

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA ANUARIO 2019



AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS



LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA ANUARIO 2019



AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS



07 **INTRODUCCIÓN** **PAG.** **PRÓLOGOS**

Nadia Calviño Santamaría.

El videojuego, un sector prioritario dentro de la economía digital

José Manuel Rodríguez Uribes.

Los videojuegos también son cultura

Reyes Maroto.

La industria del videojuego, una oportunidad de país

Alberto Gonzalez Lorca.

Una industria llena de oportunidades

15 **UNA INDUSTRIA CON** **PAG.** **MAYOR VISIBILIDAD**

Jose María Moreno Peña

El videojuego, un sector fundamental de la nueva transformación digital

21 **VISION DE LAS** **PAG.** **COMPAÑÍAS**

21 **LA INDUSTRIA DEL** **PAG.** **VIDEOJUEGO EN** **ESPAÑA EN 2019**

El sector de los videojuegos en España en 2019

El mercado español del videojuego

39 **PERFIL DE LOS** **PAG.** **VIDEOJUGADORES** **ESPAÑOLES**

43 **EL VIDEOJUEGO** **PAG.** **EN EUROPA** **Y EL MUNDO**

Simon Little.

El 2019 en la industria europea del videojuego

La industria del videojuego en Europa.

Mercado global del videojuego

Ranking de países

Las grandes citas del sector

51 **DESARROLLO** **PAG.** **NACIONAL**

Arturo Monedero

Dos años de actividad del área de desarrollo de AEVI.

La apuesta definitiva por el desarrollo español

55 **ESPORTS** **PAG.** **EN ESPAÑA**

Sergi Mesonero

Esports en España, progresan adecuadamente

59 **THE GOOD** **PAG.** **GAMER**

Ann Becker

Una industria responsable

The Good Gamer: un proyecto pionero

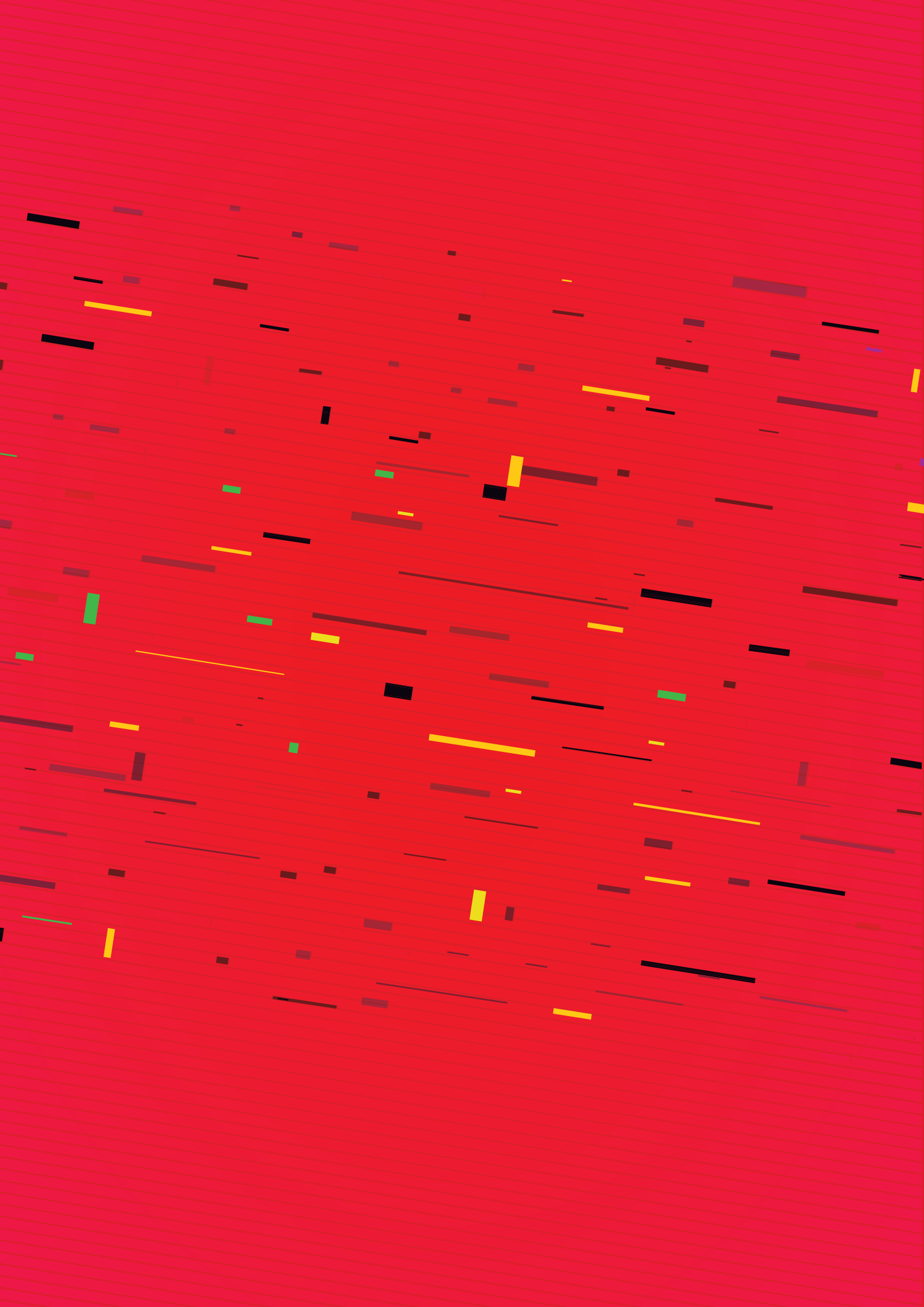
Buenas prácticas para un uso responsable de los videojuegos

Código PEGI

67 **METODOLOGÍA** **PAG.**

Una combinación de fuentes

69 **ASOCIADOS** **PAG.**



The background is a vibrant red color with a fine, white grid pattern. Scattered across the grid are numerous short, horizontal and vertical dashes in various colors, including black, yellow, green, and purple, creating a dynamic, confetti-like effect.

INTRODUCCIÓN PRÓLOGOS



EL VIDEOJUEGO, UN SECTOR PRIORITARIO DENTRO DE LA ECONOMÍA DIGITAL

Es un placer poder prologar este trabajo, y quiero aprovechar la ocasión para felicitar a su protagonista, la industria del videojuego, por el incremento sostenido de su facturación.

Espero, además, que esta tendencia siga en el futuro, entre otras cosas, gracias a la innovación que suponen otras modalidades de juego como el cloud gaming o los servicios de streaming de videojuegos.

La industria española de videojuegos, por su carácter creativo, intensivo en conocimiento y tecnología y generador de puestos de trabajo de alta cualificación, se ha posicionado como un sector prioritario dentro de la economía digital. De ahí su importancia en otro ámbito en el que España trabaja ya de forma intensa para convertirse en uno de los principales protagonistas del futuro inmediato: el de la Inteligencia Artificial.

Los juegos forman parte de la historia de la Inteligencia Artificial desde que ésta usara el ajedrez como un marcador de inteligencia, aprendiendo de los éxitos y los errores de los jugadores. En estos momentos, la observación del comportamiento de millones de jugadores, unido a la capacidad computacional y al talento, permitirá avanzar en la mejora de otros muchos entornos más allá del videojuego como, por ejemplo, los entornos de trabajo o la optimización de los procesos de producción y organización empresarial.

**LOS JUEGOS FORMAN
PARTE DE LA HISTORIA
DE LA INTELIGENCIA
ARTIFICIAL DESDE QUE
ÉSTA USARA EL AJEDREZ
COMO UN MARCADOR
DE INTELIGENCIA,
APRENDIENDO DE LOS
ÉXITOS Y LOS ERRORES DE
LOS JUGADORES**

**HEMOS DE SEGUIR
APOSTANDO POR
FAVORECER EL
DESARROLLO
EMPRESARIAL DE
EMPREENDEDORES
Y JÓVENES TALENTOS
DEL SECTOR DEL
VIDEOJUEGO**

España está bien situada internacionalmente, pero somos conscientes de que nos enfrentamos a una fuerte competencia de países de nuestro entorno que, con menor número de empresas, obtienen facturaciones totales superiores a las de nuestro sector, en parte por la atomización de nuestra industria. Por eso, debemos seguir invirtiendo con el objetivo de consolidar el crecimiento de las empresas, muchas de ellas estudios independientes, y conseguir hacerlas crecer y escalar internacionalmente, de forma que surjan empresas tractoras que refuercen al conjunto de la industria.

Es necesario innovar también en la forma de acceso a mercados internacionales y abordar instrumentos distintos a los que se emplean en sectores tradicionales.

Hemos de seguir apostando por favorecer el desarrollo empresarial de emprendedores y jóvenes talentos del sector del videojuego, dotándoles de mecanismos eficientes para ejecutar planes de negocio sólidos y ambiciosos y mejorar el posicionamiento e internacionalización de su producto.

Fruto de esta apuesta es el Programa de Impulso al Sector del Videojuego, gestionado por la Entidad Pública Empresarial del Ministerio Red.es, a través del cual se ha prestado apoyo a casi cuarenta empresas. A través de este programa hemos podido también constatar una enorme demanda y, lo que es más, que no toda se concentra en Madrid y Cataluña, sino que hay empresas de videojuegos en prácticamente todas las comunidades autónomas de España, contribuyendo así al desarrollo de un tejido productivo que contribuirá a una mejor vertebración territorial.

En este interés por mantener nuestro apoyo a este importante sector estamos trabajando en un Plan para la dinamización de las inversiones y el desarrollo del sector audiovisual en España, entendiéndolo en un sentido amplio que incorpora también a los contenidos audiovisuales multimedia e interactivos, como son los videojuegos.

Quiero referirme, por último, al importante papel que esta industria tiene en la transmisión de la cultura y la innovación, y en la necesidad de que su crecimiento venga acompañado de un uso responsable y respetuoso de los valores que nos caracterizan como sociedad abierta, transparente, progresista y defensora de los derechos individuales y colectivos, tanto en el ámbito analógico, como en el digital.

A ello creemos que pueden contribuir de manera importante iniciativas como 'The good gamer', promocionada en España por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI). Espero que entre todos podamos contribuir a lograr avances importantes en este sector.

Nadia Calviño Santamaría

*Vicepresidenta Tercera del Gobierno de España
Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital*



LOS VIDEOJUEGOS TAMBIÉN SON CULTURA

El videojuego es un sector estratégico para el Ministerio de Cultura y Deporte, pues, debido a su carácter dual -cultural y tecnológico-, pero también a su alta capacidad de innovación, es uno de los sectores más dinámicos de nuestros tiempos.

Se trata de una industria que trasciende lo puramente técnico; los videojuegos mezclan programación y creación cultural, y, por ello, son una de las principales bases de una nueva cultura digital.

