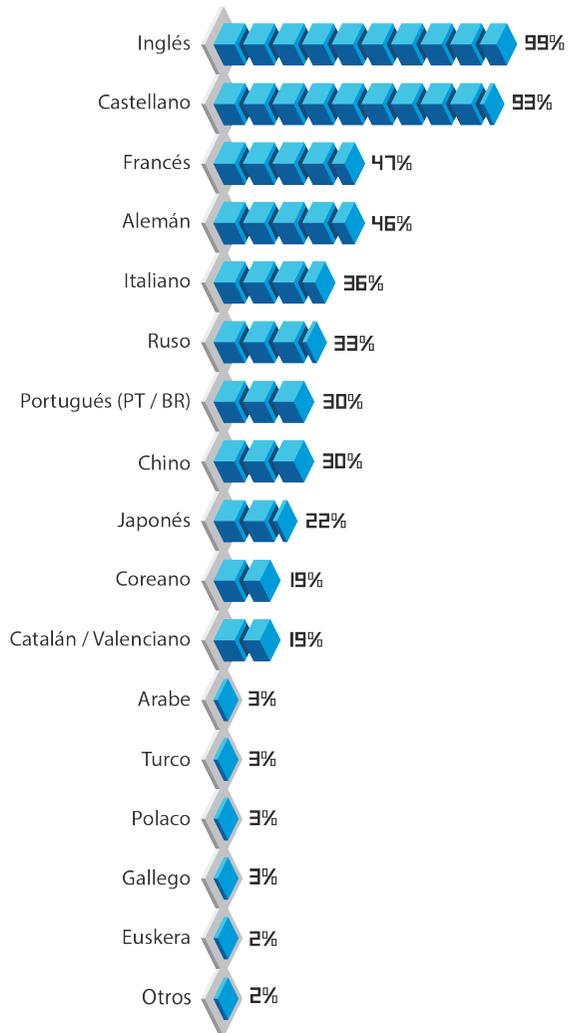
Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

ACTIVIDAD INTERNACIONAL Y FERIAS

Respecto a los cinco países desde donde vienen mayoritariamente los usuarios/jugadores, los estudios españoles destacan en primer lugar Estados Unidos y España y en segundo lugar Reino Unido y China.

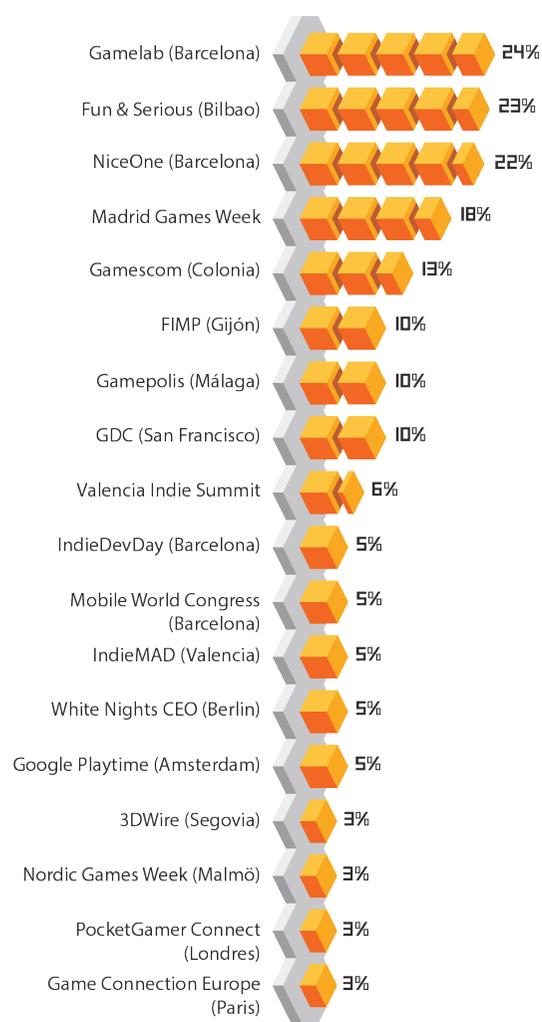
El inglés es el idioma predominante en los videojuegos españoles, apareciendo en el 99 % de las producciones, seguido del castellano, que aparece en el 93 %. A pesar del tamaño de volumen de jugadores que tienen países como Alemania y Corea, estos idiomas no aparecen entre los más habituales en los videojuegos españoles.

Idiomas disponibles en las producciones españolas



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

Participación en ferias y eventos del sector



Fuente: Elaboración Propia. Encuestas DEV 2019

El 67 % de los estudios de videojuegos participó en al menos un evento de videojuegos nacional. Un 33% participó en al menos un evento internacional.