Y es que los videojuegos son plataformas de juego y entretenimiento que han ido incorporando lo mejor de las artes preexistentes, reuniendo imagen, sonido y estructura literaria y audiovisual, poseen al mismo tiempo una característica que les es única y propia: la interactividad.

Desde el Ministerio de Cultura y Deporte, llevamos tiempo acercándonos, conociendo y apoyando al sector del videojuego desde la dimensión cultural.

De acuerdo con la encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019 del Ministerio de Cultura y Deporte, el 13,8% de la población española utiliza videojuegos al menos una vez al mes. Y prueba de la estrecha relación de los videojuegos con la cultura, es que tanto la asistencia al cine como la afición por la música o la lectura, son mucho más frecuentes entre los usuarios de videojuegos, con tasas anuales del 82,4%, 96,6% y 79,6%, respectivamente. Esta tendencia no ha hecho más que crecer durante los últimos años, y por ello, no podemos obviar que los videojuegos son una industria cultural, con un peso cada vez mayor en el sector.

Hoy en día, los videojuegos suponen una referencia clave de interacción cultural para millones de personas, y en particular para jóvenes y adolescentes. Como el cine o la literatura, los videojuegos transmiten valores e ideas a la ciudadanía, y desde el Ministerio de Cultura y Deporte queremos apoyar la creación de contenidos que promuevan el pensamiento crítico y los valores de nuestra sociedad democrática, valores como la solidaridad, la cooperación y la igualdad de género.

SE TRATA DE UNA INDUSTRIA QUE TRASCIENDE LO PURAMENTE TÉCNICO; LOS VIDEOJUEGOS MEZCLAN PROGRAMACIÓN Y CREACIÓN CULTURAL, Y, POR ELLO, SON UNA DE LAS PRINCIPALES BASES DE UNA NUEVA CULTURA DIGITAL. NUESTRO OBJETIVO ES DESARROLLAR NUEVAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE PUEDAN AYUDAR AL SECTOR A CONSOLIDARSE Y CRECER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS...

El balance de la industria española del videojuego ha sido muy positivo durante los últimos años, creciendo exponencialmente, tanto desde el punto de vista económico y de la creación de empleo, como por su influencia e importancia cultural.

No obstante, seguimos teniendo un peso en la producción europea que está lejos de nuestro volumen de consumo. Por otro lado, la mayor parte de nuestro tejido está compuesto por autónomos o micro empresas, que sobreviven en situaciones precarias, y que a menudo encuentran dificultades de acceso a la financiación.

En el Ministerio de Cultura y Deporte somos muy conscientes de este reto, y trabajamos en políticas de apoyo al sector, cuya estrategia se centra en asentar una base sólida para acelerar el crecimiento de la industria. Nuestro objetivo es desarrollar nuevas políticas públicas que puedan ayudar al sector a consolidarse y crecer en los próximos años, fortaleciendo la estructura del sector y consolidando una red de empresas de mayor tamaño, que accedan con normalidad a la financiación bancaria y que disfruten de unas condiciones laborales dignas.

Entre los desafíos que asumen las administraciones públicas, se encuentra el de mejorar el acceso a la financiación de las empresas del sector, así como la atracción y captación de capital extranjero; al tiempo que se refuerza la profesionalización del sector.

Con este propósito en mente, el Ministerio de Cultura y Deporte, como primera medida, abrirá una línea de apoyo directo al desarrollo de videojuegos. Así, en los próximos presupuestos se incluye una nueva línea de ayudas enfocada con carácter exclusivo al desarrollo de videojuegos y otros contenidos fruto de la creación digital.

Asimismo, la Mesa Estado-Comunidades Autónomas para el sector del videojuego, dependiente de la Conferencia Sectorial de Cultura, ocupará un lugar clave en este marco, en tanto punto de encuentro para discutir todos los problemas que afectan al sector y las políticas de apoyo de las Administraciones.

La Mesa, que se reunió por última vez en octubre del año pasado, ya ha tratado retos fundamentales, como el acceso a la financiación, la estrategia formativa, la atracción del talento o la eficacia de los programas de ayudas. El objetivo a largo plazo es darle una mayor continuidad, para que pueda abanderar esa estrategia omnicomprendensiva para el sector, en la que queremos que el Ministerio de Cultura y Deporte tenga un papel destacado.

Y todo ello por una razón fundamental, que los videojuegos también son cultura.

José Manuel Rodríguez Uribes

Ministro de Cultura y Deporte

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO, UNA OPORTUNIDAD DE PAÍS



Asistimos a una gigantesca transformación de la actividad productiva a nivel global. En el nuevo modelo económico, fundamentado en la digitalización y la sostenibilidad, las industrias culturales y creativas desempeñan un papel clave. El sector del videojuego es uno de los más dinámicos por su talento creativo y su capacidad de adaptación a las tendencias de mercado y a los hábitos y preferencias de los usuarios. También porque promueve la innovación y genera empleo de calidad.

En los últimos años, empresas y profesionales han trabajado a fondo para que la percepción social del sector del videojuego vaya más allá de lo puramente tecnológico. Ya es considerado como uno de los principales exponentes de la cultura digital. Cada día se generan nuevos formatos de juego, nuevos géneros y nuevos

modelos de negocio, que fidelizan al público ya existente y atraen a nuevos usuarios. Los videojuegos ofrecen experiencias que inspiran nuevas formas de entender la sociedad e interactuar con personas conocidas y desconocidas, y por eso se suman adeptos a diario y se diversifican sus perfiles. En este sentido, quiero mencionar el compromiso del sector en la protección de los menores y el fomento del videojuego responsable.

Los videojuegos no son solo la primera opción de ocio audiovisual en España. También se han convertido en un espectáculo de masas. Es muy destacable el auge de los esports, tanto en audiencias como en ingresos. Los contenidos producidos y consumidos en lengua española y las grandes competiciones internacionales auguran un esperanzador futuro.

Sin olvidar que la gamificación se ha extendido a otros contextos, como proveedor de herramientas a ámbitos como la salud, la aeronáutica, la educación o la cultura. Es un importante salto cualitativo que ha de consolidar al sector como protagonista en la transición al nuevo paradigma económico que mencionaba al principio.

En definitiva, su transversalidad generacional, su aplicación multisectorial y su vocación de competir en los grandes mercados la sitúan entre las industrias emergentes con mejor futuro, a corto y a medio plazo. Por eso, en el último año y medio el Gobierno ha venido transmitiendo un firme compromiso de apoyo, para reforzar y mejorar la posición de nuestro ecosistema a nivel mundial. Queremos impulsar el crecimiento de las empresas españolas y aprovechar su enorme potencial, acompañando proyectos de desarrollo e internacionalización, y trabajando para atraer inversiones extranjeras.

Es, no cabe duda, una oportunidad para nuestro país. Por eso, la industria del videojuego está en la agenda de este Ministerio, y tenemos por delante una legislatura para trabajar juntos y abordar los retos de futuro, tan complejos como apasionantes.

Reyes Maroto

Ministra de Industria, Comercio y Turismo

UNA INDUSTRIA LLENA DE OPORTUNIDADES



La industria del videojuego está continuamente en plena transformación, ya que está continuamente innovando y haciendo uso de nuevas tecnologías. Los datos que presentamos vienen a poner de relieve un sector que consolida, un año más, su peso y su importancia en la economía, que además de ser una gran plataforma creativa y de entretenimiento, contribuye decisivamente al desarrollo tecnológico, fomenta la creatividad y genera miles de puestos de trabajo de calidad.

Una de las razones del éxito está necesariamente muy asociado al hecho de que este es un sector transversal con componentes como el entretenimiento, cultura, educación y sanidad. El videojuego es la primera industria cultural con mayor facturación, por encima del cine y la música grabada juntas, y su efecto lúdico es elemento de muchas investigaciones, tratamientos sanitarios y programas educativos.

Por otro lado, la aportación del videojuego a la economía española y a la generación de empleo de alta calidad y calificación, así como sus efectos externos en las tecnologías de la información y comunicación, son factores imprescindibles para el crecimiento de una economía sostenible.

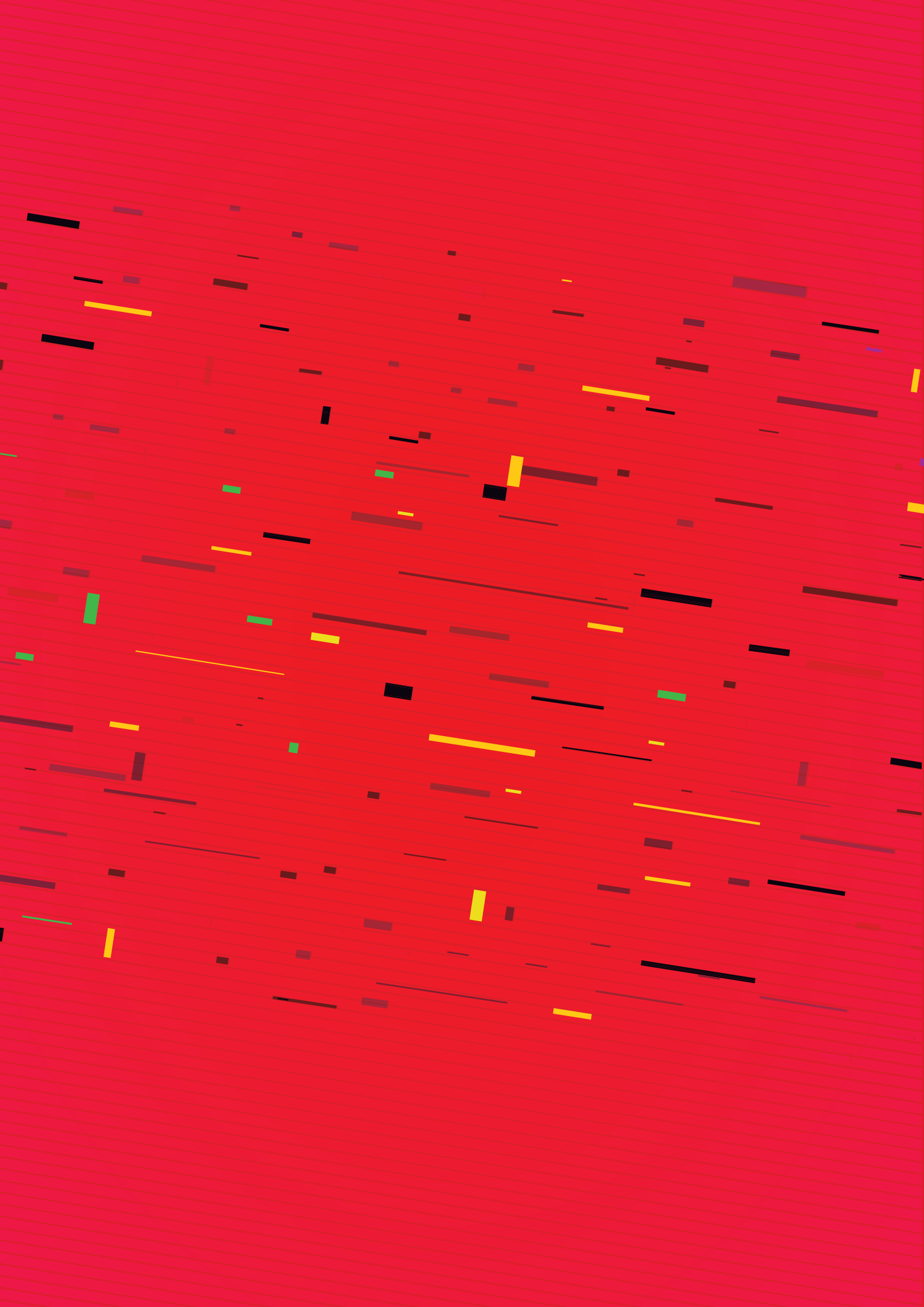
En la actualidad, el principal reto de la industria española es, además de seguir siendo uno de los principales países consumidores de videojuegos, pasar a convertirnos también en una potencia de desarrollo. El objetivo es que los estudios pequeños pasen a ser medianos y los medianos se conviertan en grandes. Desde AEVI nos dedicamos a instar a las Administraciones Públicas que se faciliten las inversiones, imitando métodos de inversión que funcionan en otros países de nuestro entorno. También nos parece primordial tanto la retención como la captación de talento internacional, así como el impulso de hubs digitales y centros de desarrollo de videojuegos.

Cada vez existe más conciencia por parte de los políticos. Se percibe una creciente preocupación por la industria del videojuego desde los Ministerios de Cultura, Industria o Economía y Transformación Digital. Según nos transmiten desde el Gobierno de España, comunidades autónomas y ayuntamientos, son conscientes de que el videojuego es un punto estratégico para los planes de desarrollo económico nacional, autonómico y municipal. Asimismo, son cada vez más frecuentes las visitas de cargos públicos y cargos orgánicos de diferentes partidos políticos a los eventos organizados por AEVI –o aquellos en los que participa la asociación.

Hay pocos sectores en los que haya tanto potencial de crecimiento como el nuestro, por lo que la adopción de una política industrial favorable a los videojuegos puede tener unos beneficios importantes para el conjunto de la economía. En este sentido, la incorporación de nuevos miembros a nuestra asociación que nos consolidan como los representantes transversales del conjunto de la industria es una noticia que contribuye a una mejor interlocución para el éxito de estas iniciativas junto al Gobierno. Queda mucho por hacer, pero lo que está claro es que la industria del videojuego está repleta de oportunidades y claramente, es una apuesta ganadora.

Alberto Gonzalez Lorca

Presidente de AEVI





**UNA
INDUSTRIA
CON MAYOR
VISIBILIDAD**

EL VIDEOJUEGO, UN SECTOR FUNDAMENTAL DE LA NUEVA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El 2019 ha sido un año no sólo de consolidación para la industria. Vivimos un momento de transformación de nuestro modelo productivo en el que la digitalización de la economía no es una opción. Prueba de ello es que este año, los asuntos digitales han pasado a tener rango de vicepresidencia, de manera que la transformación digital pasará a estar en el centro de decisión de la política española.

La industria del videojuego pasa por un buen momento y, por ello, desde la Administración se entiende cada vez más la necesidad de desarrollar la industria local y facilitar las inversiones internacionales. España debe tener la capacidad (y para ello, debe tener la voluntad) de convertirse en un referente mundial. Hay países como Canadá, Francia o Reino Unido que han entendido la importancia de potenciar un sector como el de los videojuegos en un momento donde la innovación es una fortaleza para la economía.

Estamos convencidos de que España puede sumarse a esta estrategia y que tiene el potencial necesario para convertirse en un referente, pero para seguir avanzando por el buen camino necesitamos la colaboración de la Administración. Somos una industria de futuro y de generación de empleo. En estos momentos, nuestro país genera más de 9.000 empleos directos en España, un país con más de 15 millones de videojugadores.

En 2019 hemos consolidado la Madrid Games Week como principal evento de videojuegos en España, siendo referente en el sur de Europa. Congregamos a 139.231 personas y a las grandes marcas del sector, en una edición que reunió las grandes novedades y lanzamientos de más de 130 empresas a a lo largo de 250 stands.

La feria también abrió sus puertas a los desarrolladores independientes de videojuegos, una creciente industria con cada vez más peso en nuestro país. En la propia feria, se habilitaron mesas de trabajo en el Meet2Match, en el que se produjeron más de 270 encuentros entre desarrolladores e inversores en un formato que acerca el talento a los recursos alimentando el desarrollo de la industria.

Además, por primera vez, en el marco de Madrid Games Week desarrollamos un congreso internacional donde se reflexionó sobre la trascendencia y la influencia que

el mundo del videojuego tiene en la sociedad actual. Hablamos de la primera edición del Congreso Madrid Games Week, un espacio donde académicos, líderes de negocios, agentes de la industria y toda clase de stakeholders acudieron para reflexionar sobre el impacto positivo del videojuego como herramienta de desarrollo en ámbitos como la educación, la cultura o la salud.

En esta ocasión, también pudimos poner en valor la trayectoria de proyectos como The Good Gamer, una iniciativa que impulsamos hace un año desde nuestra asociación y que se ha convertido en un proyecto pionero

en Europa. Entre sus objetivos, dirigidos no sólo a la comunidad gamer sino al conjunto de la sociedad, se encuentra promover el uso responsable de los videojuegos y difundir los valores positivos de los mismos.

A nivel interno, el pasado año fue el de la consolidación definitiva de AEVI como representante del desarrollo de videojuegos en España incorporando a destacados estudios como Pixelatto, Peetons Studio, Blackmouth Games, Drakhar Studio, Lu3go Lu3go o Troglobytes

Games. Además, en 2019 también se ha incorporado la ESL, la compañía de esports más grande del mundo; la compañía editora Outright Games; la empresa especializada en entretenimiento Kaiju Entertainment; la compañía de componentes de hardware Atlas Informática y los centros académicos ESIC - ICEMD, la Universidad de la Coruña, la Universidad San Jorge de Zaragoza y el centro Master Distancia. Todos ellos forman parte de una lista que esperamos que se multiplique en los próximos meses.

Para AEVI, el 2019 ha sido un año importante, lleno de grandes éxitos. Debemos demostrar que España tiene el suficiente potencial como para convertirse en un actor relevante no sólo en consumo, sino también en desarrollo y en el ámbito de los esports. Desde nuestra asociación vamos a seguir trabajando desarrolladores, distribuidores, retailers y compañías del ámbito de los esports para conseguirlo. Desde AEVI apostamos por esta estrategia y deseamos que todos los agentes implicados rememos en la misma dirección.

Jose María Moreno Peña

Director General de AEVI



UNA INDUSTRIA CON MAYOR VISIBILIDAD

MADRID GAMES WEEK. MADRID, 3-6 DE OCTUBRE



Madrid Games Week cerró sus puertas con un rotundo éxito de asistencia, participación y contenidos de extraordinario interés. Organizada por IFEMA y la Asociación Española de Videojuegos, se ha consolidado como una feria de referencia en el circuito europeo. En esta edición, congregamos a 139.231 visitantes, superando todas las expectativas.

Cerca de 140 compañías distribuidas en 250 stands, más de un millar de puestos de juego, presencia de grandes marcas como Activision-Blizzard, Bandai Namco Entertainment, Game, Koch Media, Nacon, Nintendo, PlayStation®, Ubisoft, Warner Bros Entertainment, Xbox y 2K (Take-Two Interactive), con últimos lanzamientos, títulos en primicia - muchos aún inéditos en el mercado -; competiciones de esports, concursos, conferencias, debates, actividades, espacios de robótica y realidad virtual.

Apostamos también por impulsar a la industria local y el talento de jóvenes creadores. Como preámbulo a la gran feria del videojuego en España, celebramos el Guerrilla Developers Day y el Indie Burger Press Awards, referentes del colectivo los desarrolladores independientes, ambos patrocinados por Comunidad y Ayuntamiento de Madrid, que reunieron a 500 asistentes. Además, facilitamos un espacio de networking en el que se llevaron a cabo 270 reuniones de negocio gestionadas por Meet to Match, y en la que participaron 150 profesionales entre los que destacaron importantes publishers e inversores. A todo ello se sumó el Foro de Desarrolladores con una gran programación de más de 60 ponencias de interés para los propios desarrolladores y presentaciones de proyectos.

Fue inaugurada por la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, quien reiteró el compromiso del Gobierno de España con el sector, siguiendo la estela

del ministro de Cultura y Deportes, José Guirao, que participó en nombre del Ejecutivo en la inauguración de la feria del pasado año. En la apertura de Madrid Games Week se contó además con la presencia de Francisco Polo, secretario de Estado para el Avance Digital, que quiso poner en valor el buen estado de salud del sector en nuestro país y su aportación al desarrollo digital.

MGW también recibió un gran número de visitas institucionales entre las que se encuentran representantes del Gobierno de la Comunidad de Madrid, a través del vicepresidente Ignacio Aguado y la consejera Marta Rivera de la Cruz, así como el Gobierno del Ayuntamiento de la ciudad, mediante los Delegados de Áreas Miguel Ángel Redondo y Ángel Niño. Además, MGW 2019 fue visitada por diferentes miembros de los principales grupos parlamentarios con representación en el Congreso de los Diputados, la Asamblea de Madrid y el Pleno del Ayuntamiento.



CONGRESO MADRID GAMES WEEK "VIDEOJUEGOS, EDUCACIÓN, CULTURA Y SALUD". MADRID, 1-2 DE OCTUBRE

Por primera vez, Madrid Games Week, de la mano de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, AEVI e IFEMA, desarrolló un congreso internacional donde se reflexionó sobre la trascendencia y la influencia que el mundo del videojuego tiene en la sociedad actual. Más de 300 asistentes disfrutaron de 20 ponentes, 6 de ellos internacionales, 7 masterclasses, 4 mesas redondas y 3 entrevistas en el marco del Congreso Madrid Games Week: 'Videojuegos, educación, cultura y salud'.

Durante los días 1 y 2 de octubre de 2019, AEVI organizó la primera edición del Congreso Madrid Games Week. El evento, organizado en el Espacio de la Fundación Telefónica, consistió en dos jornadas de conferencias donde académicos, líderes de negocios, agentes de la industria y toda clase de stakeholders, acudieron para reflexionar sobre el impacto positivo del videojuego como herramienta de desarrollo en ámbitos como la educación, la cultura o la salud, así como de uso responsable y la importancia de proyectos como The Good Gamer.



INTERLOCUCIÓN AL MÁXIMO NIVEL. 2019

Durante el 2019, AEVI ha mantenido contactos al máximo nivel con el Gobierno de España y con altos cargos de las administraciones públicas, tanto a nivel nacional como a nivel regional.