El evento profesional de videojuegos que más visitas recibió de los encuestados fue Gamelab (Barcelona), con un 24 %, seguido de Fun & Serious (Bilbao), con un 23 %.

RETOS Y NECESIDADES DE LA INDUSTRIA

España es el cuarto mercado europeo y el noveno mundial. A pesar de ello, la industria española de desarrollo y producción de videojuegos está todavía lejos de ocupar el lugar que le corresponde en el ranking internacional por el tamaño de su mercado. Las industrias de los principales países productores consiguen una facturación por empresa muy superior a la de España (hasta seis veces, como en el caso de Finlandia, u ocho veces, como en el caso de Estados Unidos).

Industria del videojuego en los principales países

País	Empresas	Empleados	Facturación (M de euros)	Fact. por empresa (M de euros)
EEUU	3.000	220.000	40.150	13,4
Francia	700	5.050	3.677	5,3
Canadá	692	27.000	3.600	5,2
Finlandia	220	3.200	2.150	9,5
Suecia	384	7.924	1.872	4,9
Alemania	520	11.000	1.820	3,5
Reino Unido	2.261	20.430	1.720	0,8
España	520	6.900	813	1,6
Países Bajos	575	3.850	300	0,5
Polonia	400	4.000	258	0,6
Rumania	103	6.000	170	1,6
Dinamarca	186	1.009	123	0,7
República Checa	76	1.500	88	1,15
Eslovaquia	38	682	57	1,5
Noruega	180	599	55	0,3
Bélgica	75	800	43,6	0,6
Austria	90	500	25	0,3
Italia	120	1.000	n.d.	-

Fuente: AESVI, Dataspelebranschen, Dutch Game Garden, EGDF, ESAC, FLEGA, PGDA, Neogames, PGA, Interactive Denmark, SNJV, TIGA, UKIE, GDACZ, GAME, Producent Foreningen, PGA, RGDA, SGDA

Los estudios de videojuegos españoles destacan algunos retos a los que debe hacer frente la industria para poder consolidarse y crecer.

a) **Mayor apoyo institucional público y privado.** Tanto desde el punto de vista de ayudas fiscales como de subvenciones, préstamos, ayudas a la contratación, facilidades para la financiación o incubadoras especializadas en videojuegos en el ámbito europeo, estatal, autonómico y local. En este sentido, se considera que las incubadoras deberían proporcionar apoyo más allá de la publicación del juego. La industria considera que sería conveniente que apareciese un Publisher español de referencia y que hubiese más inversores privados. En este apartado cabe destacar la diferencia que hay entre estudios situados en Comunidades Autónomas que ofrecen distintos tipos de ayudas a las empresas de videojuegos, como Cataluña, frente a otras comunidades autónomas donde apenas hay apoyos y/o tejido empresarial y asociativo.

b) **Fortalecimiento e internacionalización de la industria.** En este sentido, los encuestados abogan por una consolidación de los estudios indies a través de una mayor profesionalización empresarial de los mismos, una mejora de la calidad de los productos (ya que se señala que quizá la proliferación de productos de poca calidad esté dañando la imagen que internacionalmente se tiene del sector), y un apoyo de las grandes empresas hacia las pequeñas. Se señala también la necesidad de una mejor conexión internacional tanto hacia grandes empresas que puedan abrir sede en España como hacia la presencia de la industria española fuera de España, mediante el apoyo institucional para asistencias a ferias internacionales, lo que puede contribuir a que los videojuegos españoles tengan más reconocimiento internacional.

c) **Empleo.** El sector pone de manifiesto la precariedad laboral sobre todo en estudios indies, debido principalmente a la falta de financiación y ayudas públicas y privadas. Las empresas señalan también la dificultad que hay para encontrar perfiles especializados con experiencia, que muchas veces son captados por empresas situadas fuera de España o en sectores tangenciales como el gambling, que ofrecen condiciones económicas más ventajosas para los trabajadores. A esto añaden la sobreoferta de trabajadores recién graduados que no tienen experiencia y que el sector no puede absorber porque apenas hay empresas de mediano y gran tamaño. Esto hace que proliferen los estudios indies formados por estudiantes recién egresados, creados alrededor de una IP con tendencia a la desaparición en el proceso de creación del videojuego o inmediatamente después de su publicación. Se plantea también la necesidad de crear un convenio colectivo que mejore las condiciones laborales del sector y que haya ayudas para la formación continua.

d) **Mujer y videojuegos.** A pesar de que las mujeres apenas representan un 16% de la fuerza de trabajo en la industria de videojuegos española, aún un gran número de estudios de videojuegos consideran que no es necesario hacer políticas que favorezcan la contratación de mujeres, lo que puede hacer que se perpetúe este sesgo contra el que están trabajando ya numerosas empresas tecnológicas y otros estudios de videojuegos que sí implementan medidas concretas. La industria de videojuegos parte con la ventaja de que los perfiles profesionales son de sectores tan diferentes como la programación, el arte, el diseño, la animación, el marketing, etc. Así que entendemos que a medida que los estudios crezcan y se sensibilicen con la importancia de implementar políticas que faciliten la incorporación de la mujer al sector, los datos actuales de empleo de mujeres mejorarán exponencialmente.

- e) **Videojuegos y empresa.** En el tejido industrial de los videojuegos españoles encontramos numerosos estudios indies. El sector plantea la necesidad de que los estudios de videojuegos tengan una estructura empresarial más consistente, tanto desde el punto de vista de la formación en áreas vinculadas con la empresa como en marketing, en financiación y en desarrollo de negocio dirigido a favorecer la autofinanciación.
- f) **Videojuegos y sociedad.** El tejido empresarial de videojuegos coincide en que mejorar la imagen que de los videojuegos tiene la sociedad, por un lado, y el tejido industrial, por otro, impactaría de forma beneficiosa sobre el sector. Se considera que aún se debe trabajar para que los videojuegos sean entendidos por la sociedad como producto cultural y que se debe hacer labor de divulgación desde las asociaciones profesionales y desde el ámbito institucional para que así sea.

DAFO – INDUSTRIA ESPAÑOLA DE PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS**DEBILIDADES**

- Escaso número de estudios de tamaño grande y mediano que puedan absorber la oferta disponible de profesionales.
- Ante la falta de oportunidades, gran número de profesionales se ven abocados al emprendimiento sin disponer de las necesarias vocaciones empresariales.
- Predominancia de micropymes (estudios indie), con falta del capital necesario y carencias en gestión empresarial para finalizar con éxito sus proyectos y, posteriormente, posicionar sus productos en los mercados internacionales.
- La infravaloración de los activos intangibles (PI) hace imposible encontrar vías de financiación tradicional.
- El 92% del capital se financia con recursos propios, lo que apunta a la nula confianza de inversores ajenos.
- Falta de editores locales (publishers) que puedan patrocinar el lanzamiento de los juegos en mercados internacionales.
- Los inversores generalistas no ven atractivo en el sector por desconocimiento y falta de incentivos.
- Políticas públicas de apoyo discontinuas, con poca dotación y no adaptadas a las necesidades del sector.
- Falta de profesionales con competencias especializadas, lo que obliga a algunas empresas grandes y medianas a captar talento extranjero.
- Mercados saturados e insostenibles para los juegos independientes.

AMENAZAS

- Fracaso de la mayoría de las startups y empresas pequeñas (estudios indie).
- La falta de capital inversor con vocación de permanencia pone en riesgo a los estudios de tamaño mediano que están abocados a financiar nuevos proyectos con recursos propios.
- Oferta de empleo insuficiente para absorber la siguiente generación de egresados de grados y másteres, lo que generará frustración y una posible caída de la demanda de formación.
- Deslocalización de los estudios más grandes y exitosos en otros países con un ecosistema más completo y favorable.
- Pérdida del talento de nuestros mejores creativos y profesionales, que son atraídos a proyectos extranjeros.
- Frustración de los inversores, que se dirigirían a otro sectores o a otros países.

FORTALEZAS

- Industria limpia de alto potencial, creadora de cultura, de empleo joven y calificado y generadora de riqueza.
- Industria internacional, lo que asegura que su crecimiento se dirige a todos los mercados.
- Carácter transversal con importantes aplicaciones en distintos sectores (aeronáutico, militar, educación, salud, servicios, etc.)
- El activo es la propiedad intelectual, capaz de generar retornos en distintos formatos y canales de explotación y por largos períodos de tiempo.
- Gran capacidad técnica, artística y creativa de los profesionales del sector.
- Los sectores públicos ya han identificado a la industria del videojuego como un sector que merece ser apoyado.
- Infraestructuras industriales y tecnológicas, así como la atraktividad de nuestras ciudades y su calidad de vida como incentivo para la puesta en marcha de proyectos internacionales.

OPORTUNIDADES

- Al igual que ha pasado en el sector audiovisual, la creación de un ecosistema industrial y fiscal adecuado capta la atención de productores, creadores e inversores lo que permite el fortalecimiento de proyectos en marcha, la entrada de coproducciones y la instalación de nuevos estudios.
- Fortalecer la imagen de marca España generando un ecosistema fuerte y de referencia a nivel global.
- Capacitación y reconversión de personas con necesidades formativas pero que ya poseen competencias digitales.
- Aprovechar las fuertes sinergias con las industrias culturales en español (editorial, audiovisual, animación) para generar y exportar proyectos de carácter transmedia, beneficiándose de los canales comerciales y de distribución de estas industrias y de su liderazgo en los mercados internacionales.
- Captación de importantes inversiones de fondos privados nacionales e internacionales deseosos de encontrar proyectos con potencial de éxito y que estén respaldados con el compromiso de las AAPP.
- Cantera de empresarios y profesionales orientados a industrias digitales, culturales y creativas.
- Generación de una red potente de agentes externos (inversores, crowdfunding, mentores, centros de formación, centros de I+D, empresas de servicios, despachos legales, consultoría, etc.).
- Generar y exportar casos de éxito de aplicación del videojuego como herramienta en ámbitos de interés público, como la educación y la salud.