Desde AEVI hemos apostado por la interlocución de máximo nivel y por una línea de acción basada en el continuo diálogo con el gobierno. En este sentido, merece especial mención los titulares de los ministerios de Cultura, con los que nos reunimos para buscar medidas de colaboración y apoyo a la industria o el ministerio de Industria, Comercio y Turismo, donde pudimos trasladar la necesidad de considerar el sector de los videojuegos como una industria estratégica. Asimismo, nos hemos reunido con las autoridades competentes de la Secretaría de Estado de Comercio, Mesa del Videojuego; representantes de ICEX España Exportación e Inversiones, el Director General de Ordenación del Juego, propiedad intelectual, el Consejo Superior de Deportes y Comité Olímpico Español.

Además, 2019 ha sido un año extenuante en cuanto a intensidad política y ciclos electorales. El balance de este incesante ciclo ha sido dos elecciones generales, unas europeas, y unas locales en el mismo año político. En este marco, AEVI ha tenido encuentros con todas fuerzas políticas con representación en el Congreso de los Diputados para presentar nuestras propuestas electorales de impulso de la industria del videojuego en España.

Asimismo, a lo largo del año pasado AEVI ha tenido encuentros con autoridades de diversas comunidades autónomas y ayuntamientos.

En cuanto al escenario del videojuego en Europa, José María Moreno, Director General de AEVI, se reunió con diversos eurodiputados del Parlamento Europeo para compartir las prioridades y necesidades de la industria del videojuego y concretamente las políticas del sector a nivel europeo.



FUN & SERIOUS. BILBAO, 26 NOVIEMBRE-1 DE DICIEMBRE

La Asociación Española de Videojuegos colaboró en la organización de la IX edición del Fun & Serious Game Festival, uno de los principales festivales de videojuegos del sur de Europa. AEVI concedió el galardón al Mejor Desarrollo Nacional 2019 en el marco de los premios Titanium. Arturo Monedero fue el encargado de entregar el reconocimiento a sus creadores en una ceremonia celebrada en el museo Guggenheim de Bilbao.

El director de la asociación, José María Moreno, aprovechó la ocasión para presentar The Good Gamer en el programa de conferencias Vit talks 2019. Se trata de una plataforma de contenidos digitales pionera en Europa que nace con el objetivo de reivindicar las políticas de responsabilidad que lleva a cabo la industria e incidir en su papel como sector referente en cultura e innovación.

**DESDE AEVI HEMOS
APOSTADO POR LA
INTERLOCUCIÓN DE
MÁXIMO NIVEL Y POR UNA
LÍNEA DE ACCIÓN BASADA
EN EL CONTINUO DIÁLOGO
CON EL GOBIERNO**



GAMESCOM. COLONIA (ALEMANIA), 25-29 DE AGOSTO

AEVI participó un año más en la Gamescom, la feria europea más importante del sector del videojuego con sede en Colonia. Con una asistencia récord de más de 500.000 visitantes, se superaron todos los datos de participación empresarial, con una destacada presencia de las empresas españolas. En esta ocasión, el vicepresidente de desarrollo de AEVI, Arturo Monedero, presentó en la feria el catálogo de videojuegos nacionales en fase de desarrollo, elaborado por AEVI, en línea con los esfuerzos por fomentar la industria local.

**AEVI PARTICIPÓ
UN AÑO MÁS EN
LA GAMESCOM,
LA FERIA
EUROPEA MÁS
IMPORTANTE
DEL SECTOR DEL
VIDEOJUEGO
CON SEDE EN
COLONIA. CON
UNA ASISTENCIA
RÉCORD DE MÁS
DE 500.000
VISITANTES**



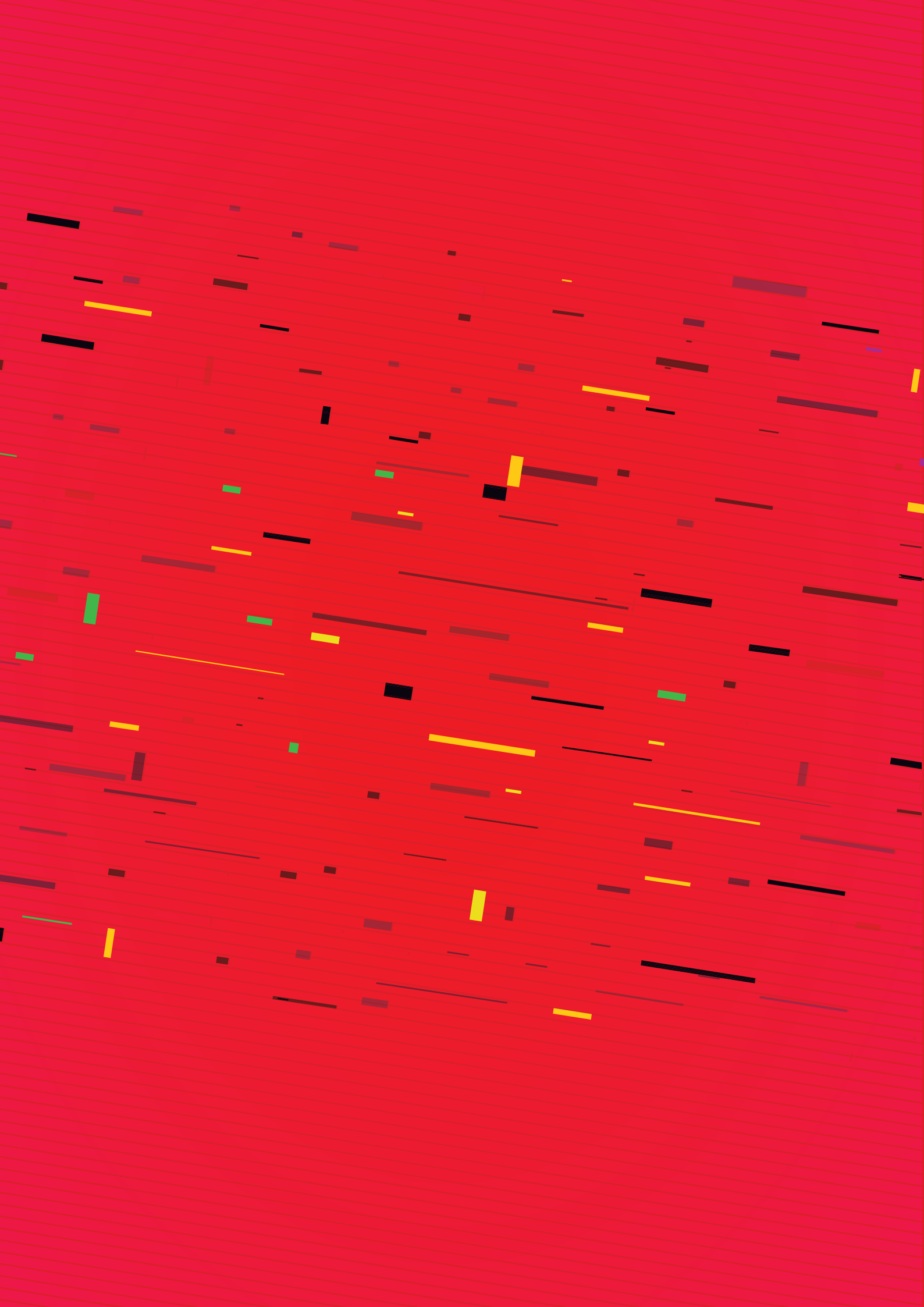
FOROS, CONGRESOS Y EVENTOS. 2019

Con el objetivo de dar a conocer los valores positivos de los videojuegos y la labor de la industria, AEVI ha participado en numerosos actos oficiales, eventos y ferias. La asociación participó en Edugame, un evento organizado por Microsoft Ibérica dedicado al papel de los videojuegos en el ámbito de la educación. También tomó parte de eventos como Spain Skills Madrid, organizado por el Ministerio de Educación, foros en universidades, actos como el Observatorio de las Nuevas Tecnologías o la Gamepolis en Málaga y congresos como el Serious Game Experience en Córdoba.



GUERRILLA GAME FESTIVAL. 24-26 DE ABRIL DE 2019

En el marco del programa #AEVIsemueve y en línea con el Plan Nacional de Desarrollo de Videojuegos AEVI, la asociación participó directamente en la primera edición del Guerrilla Game Festival, realizado en Madrid del 25 al 27 de abril. Durante el festival, AEVI se reunió con varios representantes del gobierno de Madrid para abordar la apuesta de importantes citas del sector en la ciudad, como Madrid Games Week y valorar el futuro del Museo del videojuego de la ciudad.





VISION DE LAS COMPAÑÍAS



ARTAX GAMES

El 2019 de Artax Games ha sido de consolidación y transición. Desde nuestros inicios hace ya más de tres años, hemos crecido como marca y como estudio, en experiencia y en equipo. Seguimos abarcando múltiples disciplinas como desarrolladores de todo tipo de soluciones interactivas bajo la marca Artax Media, pero también hemos emprendido un proyecto emocionante mucho más enfocado en la producción de nuestros propios videojuegos. Durante el último año, nuestra ópera prima Iro Hero ha completado su ciclo vital con el lanzamiento en PS4 y XONE, sumando estas versiones a las ya existentes para Nintendo Switch y PC en Steam. Ha sido una experiencia valiosa que aprovecharemos en nuestra nueva línea Artax Publishing, un pequeño sello decididamente independiente con el que publicaremos pequeños proyectos con alma que normalmente no tendrían cabida en los circuitos más comerciales.

Por último, para nosotros 2020 será el año de Splat Dogs, nuestro proyecto más ambicioso hasta la fecha: Un multijugador de acción online desenfadada para móviles con perros adorables que compiten por hacerse con el control del parque. Aspiramos a convertirlo en referencia entre los juegos de acción midcore para móviles. Para ello hemos diseñado un plan muy ambicioso de actualizaciones a lo largo del año que irán completando la experiencia Splat Dogs para, partiendo del juego divertido y sencillo que es ahora, hasta convertirlo en la referencia que todos los amantes de los perros y de los juegos competitivos de acción desenfadada deberían tener instalado en sus dispositivos móviles.

Jesús Luengo Rico

CEO & Productor Activision-Blizzard



ACTIVISION-BLIZZARD

Si tenemos que definir en una sola palabra lo que para nosotros ha marcado 2019, sería móvil. La llegada de la franquicia Call of Duty® a los dispositivos móviles, en el mes de octubre de 2019, supuso todo un hito para la compañía. Hemos conseguido superar los 150 millones de descargas, liderar el ranking de los juegos más descargados en más de 150 países y regiones, y convertirnos en uno de los 15 títulos con los mayores ingresos registrados en aplicaciones móviles en EE.UU., al finalizar su año de lanzamiento.