PRINCIPALES ESTUDIOS Y EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA

Andalucía

- 1Mband
- 5THROWGAMES
- 8Bitamin Games
- A Bonfire Of Souls
- Abramelin Games
- Agaporni Games
- ALE Games Studio
- Altivasoft
- Andromeda Project
- Aristokraken
- Aula Arcade
- AxesInMotion
- Bambo Studio
- Baroque Decay
- Besoccer Games
- BINARY FLAGS GAME STUDIO
- Blackgate Studio
- BlackHorn Studios
- Blade Coder
- Blind Clown Entertainment
- Boomfire Games
- Bridge Boffin
- BrutalWolf Games
- Campero Games
- Cereal Storm
- COPPERPICK STUDIO
- Corta Studios
- Croxel Studios
- Cueva Digital Studios
- D-REALMS
- Dagaca Studios
- DAZLOG STUDIO
- DEIMOS STUDIO
- Delira Studio
- Dual Mirror Games
- Estudio Ábrego
- Estudio Nemo
- Ethereal's Flow Entertainment
- Evasion Games
- Four Attic
- FraxelGames
- FrenzyFrame Studio
- FRVR
- GAMBUSINO LABS
- GameOrama Studios
- Genera Games
- Genera Games Indie
- Gorila Games
- GUGAMES DEVELOPMENT
- Gunstar Studio
- GymCraft
- Histeria Gamedev
- Iction Games
- INFINITE MIND STUDIOS SL.
- Kaiju Enterteinment
- Kaiju Games
- Karuma Games
- Katedral Studios
- KEINART SL.
- Kikimore
- Koron Studios
- Kronnect
- Laru3D
- LEGENDS OF ETERNALIA
- Leonstudio
- Level App Studios
- LittleStone Games
- Locomalito
- Loft Games
- LYNZEX GAMES
- MAD DJINN GAMES
- Mad Gear Games
- Mindiff
- Mister Fantasy
- MoadStudio
- Moonflower Technologies
- Moonlight Games
- Moonwhale Studio
- Muquo Games
- Nebula Entertainment
- Noma Games
- Nusakan Studio
- Omnium Lab Studios
- ONEPIXELSOFT
- OneWinner
- Onikami Games
- Oniric Factor
- Pambú! Developers
- PARANORMAL STUDIOS
- Pixelatto
- Playgate
- Rancho Games
- redVeL Games
- Reindtech Games
- Rename Studio
- Rodaja
- Roman Bridge Studio
- RONDOBALL SL.
- Silent Road Games
- SILVERSUN STUDIO
- Snowy Jellyfish
- Squirrel Bytes
- Stega Studio
- Sun Studio
- Super Happy Games
- Tale Studios
- TEACHLABS

- The Flying Cortijo
- The Game Kitchen
- Tiesoft
- Ueleli Studio
- UnicoGames
- UNREAL DREAMS
- UNREAL SPIRIT
- Upware Studios
- VIRTUALMENTE SL.
- Vitually Live
- WAYNE MOBILE SL.
- Zuinq Studio

Aragón

- 4FreaksFiction
- Casiopea
- Eclipse games
- EVEHO
- Gordun Studio
- Imascono Art
- InfiniteGames
- Kraken Empire
- Life Zero
- Mechanical Boss
- Polygonal Mind
- Suduck
- Tekustudios
- Zarapps Games

Asturias

- Asthree Works
- Autumn Springs Studios
- Bigtree Games
- BolHut
- Cachopo Studio
- Cuicui Studios
- Faery Games
- Liquid Games
- Meteorbyte Studio
- Milkstone Studios
- Okinaki
- PixelsHub
- Raiz New Media
- Raven Games
- Virtway
- Visionary Tool

Baleares

- Circular Games
- Gronzragüer Games
- Majorariatto
- Mansion Games
- Playspace
- TwinForce
- Xaloc Studios

Canarias

- BoomBox
- Daydream Software
- Erbe Software
- Eteru Studio
- FireCycleGames
- Papas con Mojo Games
- PlayMedusa
- Promineo Studios
- Qubical Game Studio
- Rising Pixel
- Windlanders Studio