Esta recepción y acogida nos comunica que, con dieciséis títulos en el mercado, la marca Call of Duty® sigue despertando el interés de los jugadores, pero también nos ha demostrado que el actual modelo debe evolucionar para adaptarse a la demanda del consumidor que, en este caso, ha destacado la mezcla de la experiencia multijugador clásica de la franquicia, con sus mapas, modos de juego y personajes icónicos, con las novedades del Battle Royale, en una experiencia épica para 100 jugadores.

El título también ha recibido el reconocimiento de la industria consiguiendo, entre otros, el premio al Mejor Juego del Año por los The Game Awards, así como el galardón al mejor juego de 2019 por los usuarios de Android.

Los fantásticos resultados obtenidos en 2019 con Call of Duty®: Mobile nos llevan a afrontar el nuevo año con ilusión, sabiendo que el usuario ha sabido agradecer las novedades realizadas en una ya madura franquicia, y que todavía cuenta con un destacado papel en la industria, algo que no hace sino reforzarse tras los buenos resultados ofrecidos por Call of Duty®: Modern Warfare® en consolas y PC, registrando 600 millones de dólares en ventas a nivel mundial, en sus primeros tres días de disponibilidad en el mercado. Si a ello le sumamos el destacado papel que en los últimos años han presentado consolidadas franquicias como Crash™ y Spyro, junto a los recientemente anunciados Diablo IV, World of Warcraft: Shadowlands y Overwatch 2, nuestra postura no puede ser más que optimista para afrontar los próximos años con una sólida propuesta de productos para todo tipo de públicos y plataformas.

Carlos Pombo Silva

Director General Activision Blizzard Iberia



BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT

2020 comienza con un nuevo reto para la industria y las compañías. Nuevas consolas y plataformas de juego llegan en un año que promete superar nuevamente sus fronteras a todos los niveles. Bandai Namco evoluciona en esa misma línea como líder en juegos de género manganime, como referente en distribución para otras compañías y estudios y apoyando el talento local abriendo su primer estudio para desarrollo de juegos móviles en Barcelona.

Alberto González-Lorca

*VP for the Southern European Region & Bzz Dev -
Bandai Namco*



CREANAVARRA

Es una realidad que la industria del videojuego en España se encuentra a la cabeza del sector audiovisual. Las cifras que se desprenden del anuario de AEVI lo demuestran y Creanavarra como Centro Superior de Diseño se afana año tras año en nutrir al mercado con los profesionales que la industria demanda.

Nuestra misión como Centro Oficial es otorgar a nuestros estudiantes una formación de calidad que les permita desarrollarse en todas las áreas del videojuego. Por ello, una parte de nuestra metodología es ofrecerles una educación personalizada, amparada por un equipo docente activo en el mundo del videojuego y las artes visuales. Llevamos apostando por la formación de joven talento desde hace 26 años en el norte de España, volcándonos siempre con las últimas novedades del sector y adecuando la metodología a los cambios que el sector del videojuego requiere. Como agente educativo está en nuestras manos otorgar los conocimientos y herramientas necesarias para guiar a las nuevas generaciones de diseñadores y desarrolladores de videojuegos, y eso es, lo que perseguimos y luchamos desde Creanavarra.

Una de las novedades que comenzamos este nuevo curso académico, relacionado con el sector audiovisual, es el lanzamiento de la Titulación Oficial en Animación y VFX. De este modo potenciamos los perfiles creativos que se necesitan para nutrir a los Estudios que cada vez más se están afincando en Navarra, atraídos por el incentivo fiscal que nuestra comunidad autónoma otorga al sector cinematográfico.

Eva Beperet Liberal

*Directora de Relaciones Externas de Creanavarra
Centro Superior de Diseño*

**NUESTRA MISIÓN COMO
CENTRO OFICIAL ES OTORGAR A
NUESTROS ESTUDIANTES UNA
FORMACIÓN DE CALIDAD QUE
LES PERMITA DESARROLLARSE
EN TODAS LAS ÁREAS
DEL VIDEOJUEGO**





ELECTRONIC ARTS

Por muchas razones 2019 ha sido un año muy emocionante para Electronic Arts, razones como los títulos que hemos lanzado, la diversidad de sus géneros y la apuesta que hemos llevado a cabo por los distintos modelos de comercialización que seguimos impulsando, desde free-to-play, suscripciones, formatos digitales y nuestro producto físico. Razones que han vuelto hacer que millones de jugadores elijan los títulos de EA para dedicarnos su preciado tiempo, tiempo que en un mundo donde la oferta de entretenimiento es cada vez más apabullante, sabemos valorar y agradecer por habérselo concedido a nuestros juegos.

FIFA SE CONVIRTIÓ EN EL PRIMER SIMULADOR DE FÚTBOL QUE RECOGE TODAS LAS MANERAS POSIBLES DE JUGAR AL DEPORTE REY

Un claro ejemplo de esto es Apex Legends, un título lanzado en el mes de febrero sin ningún tipo de anuncio previo y que sorprendió tanto a medios como a jugadores por su diseño, planteamiento y por su modelo de comercialización free-to-play. Con él conseguimos alcanzar una cifra récord de más de 50 millones de jugadores en menos de un mes, un hito no alcanzado hasta la fecha,

convirtiéndose en su primer año de vida en una franquicia consolidada que se ha hecho hueco en el difícil mundo de los battle royale.

Pero esa no fue la única innovación de 2019; la nueva entrega de FIFA nos trajo VOLTA, una desenfadada propuesta que permite a los jugadores regresar a sus orígenes y disfrutar del juego del mundo en su expresión más natural. De esta manera FIFA se convirtió en el primer simulador de fútbol que recoge todas las maneras posibles de jugar al deporte rey, cumpliendo con la demanda de sus fans de recuperar las calles como un escenario más a sumar a los grandes estadios del panorama mundial. Una vez más, la franquicia FIFA superó el millón de unidades vendidas a lo largo del año, manteniendo el título de juego más vendido.

También resulta emocionante que por cuarto año consecutivo EA y LaLiga hayan unido sus fuerzas en torno a las competiciones esports, ofreciendo una de las más espectaculares experiencias a nivel de torneos que se puede dar en nuestro país. La edición de 2019 contó con más de 16.000 jugadores inscritos, 100.000€ en premios, 739.000 espectadores únicos y la participación de 33 clubes de fútbol profesional, consolidando un formato que ya es referencia para la gran comunidad de fíferos españoles.

No nos podemos despedir sin mencionar otros lanzamientos como Star Wars Jedi: Fallen Order, un juego con el que volvimos a traer uno de los géneros más míticos de la industria, "Single Player Adventure", o hitos como que Los Sims 4 hayan alcanzado los 20 millones de jugadores a nivel mundial. Tuvimos también nuevas entregas de Need For Speed o de Plants vs Zombies, dos títulos con una imagen visual impactante y un gran número de seguidores que esperaban ansiosos estas nuevas ediciones, y como gran novedad el lanzamiento de Anthem, una nueva IP dirigida a un público amante de las experiencias multijugador con nuevos universos por explorar.

Por todo ello 2019 ha sido un gran año para nosotros y una gran antesala de un ilusionante 2020, donde viviremos el desembarco de una nueva generación de consolas que nos permitirán seguir innovando y evolucionando nuestros juegos y servicios para proporcionar la mejor experiencia posible a nuestros jugadores.

Néstor Pequeño

Country Manager IBERIA - Electronic Arts



KOCH MEDIA

Hemos cerrado 2019 con la ilusión y la satisfacción de estar en la parte alta de la tabla de ventas por compañía, mostrando que el catálogo de productos de Koch Media encuentra un buen acomodo en los jugadores de nuestro país. El muestrario de géneros es amplio, habiendo sido el año muy prolífico en títulos: desde la velocidad con Formula 1 2019, Grid, Dirt Rally 2.0 o incluso Team Sonic Racing, a los juegos de acción con Resident Evil 2 Remake y Devil May Cry 5, pasando por el rol con Kingdom Hearts III o los shooters con Metro Exodus y Sniper Ghost Warrior Contracts. No ha habido una semana en la que nuestros publishers no hayan sorprendido al mercado con novedades. Todas ellas, junto con el gran fondo de catálogo, nos han vuelto a colocar como la compañía de referencia de juegos para jugones; conocemos el producto, conocemos a los consumidores y conocemos un negocio que cada vez es más dinámico y con un público muy exigente que quiere lo mejor en entrenamiento.

Por otro lado, no nos olvidamos de satisfacer las necesidades de nuestros clientes más allá de los títulos como tal, comercializando guías de videojuegos (Piggyback Interactive), accesorios (Hori, Konix), merchandising (Gaya Entertainment, Rubber Road), incluso sillas para gaming (Anda Seat) o artículos retro (Game Outlet, C64 Maxi, Capcom Home Arcade). Todo para hacer que el videojuego sea el entretenimiento más completo.

Esperamos que 2020, con la llegada de la siguiente generación de plataformas para Sony y Microsoft, más el afianzamiento de Switch, nos llene de ilusión por un sector que no para de cambiar y sorprender a sus consumidores con las mejores experiencias de entretenimiento. Koch Media, sin ninguna duda, seguirá estando ahí.

Oscar del Moral Negugogor

Consejero Delegado- Koch Media SLU



LIGA DE VIDEOJUEGOS PROFESIONAL

2019 ha sido un año de transición en el sector de las competiciones de videojuegos (esports). Nuevos títulos como Teamfight Tactics o Free Fire han irrumpido de manera explosiva, mientras que los títulos asentados siguen ampliando su base de manera orgánica, con la sorprendente excepción de League of Legends, que en 2019 ha multiplicado su audiencia, algo extraordinario para un título que se lanzó hace diez años.

En LVP hemos consolidado nuestra posición como la organización de esports de referencia en el mercado hispanohablante, con competiciones profesionales en 7 países, 28 eventos realizados en 8 países y más de 650 programas en directo con una audiencia acumulada de 38 millones de espectadores. En un panorama en constante mutación, LVP se ha convertido en un sello de solidez y calidad a nivel internacional en los esports.

Sergi Mesonero

Director de Relaciones Institucionales de la LVP



ORENJI GAMES

Para Orenji Games Entertainment el 2019 fue un año muy importante para nosotros, fue un año clave gracias a los acuerdos que conseguimos con grandes empresas de outsourcings, entre ellas con SEGA. Fue una oportunidad muy buena para crecer como estudio y aprender de uno de nuestros referentes a nivel mundial, pudiendo ser un gran paso hacia el futuro del estudio además de poder establecer un nuevo modelo de negocio. Gracias a todo este trabajo y dedicación hemos creado otras oportunidades de negocio muy importantes para el estudio que hace un año no pensamos que llegarían.

Este nuevo año 2020 lo empezamos con mucha ilusión y muchas ganas de ver hacia dónde se dirige el mundo de los videojuegos, ver hacia dónde nos lleva este sector y dónde encajamos estudios indie como el nuestro. Esperamos este año con muchas ganas para ver dónde nos llevan las nuevas consolas que saldrán. El mundo de los videojuegos es un sector que siempre está en continua evolución y es un mundo muy apasionante, necesitando siempre estar al día de todo y estar en continua formación.