Cantabria

- Binarybox Studios
- Brytenwalda Studios
- Concano Games
- Creative Rainbow (R Games)
- Herrero Games
- SVC Games

Castilla la Mancha

- Estudio 2Pastores
- FK Interactive
- Fu Essence
- OXiAB Game Studio
- Rainbirth
- Unseen Garret

Castilla y León

- Caetra Studios
- Carbonbyte Studios
- Cosmomedia
- Five Flames Mobile
- Gata Estudio
- Instituto Tecnológico de Castilla y León
- Nada Studio
- Ratalaika Games
- Sedna Dice
- Uprising Studio
- VirtualSoft Studios

Cataluña

- 2Awesome Studio
- 3bytes
- 3d2 Entertainment
- 80's Souls Studios
- A Tale Of Games
- A1000Castles
- Abylight Publishing
- Abylight Studios
- ADVER2PLAY
- Alike Studio
- Altered Matter
- Anarkade
- Ancla
- Anticto
- Ape Studio

LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019



- Appnormals
- Appventure Games
- ArsGames
- Asimov Studio
- Astral Pixel
- Atomic Kraken
- Baby Robot Games
- Bandai Namco Mobile
- Barspin Studios
- Basetis
- BCNMultimedia
- Beautiful Glitch
- Beautifun Games
- Bee Square Games
- Bitmogade Studio
- Black Alligator
- Bliss Games
- Blit Software
- BlitWorks
- Bloompix Studios
- Caramel
- Chiquimedia
- Chloroplast Games
- Cocodrolo Apps
- Codiwans
- Corse Games
- croma Games
- Cubus Games
- CuCurry
- Cybernetik Design
- Dabadu Games
- Dark Curry
- David Flores Miras
- Digital Legends
- Distorsion Games
- Divertap
- Dolores Entertainment
- Drawing Code
- Drop of Pixel
- EAAPP Entertainment
- EnjoyUp Games
- Ertal Games
- Evil Zeppelin
- Evoluo Games
- Finalboss Games
- Flippancy Studios
- FocuStars Games
- Fonserbc
- FrozenShard
- Gaia Byte
- Game Troopers
- Gameloft Barcelona
- Garage 51
- Geomotion Games
- Giantfox
- GKT Studios
- Grimorio of Games
- Groovill
- GSN Games
- Guinxu
- Herobeat Studios
- Icalia
- IGG Barcelona
- Infinigon Games
- Invedars
- Isolated Games
- Ivanovich Games
- JanduSoft
- Jellyworld Interactive
- Josyan
- Kaneda Games
- KD Productions Toons & Games
- Kendai Games
- King.com
- Koala Games
- Kohda Interactive
- KoToc
- Kraftum Games
- Kubit Studios
- Kyoko Games
- La Factoria Interactiva
- Last Chicken Games
- Learnly Land
- LIMITLESS GAMES SL.
- Lince Works
- Little Miracles Games
- Lone Artisan Games
- Lunatic Pixels
- Macflai Games
- Magnet Games
- Mango Protocol
- Mantis Shrimp Studio
- Melbot
- MoaMoai
- Nanashi Studio
- Nape Games
- Niadocraz
- NicolAina Games
- NO2
- Nomada Studio
- Norain Games
- Novarama
- Odysseus
- Omnidrone
- Online OciGrup
- Open House Games
- Outfit7
- Paitida Studios
- Panopticon Games
- Pantumaca / Carlos Coronado
- Path Games
- Pati.io
- Patrones y Escondites
- Petoons
- Piccolo Studio
- Pixel Bones Studio

- Planet Factory
- PlayStark
- Project 37
- Punk Visual Studio
- Radin Games
- Raiser Games
- Rampage Game Studios
- Raohmaru
- Ravalmatic
- Reminiscent Games
- Riot Games
- Rosebud Games
- SAKI GAMES
- Sandbloom Studio
- Scarecrow Studio
- Scopely
- Shadow Company Games
- Siunne Studios
- Social Point
- Starloop Studios
- Studio Koba
- Sunforge Interactive
- TaleSoft Studio
- Talpa Games
- Tangelo Games / Zig Zag Games
- TangibleFun
- Tap Tap Tales
- Team Garden
- The Breach Studios

- The Game Forger
- THQ Nordic Barcelona
- Tilting Point
- Titan Deep Space Company
- Titutitech
- Trigger the Monster
- TrogloBytes Games
- U-Play Online
- U-Play Studios
- Ubisoft Barcelona
- Ubisoft Barcelona Mobile
- Uncasual Games
- Undercoders
- Unepic
- Unfinished Pixel
- ViOD Games Studio
- Virtualage
- Visyon
- Void Games
- Weikend Studios
- Weird and Wry
- Whytah
- Windmill Studios
- WKND Games
- X-Lives Interactive
- Xixgames
- Zeptolab
- Zitro Laboratory

Comunidad de Madrid

- 1985 Alternativo
- 3y3 Net
- Activision Blizzard Spain
- aheartfulofgames
- Alpixel Games
- Animatoon
- Another Coffee
- ArSpace
- Artax Games
- Badland Interactive
- BadLand Publishing
- Bandai Namco Entertainment Iberica
- BENDITOS VIDEOJUEGOS SL
- Berlin by ten
- Big Bang Box
- Bigben Interactive
- Black Chili Goat
- Blackmouth Games
- Blue Glitch Studio
- Blustery Games
- Bone-Studio
- Brainwash Gang
- Calathea Game Studio
- Celery Emblem
- cKolmos
- Cookie Box
- Crazy Homeboys
- Crema Games
- CTP
- Cuatro Monos Games
- Cygnus Source
- Didactoons
- Dr. Kucho
- Drakhar Studio
- Dream Studio
- Drimland
- EA Sports Madrid
- eGoGames
- Encomplot
- Erepublik
- Ethereal Psyche Games
- Evil Mind Entertainment
- Evolve Games
- Fictiorama Studios
- FiveXGames
- Flaming Llama Games
- Flamingo Games
- Fluzo Studios
- Fly Games
- Flying Beast Lab
- Fractal Fall
- FreeStylers Studio
- Friday Mood
- Frost Monkey
- FX Interactive
- Gamelearn
- Gamera Nest

LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019



- Golden Coconut Studios
 - GreenGlob. Salsa
 - Grogshot Games
 - Hungry Pixel
 - Hydra Interactive Entertainment
 - IDC Games
 - Ikigai Gameworks
 - Imagin&Tonic
 - inBreak Studios
 - Inusual Interactive
 - Jemchicomac
 - JYJGames
 - kaleidogames
 - Kalpa Games
 - Koch Media
 - La Frontera vr
 - Lab Cave Games
 - Lakento
 - Lightbox Academy
 - Lost Criteria Studios
 - LuegoLu3go
 - Many-Worlds
 - Materia Works
 - Mechanic Games
 - meikme
 - Mercury Steam
 - Meridiem Games
 - Minijuegos
 - Mirror Age Studio
 - Monkey-Toons
 - MonstersPit
 - nachobear
 - Nanku Games
 - Narratech Laboratories
 - Netherware Entertainment
 - Nintendo Iberica
 - No End Projects
 - Noxfall Studios
 - Nuclear Toaster Studios
 - Numantian Games
 - Onbox Games
 - One Click
 - OPOA Studios
 - Out of the Blue Games
 - Outright Games
 - Over The Top Games
 - OverPowered Team
 - Padaone Games
 - Pandereta Estudio
 - Péndulo Studios
 - Pentadimensional Games
 - Pepi Pepi Pepi
 - Pirita Studio
 - Platonic Games
 - PlayGiga
 - Prisma VR Studio
 - Protocol Games
 - Pum! Studio
 - Rainy Night Creations
 - Ralight Solutions
 - Reco Technology
 - Rendercode Games
 - Retro Forge Games
 - Risin' Goat
 - Rogue Titan Games
 - Rookie Hero Games
 - Saber Interactive
 - Sample Text Studio
 - Senda Games
 - Smile and Learn
 - Sony Computer Entertainment Europe
 - Stage Clear Studios
 - Storeen Games
 - Sword Garden Studios
 - Tahutahu Studios
 - Take Two Interactive España
 - Tarkin Studios
 - Team Gotham
 - Team Occlusion
 - Tectonic Studio
 - Tenjet Games
 - Tequila Works
 - Tessera Studio
 - The Greyskull Company
 - Therion Games
 - Timeless games
 - Tinry Cosmonauts
 - Trazosoft Sistemas
 - Treed
 - Trifulca Force
 - Ubisoft
 - Unknown Outcome
 - Vanadis
 - Vermila Studios
 - Vertical Robot
 - Vida en Marte
 - Video Games Army
 - Wakeup Pictures
 - Warner Bros Entertainment España
 - Weird Beluga Studio
 - WesterEgg
 - Works
 - Xtasy Games
 - YUMP
 - Zerouno Games
 - Zinkia Games
 - Zupstar Studio
- Comunidad Valenciana**
- 2KSomnis
 - 3DE3 Interactive
 - Akaoni
 - Amaceris Game Studios
 - Anima Project Studio
 - ARKER LABS
 - Arrovf Games