Gabriel Torres Picher.

CEO y Cofundador, Orenji Games Entertainment



OXIAB

Este año 2019 ha sido la vuelta al mercado de OXiAB Game Studios tras un largo letargo. Hemos aprendido mucho de la industria. Hemos madurado. Nuestra máxima ha sido siempre dar al jugador un reto, una aventura, envuelta de algo distinto. Algo que no haya podido jugar hasta ahora. Escoger un género y conseguir crear algo nuevo. Creemos que lo hemos logrado. El apoyo del público hacia nuestro nuevo producto, Bitlogic, A cyberpunk arcade adventure ha sido muy bueno.

Nos hemos especializado a trabajar con Nintendo. Entendemos muy bien sus líneas editoriales y su manera de trabajar. Hemos crecido con fuerza dentro del espacio indie. Durante el año hemos podido cerrar tratos muy interesantes, desde cesiones de propiedad intelectual hasta la distribución internacional.

Por otra parte, también ha sido un año difícil, donde todos exigimos una mayor integración de todas las personas sin distinción. El mundo ha sido agitado por un oleaje de ideas pasadas contra las que nos oponemos ahora y siempre. Como industria, hay que estar por encima de eso. Creemos que esa es la vía a seguir, la de la colaboración, la integración de todos los perfiles y la no discriminación.

Hemos finalizado este 2019 con tres proyectos en marcha. Tres juegos diferentes que siguen la línea que nos caracteriza, sorprender al jugador con algo que jamás ha probado antes. Alguno de ellos aún está en fase temprana y tendrá que esperar hasta el 2021 para ver la luz.

Juan Antonio Maldonado

Administrador y Co-fundador - OXiAB Game Studio



OUTRIGHT GAMES ESPAÑA

En 2018, Outright Games estableció una oficina principal en Madrid para fortalecer su presencia en Europa en 2019. Madrid está creciendo muy rápido y desarrollándose como un centro creativo y por ello es donde sentimos que necesitábamos estar, para unirnos a esta increíble comunidad de desarrolladores que se ha establecido allí. Además, nuestro principal socio de distribución europeo, Bandai Namco, también tiene su sede aquí, y dado que el mercado minorista físico sigue dominando en España, nos parecía un paso lógico estar más cerca de nuestros amigos y socios.

2019 fue un gran año para Outright Games, lanzando títulos de algunas de las franquicias más grandes para niños como Jumanji, Ice Age, Cómo entrenar a tu dragón y la sensación mundial de YouTube Ryan's World. También vimos un gran éxito con títulos legendarios como 'Paw Patrol: On A Roll' que se lanzó en 2018 pero que todavía hoy tiene una trayectoria de ventas fantástica, mostrando la popularidad duradera de las marcas con las que trabajamos y la fortaleza del negocio del entretenimiento interactivo para niños en toda Europa.

2020 promete ser otro año increíble, con nuestro próximo título "Gigantosaurus: The Game" desarrollado por Wildsphere, magníficos desarrolladores con sede en Valencia y con quienes comenzamos a trabajar gracias a la recomendación de Playstation. El juego está basado en la exitosa serie de libros y también programa de televisión de Disney Channel y no podríamos estar más contentos con el talento del desarrollo español de cosecha propia para llevar esta maravillosa franquicia al mundo de los videojuegos.

Ha día de hoy estamos trabajando en España con unos excelentes partners de desarrollo entre los que se incluyen: Wildsphere, Drakhar Studio, Stage Clear, Petoons Studio y Aheartfulofgames.

Fernando Rodríguez Meléndez
Business Development Manager



PETOONS STUDIO

Para Petoons Studio, 2019 ha sido el año de la consolidación de nuestro modelo de estudio, muy enfocados en el desarrollo de videojuegos y proyectos transmedia.

Lanzamos Petoons Party en todas las plataformas (PC/Steam, PlayStation 4, Nintendo Switch y Xbox One) y mercados, tanto en digital como en retail, a la vez que continuamos con el desarrollo del proyecto de serie de animación 3D basada en el universo de los Petoons.

Tras 3 años de duro trabajo hemos madurado y crecido como estudio. Somos ya 20 profesionales apasionados por los videojuegos y con gran experiencia. Hemos ampliado acuerdos con grandes empresas y también con los principales centros educativos especializados en la formación en videojuegos y animación.

En 2019 hemos puesto en marcha nuestro nuevo videojuego, Curse of the Sea Rats, un ratoidvania épico dibujado a mano, que presentamos en Gamescom con gran éxito y con el que hemos empezado a recoger premios y que publicaremos simultáneamente en 2021 en todos los mercados y plataformas, incluidas las de nueva generación. Curse of the Sea Rats es una marca transmedia global que lanzaremos mediante el videojuego y se extenderá a otros ámbitos, incluyendo serie de animación, apps para smartphones y tablets, libros, cómics, juguetes, etc.

Además de desarrollar nuestros propios proyectos, hemos empezado a ofrecer nuestros servicios y desarrollar videojuegos desde Barcelona para grandes marcas globales.

Sergio García
CEO y Co-fundador - Petoons Studio





PICCOLO STUDIO SL

Después de recorrer un largo camino de más de 4 años, 2019 ha sido el año en que ha visto la luz nuestro primer videojuego, "Arise, a simple story", un proyecto lleno de pasión y esfuerzo por parte de todo el equipo que nos ha permitido darnos a conocer tanto al público en general como a la propia industria. Estamos muy orgullosos del resultado y de la recepción por parte del público, que ha ido más allá de nuestras expectativas, lo cual nos da aún más fuerza para afrontar nuestros próximos proyectos.

Acabamos este 2019 empezando la producción de nuestro próximo videojuego, con la mochila llena de ideas para los que vendrán y afrontamos el próximo 2020 con la ilusión intacta y muchas ganas de seguir adelante con este proyecto que es Piccolo Studio.

Oriol Pujadó

Socio fundador - Piccolo Studio



RIOT GAMES

Para Riot Games el 2019 ha sido un año sin precedentes. Hemos podido celebrar, junto con nuestra comunidad de jugadores a nivel mundial, el 10º aniversario de League of Legends. Un juego que, después de nada menos que una década, se reafirma como el título de PC más jugado del mundo volviendo a batir récords de audiencia con sus competiciones locales e internacionales.



RENDR-ESCUELA DE VIDEOJUEGOS MASTERD

Para Rendr, escuela de videojuegos del grupo Master.D, 2019 ha sido un año de crecimiento exponencial, donde hemos seguido apostando por nuestra metodología abierta (eminentemente virtual, con experiencias presenciales), con una formación de calidad en disciplinas concretas, donde los alumnos trabajan con las herramientas que se encontrarán el día de mañana en su vida profesional.

Hemos permitido que alumnos con vocación hacia este campo laboral y residentes en localizaciones geográficas dispersas puedan finalmente estudiar lo que les apasiona, uniendo la experiencia docente además de con los conocimientos de cada perfil, con el desarrollo de habilidades y destrezas claves para el éxito laboral en la industria del entrenamiento digital.

Iván Asensio Rubio

Director de estudios - Rendr

Además, este año hemos tenido la gran oportunidad de acoger en Madrid los cuartos y semifinales del Campeonato Mundial de League of Legends en donde hemos agotado todas las entradas en minutos, batido records de audiencia y demostrado que en España tenemos la afición más apasionada y entregada del mundo.

El 2019 ha sido un año histórico para el equipo de Riot y para nuestros jugadores ya que hemos hecho públicos nuevos proyectos que están en fase de desarrollo y que, en su mayoría, verán la luz durante el 2020. Esta ambiciosa y esperada apuesta nos permitirá seguir poniendo en práctica la filosofía y valores de Riot Games de acercar nuestro universo y nuestros juegos a la comunidad independientemente del género y plataforma en la que estén.

Un 2019 lleno de éxitos, satisfacciones y sueños cumplidos que nos sirve para coger impulso y afrontar el 2020 con más ilusión que nunca.

Nicola Cencherle

Country Manager Riot Games Iberia



SONY ENTERTAINMENT ESPAÑA

2019 ha marcado un importante hito en la historia de nuestra compañía: PlayStation cumplía 25 años. 25 años desde aquel 3 de diciembre de 1994 en el que PlayStation hizo su debut mundial en Japón. Con unos inicios humildes como un departamento de Sony, Ken Kutaragi y su equipo ofrecieron una nueva visión para convertir los videojuegos en una forma de entretenimiento que todo el mundo pudiera disfrutar y para crear una plataforma para los desarrolladores de juegos para que expresaran su creatividad. Solo en su primer día, la PlayStation original vendió 100 000 unidades en Japón y acabó convirtiéndose en la primera consola doméstica que superó los 100 millones de unidades vendidas en todo el mundo.

Revolucionamos la comunidad de jugadores porque PlayStation ofrecía experiencias que nadie podía llegar a imaginar que fuesen posibles con una consola doméstica. Desde el principio, nos abrimos a los desarrolladores y les proporcionamos las herramientas y la tecnología para crear bonitos y extensos mundos, además de experimentar con nuevas ideas. Ese enfoque se tradujo en la diversidad de juegos por la que se conoce a PlayStation, un verdadero distintivo de nuestra marca a lo largo de las diferentes generaciones de plataformas de hardware.

Durante los últimos 25 años, PlayStation ha estado a la vanguardia de los videojuegos. Y a día de hoy, con 108,9 millones de PlayStation® distribuidas seguimos trabajando con la misma ilusión y dedicación.

En las Navidades de 2019, PS4™ vivía su séptimo año de vida con un catálogo incomparable con aclamados juegos como Death Stranding, Days Gone, el esperado remake del clásico MediEvil o la total inmersión de Blood&Truth para PS VR. Y con grandes títulos aún por llegar como Dreams, The Last of Us: Parte II, MARVEL's Iron Man VR o Ghost of Tsushima.

REVOLUCIONAMOS LA COMUNIDAD DE JUGADORES PORQUE PLAYSTATION OFRECÍA EXPERIENCIAS QUE NADIE PODÍA LLEGAR A IMAGINAR QUE FUESEN POSIBLES CON UNA CONSOLA DOMÉSTICA

Además, durante todo el año hemos trabajado a favor de un uso responsable de los videojuegos; poniendo a disposición de nuestros usuarios información sobre los sistemas de mediación parental disponibles en nuestras consolas, las recomendaciones del sistema de calificación por edades PEGI y fomentando el juego en familia.

También nos hemos suscrito al programa de la ONU Playing for the Planet, en el que nuestra compañía se compromete a reducir la huella de carbono de nuestros dispositivos, incorporar medidas de eficiencia energética y aprovechar la gran difusión de nuestros videojuegos para concienciar sobre la necesidad de actuar para preservar nuestro medio ambiente. Ya que, como venimos defendiendo desde hace años, los videojuegos tienen una gran capacidad para transmitir valores, para educar y para integrar a todos los jugadores.