- Artificial Bytes Game Studio
- AweKteaM
- Baviux Apps & Games Studio
- Blow And Try Again
- Bound Games
- BraveZebra
- Brok3nsite
- Bullwaresoft
- Byte Realms
- byte4games
- Catness Games
- CatsUnderPressure
- Chibig
- Cliké
- Codigames
- Cuatrochenta
- Cut-out games studio
- Deconstructeam
- Desfici
- Devilish Games (Spherical Pixel)
- Digital sun games
- Dream Atelier Studio
- Dreamlight Games
- eBabylonGames
- Elite 3D
- Eskema Games
- Flynn's Arcade
- FrameOver
- From the bench

- Game intour
- Games For Tutti
- Gone Mad Studios
- Hampa Studio
- hexamob
- Hidden Trap
- Innoarea
- Intelectiva
- Inverge Studios
- Itbook
- Kibi Toys
- Kronbits
- Livito Games
- Loading Home
- Loftur Studio
- Lollypop Robot
- Lucera Project
- Luminy Studios
- Mighty Polygon
- Netwizzy
- Nicoteam Studios
- No spoon Lab
- Nothumangames
- Nuclear Tales
- Onki Studios
- Orenji Games
- Paloma Studios
- Pixel Powa Indie
- Play&Go

- Playshore
- Quantum Goose
- Quasar Dynamics
- RAWR Lab
- Rebel Robot Games
- Red Little House Studios
- Relos Studio
- Sandfishgames
- Silly Walks Studio
- StarCruiser Studio
- Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team
- Super Squad
- Teyon Games
- The Hayseed Knight
- Wild Sphere
- World Domination Project

Extremadura

- Pixel ratio
- Viral Studios

Galicia

- Axouxere Games
- Cunningo
- D.E.P. Games
- Ficción Producciones
- Fosfatina
- Gato Salvaje Studio

- HeyNau
- imaxin|software
- Kendra
- MeigaLabs
- Polygone Studios
- Trim Tangle

Murcia

- Big Bad Studios
- Digital Mind
- Divernova Games
- Estudiofuture
- Farlight Studios
- Fluxart Studios
- Markanime Studios
- Noguera Games - Matnogames
- NoobO Games
- Orise Studios
- OverSoftware
- Proto1Studios
- Sons of a Bit Entertainment
- Superlumen
- ValhallaCats

Navarra

- Cokoon games
- Hoplite Games
- Kaioa

LIBRO
BLANCO
DEL DESARROLLO
ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS **2019**



País Vasco

- Bihartech
- Binary Soul
- Caldofran Games
- Come Over Gaming
- Crevice Games
- Digital5
- Etoroki Games / Keplerians
- Flying Dodos
- Gestionet
- Hypeful
- Ikasplay
- Integraldemedios
- Jokoga Interactive
- Kaia Studios
- Ludei
- Ludus
- Main Loop
- Pentagonal Studio
- Relevo Videogames
- Tellmewow
- Todologic
- Tridente studio
- Vicomtech
- Virtualware
- Zoltar Games



SOBRE DEV

DEV, Asociación española de empresas productoras y desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento, representa los intereses de las empresas desarrolladoras de videojuegos, tanto españolas como internacionales con sede en España, comprometidas con el desarrollo de este sector. La asociación tiene como finalidad abogar por el reconocimiento institucional de la industria del videojuego como sector estratégico, altamente tecnológico, motor de nuevos modelos de negocio, generador de empleo y exponente internacional de nuestra cultura.

Los órganos de gobierno y representación de la Asociación son, respectivamente, la Asamblea General y la Junta Directiva, actualmente formada por:

Presidenta

- Valeria Castro (Platonic Games)

Vicepresidentes

- Xavier Carrillo (Digital Legends)
- Curro Rueda (Genera Games)

Tesorero

- Fran Gálvez (Unusual Studios)

Vocales

- Enric Álvarez (Mercury Steam)
- Luis Olivan (Fictiorama)
- Fernando Prieto (Gato Salvaje Studio)
- Ferran Puntí (The Breach Studios)
- Gonzo Suárez
- David Ferriz (DevilishGames - Spherical Pixel)
- Juan Castillo (Mechanical Boss)
- Miguel Ángel Arean (Polygone Studios)
- Luis Díaz Peralta (AlPixel Games)
- Antonio Iglesias (Kraken Empire)

Secretario General

- Antonio Fernández

Secretario Técnico

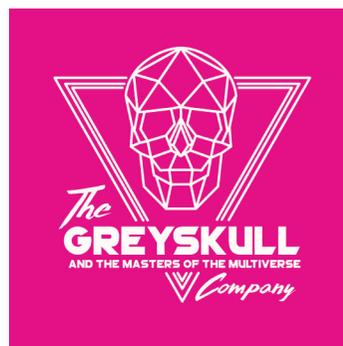
- Emanuele Carisio

HITOS PRINCIPALES

La acción directa de DEV ha propiciado, como más destacables, los siguientes hitos:

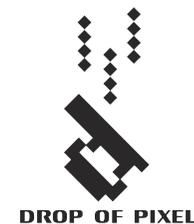
- 2009** – La Comisión de Cultura del Congreso reconoció al videojuego como industria cultural. Este reconocimiento ha permitido que la industria del videojuego pueda beneficiarse del Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas impulsado por el Ministerio de Cultura.
- 2010** – Los videojuegos son considerados como sector estratégico en el Plan Avanza y muy especialmente en el Avanza 2.
- 2010** – ICEX implementa el Plan sectorial de videojuegos para la internacionalización de los estudios de desarrollo españoles.
- 2012** – DEV firma un convenio con Audiovisual SGR, que presenta las mejores condiciones para avales.
- 2013** – DEV impulsa el punto 9 del Eje I del Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales, específico para el desarrollo de videojuegos, dotado con 35 Millones de euros en créditos y con 3,5 millones de euros en subvenciones.
- 2014** – DEV publica el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, la primera radiografía de la industria española de desarrollo de videojuegos.
- 2014** – Gracias al impulso de DEV, la SETSI publica la I convocatoria de ayudas para el sector del videojuego. Se conceden ayudas a proyectos por un importe total de 21M.
- 2014** – En la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, se introducen las deducciones por actividades de innovación tecnológica para prototipos y proyectos piloto de videojuegos.
- 2015** – ENISA crea la nueva línea “Agenda Digital”, con un presupuesto de más de 15M de euros dirigido a préstamos participativos en proyectos de videojuegos y contenidos digitales.
- 2016** – La Comisión de Cultura del Congreso de los Diputados aprueba por unanimidad dos Proposiciones no de Ley en las que se pide al Gobierno apoyo a la industria española de desarrollo de videojuegos, además de incentivos fiscales.
- 2017** – La Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid pone en marcha un grupo de trabajo para estudiar e implementar un plan específico de desarrollo de la creación y producción de videojuegos en la región.
- 2017** – El Parlamento de Cataluña aprueba una Resolución sobre la constitución y la convocatoria de una mesa de trabajo multidisciplinar sobre la industria de los videojuegos.
- 2017** – La Conferencia Sectorial de Cultura pone en marcha la primera Mesa del Videojuego de la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y los principales agentes del sector.
- 2018** – DEV, publica “Las 3D de la Financiación de Videojuegos: Detectar, Destinar, Devolver”, un informe que pretende poner en conocimiento tanto la oferta de capital como la demanda de proyectos invertibles.
- 2018** – Red.es pone en marcha la primera convocatoria del nuevo Programa de impulso al sector del videojuego, dotada con 5 millones de euros.
- 2018** – El Parlamento de Cataluña aprueba una Resolución sobre la constitución y la convocatoria de una mesa de trabajo de la industria del videojuego.
- 2018** – DEV presenta el Libro Blanco del Desarrollo de Videojuegos en la Comunidad Valenciana.
- 2018** – DEV, con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte y de ICEX España Exportación e Inversiones lanza www.GameSpain.es, primer directorio interactivo online de la industria española de desarrollo de videojuegos.
- 2018** – DEV pone en marcha el primer Censo del Sector del Audio para Videojuegos y Experiencias Interactivas en España.
- 2018** – DEV y el Ministerio de Cultura y Deporte organizan la I Game Jam Cultura Abierta.
- 2019** – DEV y la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid organizan la I Game Jam Madrid Crea.
- 2019** – La Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid pone en marcha un programa de ayudas a empresas y personas físicas para la creación y desarrollo de proyectos de videojuego.
- 2020** – DEV trabaja para que el incentivo fiscal a la producción audiovisual se extienda al videojuego.

SOCIOS DE DEV



SOCIOS ADHERIDOS









SOCIOS COLABORADORES Y TECNOLÓGICOS



SOCIOS CORPORATIVOS







AGRADECIMIENTOS

Desde DEV agradecemos su participación a todas las personas y organizaciones que han hecho posible este informe. En primer lugar, agradecemos el tiempo e interés dedicado por las empresas y estudios que han cumplimentado la encuesta en la que se basa el análisis económico y de magnitudes del sector.

DEV desea agradecer a Henar León su participación en la redacción de este informe.

La ilustración de la portada ha sido realizada por Rubén Calles.

Gráficos e imágenes: GGTech Entertainment.

Maquetación: Medipress 2000.

LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS

EDICIÓN DE 2019

Promovido por



DESARROLLO ESPAÑOL
DE VIDEOJUEGOS

DEV - Desarrollo Español de Videojuegos

Velázquez, 94, 1ª planta - 28006 Madrid

www.dev.org.es

Reservados todos los derechos. Se permite su difusión por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de DEV como editores de la obra y de sus autores, no se haga uso comercial del contenido, incluidos los gráficos, y no se realice ninguna modificación de las mismas.