Sin olvidarnos de nuestro apoyo incondicional al desarrollo de la industria del videojuego en nuestro país, un propósito que llevamos impulsando desde hace más de una década con nuestro programa PlayStation®Talents y que ya nos ha reportado más de 100 juegos hechos en España con proyección internacional.

Enfrentamos 2020 con la ilusión de poder presentar a nuestra comunidad una nueva generación con PlayStation®5. Pero también con la responsabilidad que ello implica para ofrecer la mejor experiencia de juego y poner a disposición de nuestros fans la innovación que siempre hemos abanderado.

Liliana Laporte

Directora General de Sony Interactive Entertainment Iberia y territorios del Mediterráneo, Adriático y Balcanes.



TROGLOBYTES GAMES

2019 ha sido el año en el cual Troglobytes Games se ha acercado “de facto” con sus propias IPs a las entidades del mundo videolúdico.

En el curso de eventos nacionales o internacionales, tanto los consumidores como los publishers tuvieron la oportunidad de conocer y apreciar nuestro primer producto, HyperParasite que se ha destacado recibiendo premios y reconocimientos. A lo largo de nuestro trabajo. Tuvimos la ocasión de experimentar la presentación en EarlyAccess en Steam y de poder anunciar el próximo lanzamiento del juego completo en multiplataforma (PC, NSwitch, PS4 y Xbox) en el Q1 2020.

Dicha experiencia ha sido, entre otras, la que más ha puesto a prueba nuestras capacidades técnicas y empresariales. De hecho, hemos sido positivamente identificados como el partner al cual dirigirse para desarrollar proyectos que incluyan tecnologías interesantes y peculiares, como la fotogrametría, entre otras. Con el estudio ClodStudio hemos realizado la demo de Dreadful Bond, una aventura de terror psicologico muy inmersiva bajo la supervisión artística del maestro italiano del cine de horror Dario Argento.

Hemos también empezado a desarrollar otra IP teniendo en cuenta lo que son nuestros recursos y el actual panorama indie. Empleando competencias nacionales, hemos “adornado” unas mecánicas de juego interesantes con un arte muy llamativo y equiparable a la de un juego AAA, que pueda triunfar en los medios de comunicación del sector. Con el soporte, la colaboración y las iniciativas promovidas por parte de AEVI pensamos impulsarnos y consolidarnos en el 2020 como empresa indie de referencia en las comunidades de la industria, tanto a nivel nacional como internacional.

Saverio Caporusso

CEO & GameDesigner - Troglobytes Games SL



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) se ha asociado recientemente a AEVI en un esfuerzo desde las Universidades públicas por prestar atención a las necesidades del sector productivo.

La UCM es una institución pública de educación superior e investigación, que ofrece programas formativos de alta calidad en los niveles de Grado, Máster Universitario, Doctorado y Formación Permanente en la mayoría de las ramas de conocimiento: Artes y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingenierías. Por el número de estudiantes matriculados es la mayor universidad presencial de España y la tercera de Europa. La UCM ocupa el puesto 206 en la última edición del QS World University Ranking, elaborado por Quacquarelli Symonds, y aparece entre las 500 mejores universidades del mundo en la edición de 2019 del ranking Times Higher Education (THE), uno de los más prestigiosos del mundo en la evaluación de la calidad y la reputación universitarias elaborado por la revista británica Times Higher Education. En el transcurso de más de siete siglos, la Universidad de Madrid ha aportado contribuciones de gran valor en Ciencias, Bellas artes y liderazgo político. La lista de ex alumnos comprende 7 ganadores del premio Nobel y 18 premios Príncipe de Asturias.

La Universidad Complutense de Madrid es un centro universitario de referencia en el ámbito de los videojuegos, con una oferta formativa que incluye 4 títulos de Máster

**EN EL TRANCURSO DE
MÁS DE SIETE SIGLOS,
LA UNIVERSIDAD DE MADRID
HA APORTADO CONTRIBUCIONES
DE GRAN VALOR EN CIENCIAS,
BELLAS ARTES Y LIDERAZGO
POLÍTICO. LA LISTA DE EX
ALUMNOS COMPRENDE 7
GANADORES DEL PREMIO
NOBEL Y 18 PREMIOS
PRÍNCIPE DE ASTURIAS**

dedicados, respectivamente, a la programación, el diseño, el arte y la producción de videojuegos, además de un Grado en Desarrollo de Videojuegos impartido en la Facultad de Informática de la UCM. Además, la UCM cuenta con varios grupos de investigación en temas relacionados con la tecnología y el uso de los videojuegos que participan en proyectos de I+D nacionales e internacionales. 2019 ha sido especialmente relevante en nuestra formación de grado porque este año concluyó su educación la primera promoción de egresados en el Grado en Desarrollo de Videojuegos.

El Máster en Desarrollo de Videojuegos de la Universidad Complutense, que se comenzó a impartir en el curso 2004-05, es el pionero en la formación universitaria dedicada a este sector en España. La labor profesional de sus más de 400 egresados, tanto dentro como fuera de España, han servido para consolidar al Máster de la Complutense como el título de posgrado más prestigioso en la formación de programadores en la industria española del videojuego. En la edición de 2019 de los premios PlayStation Talents 4 de los 5 proyectos desarrollados por nuestros estudiantes fueron nominados y 2 de ellos lograron finalmente un galardón.

Pedro Antonio González Calero

Director del Máster en Desarrollo de videojuegos de la Universidad Complutense de Madrid



VOXEL SCHOOL

En Voxel School hemos disfrutado de un magnífico 2019 marcado por el crecimiento y consolidación de nuestra presencia como uno de los centros universitarios referentes de posgrado.

Gracias a nuestro potente claustro de profesores, formado por los principales profesionales del sector del videojuego, podemos seguir ofreciendo una experiencia individualizada y atraer el mejor talento a la escuela. Fruto de este esfuerzo colectivo hemos conseguido ser una de las escuelas más premiadas de España en los premios PlayStation Talents este año y hemos disfrutado con los éxitos profesionales de nuestros alumnos que han encontrado su hueco en la industria del videojuego en las principales empresas del sector.

Nuestra alianza con PlayStation para impartir Máster Propio de la Universidad Complutense y PlayStation Talents en Marketing, comunicación y Gestión de Videojuegos consolida el espacio de posgrado de la UCM y Voxel School como uno de los más importantes y exclusivos de la universidad española.

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

Jose Cuesta Martínez

Director General de Voxel School



WARNER BROS ENTERTAINMENT

Para Warner Bros 2019 ha sido otro año récord, tanto por el éxito de los nuevos lanzamientos como por la consolidación de nuestro catálogo de productos. Desde Warner nos esforzamos día a día por ofrecer a la comunidad gamer una amplia variedad de títulos, desde los juegos más casual y familiares con nuestros ya míticos LEGO, al nuevo y laureado Mortal Kombat 11.

Empecemos con Mortal Kombat 11. Lleno de novedades, este lanzamiento ha supuesto un punto de inflexión en esta consolidada franquicia de lucha. El nuevo modo historia, la personalización de los combatientes y un elenco increíble de personajes nuevos y clásicos han hecho que marque la diferencia. Por ejemplo, en MK11 hemos podido ver luchar a personajes legendarios como Scorpion o Kitana contra Terminator o Nightwolf o ser los protagonistas de su lore intentando salvar Earthrealm de su destrucción. Todo ello ha hecho que se convierta en la referencia de la saga más vendida nunca a nivel mundial.

Este año también hemos acercado de nuevo el Mundo Mágico a los jugadores gracias a la llegada de LEGO Harry Potter: Collection a la gama de consolas de Nintendo Switch. Este juego se posicionó número 1 en ventas en la lista títulos de esta plataforma.

Otra gran apuesta de Warner Bros es la gran alianza que tenemos con Epic Games. Este acuerdo se materializa en el lanzamiento en tiendas de un lote de skins exclusivas en formato físico. En 2019 lanzamos Fortnite: Lote fuego

2019 HA SIDO OTRO AÑO RÉCORD, TANTO POR EL ÉXITO DE LOS NUEVOS LANZAMIENTOS COMO POR LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRO CATÁLOGO DE PRODUCTOS. DESDE WARNER NOS ESFORZAMOS DÍA A DÍA POR OFRECER A LA COMUNIDAD GAMER UNA AMPLIA VARIEDAD DE TÍTULOS

Oscuro, que incluye 13 objetos completamente nuevos para el juego: accesorios mochileros, trajes legendarios... Con esta propuesta en formato físico nos situamos en el top 2 en ventas en toda Europa continuando así con los éxitos cosechados con Fortnite Lote de Criogenización, lanzado el año anterior.

En cuanto al mercado de mobile mencionar el éxito de nuestros títulos, aptos para todo tipo de jugadores. Como Golf Clash, que permite competir en tiempo real con jugadores de todo el mundo. Para los amantes de los juegos de estrategia contamos con Game of Thrones, que permite a los jugadores convertirse en señores feudales de Poniente, y crear su estrategia para conquistar los Siete Reinos y ocupar el Trono de Hierro con la colaboración de los aliados reclutados por todo el planeta. Por último, destacamos Harry Potter Wizards Unite en el que jugadores investigarán la caótica actividad mágica que se está filtrando al mundo muggle, y trabajarán juntos para resolver el misterio de esta tragedia.

Desde Warner Bros esperamos que este año 2020 podamos aportar entretenimiento de calidad y responsable para los más gamers, los que quieren disfrutar de su juegos en cualquier lugar y por supuesto, para toda la familia.

Leticia de La Parte

Sales Manager Videogames - Warner Bros Interactive

The background is a vibrant red color, decorated with a pattern of small, multi-colored rectangular confetti pieces in shades of black, yellow, green, and purple, scattered across the entire surface.

**EL SECTOR
DE LOS
VIDEOJUEGOS
EN ESPAÑA
EN 2019**

EL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA EN 2019

FACTURACIÓN TOTAL

LOS VIDEOJUEGOS SIGUEN SIENDO LA PRIMERA OPCIÓN DE OCIO AUDIOVISUAL Y CULTURAL EN ESPAÑA



1.479 MILLONES DE EUROS FACTURADOS EN 2019
(-3'3% RESPECTO A 2018)



Industria de la música grabada

296,4 millones de euros (Promusicae)



Venta física

754 millones de euros (850 millones en 2018) (bajada del 11'2%)



Industria del cine

624,1 millones de euros (comscore)



Venta online

725 millones de euros (680 millones en 2018) (incremento del 6,6%)



El mayor evento de videojuegos de la historia de España

- 250 expositores
- Más de 130 empresas y estudios de desarrollo
- 240 reuniones de negocio
- Más de 139.000 visitantes

CONGRESO INTERNACIONAL MADRID GAMES WEEK 2019 'VIDEOJUEGOS, EDUCACIÓN, CULTURA Y SALUD'

Dos jornadas de reflexión sobre la trascendencia y la influencia que el mundo del videojuego tiene en la sociedad actual

- 300 asistentes
- 20 ponentes, 6 internacionales
- 7 masterclasses
- 4 mesas redondas
- 3 entrevistas

PERFIL DE LOS JUGADORES

15.0 MILLONES

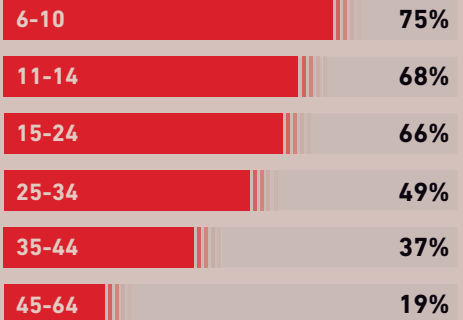
(8.8 millones de hombres + 6.3 millones de jugadoras)

♂ Hombres: **58%**

♀ Mujeres: **42%**



AÑOS



Los españoles dedican una media de **6,7 horas/semana** a jugar a videojuegos

🕒 **Reino Unido:** 11,6 h/s

🕒 **Alemania:** 8,3 h/s

🕒 **Francia:** 8,6 h/s

VENTAS POR UNIDADES EN 2019 SE VENDIERON (EN UNIDADES):



Videojuegos
8.420.335 (-2,3%)

Juegos de videoconsola:
8.190.082 (-0,3%)

Juegos para ordenador:
230.253 (-42,9%)



Videoconsolas
1.109.118 (-14,2%)



Accesorios:
4.259.745 (-2,8%)

ESPORTS

- Ingresos: **más de 35 millones de euros**
- Entusiastas de los e-sports: **2,9 millones**
- Trabajadores: **más de 600**
- Jugadores profesionales: **más de 250**



UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

THE GOOD GAMER PROYECTO PIONERO EN EUROPA CON:

- Beneficios del videojuego
- Medidas de responsabilidad
- Decálogo de recomendaciones para los más menores
- Decálogo de recomendaciones para los padres
- Podcast mensual
- Vídeos

CÓDIGO PEGI

EL SISTEMA DE RECOMENDACIÓN DE USO POR EDADES RECOMENDACIÓN EN 39 PAÍSES EUROPEOS

- Está vigente **desde 2003**
- Se utiliza en **39 países europeos**
- 5 clasificaciones **por edad**
- 8 clasificaciones **para el contenido**

OBJETIVOS:

- Ofrecer la máxima seguridad y mejores garantías a los usuarios

EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

FACTURACIÓN TOTAL

AÑO 2019



(FUENTE: GSD)
FACTURACIÓN FÍSICA:
754 MILLONES DE EUROS



(FUENTE: GAMETRACK)
FACTURACIÓN ONLINE:
725 MILLONES DE EUROS

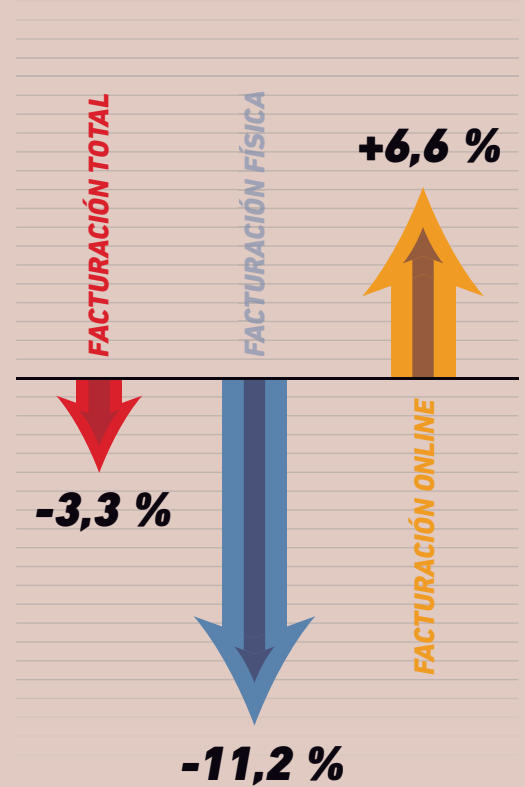
AÑO 2018



(FUENTE: GSD)
FACTURACIÓN FÍSICA:
850 MILLONES DE EUROS

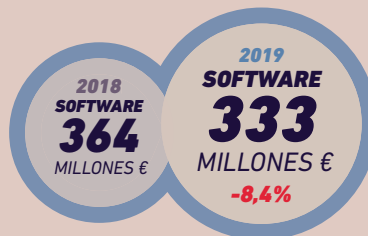
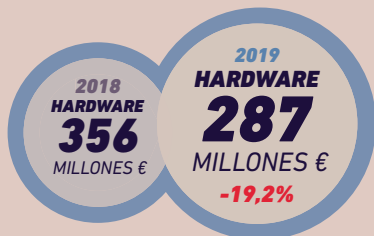


(FUENTE: GAMETRACK)
FACTURACIÓN ONLINE:
680 MILLONES DE EUROS

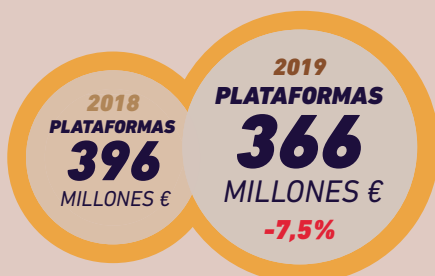


SEGMENTOS DE NEGOCIO

(GSD)
FACTURACIÓN FÍSICA



(GAMETRACK)
FACTURACIÓN ONLINE



VENTAS POR UNIDADES



**VIDEO-
JUEGOS**
-2,3%



**JUEGOS DE
VIDEOCONSOLA**
-0,3%



**JUEGOS PARA
ORDENADOR**
-43,0%



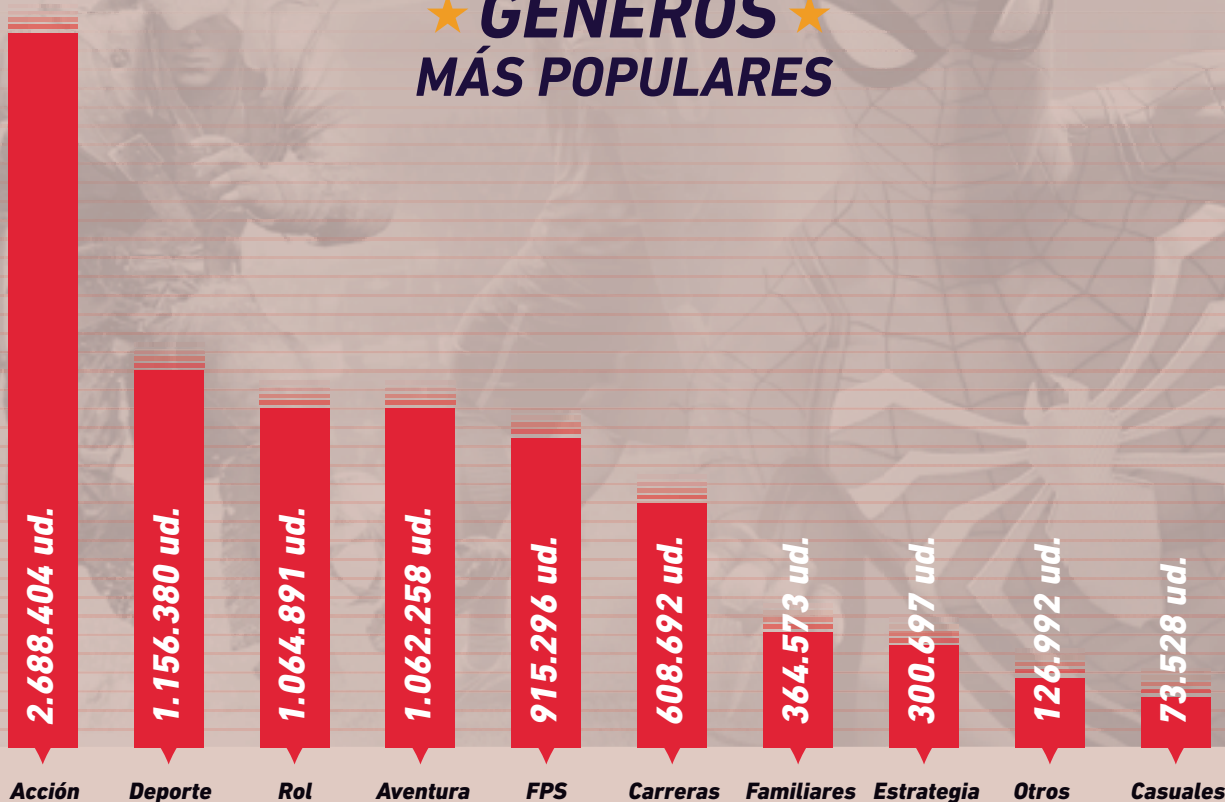
VIDEOCONSOLAS
-14,3%



**ACCESORIOS Y
JUGUETES HÍBRIDOS:**
-2'8%



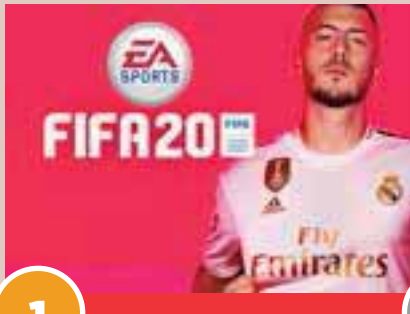
★ GÉNEROS ★ MÁS POPULARES



EL MERCADO ESPAÑOL VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS



FUENTE: GSD (RETAIL)



1

FIFA 20
ELECTRONIC ARTS
(PEGI 3)



2

POKEMON SWORD
NINTENDO
(PEGI 7)



3

**CALL OF DUTY:
MODERN WARFARE**
ACTIVISION BLIZZARD
(PEGI 18)

4

**GRAND THEFT AUTO V
(PREMIUM EDITION)**
ROCKSTAR GAMES
(PEGI 18)

5

LUIGI'S MANSION 3
NINTENDO
(PEGI 7)

6

SUPER MARIO MAKER 2
NINTENDO
(PEGI 3)

7

POKEMON SHIELD
NINTENDO
(PEGI 7)

8

KINGDOM HEARTS III
SQUARE ENIX
(PEGI 12)

9

**NEW SUPER MARIO
BROS. U DELUXE**
NINTENDO
(PEGI 3)

10

**CRASH TEAM RACING
NITRO-FUELED**
ACTIVISION BLIZZARD
(PEGI 7)

11

DAYS GONE
SONY INTERACTIVE
ENTERTAINMENT
(PEGI 18)

12

RESIDENT EVIL 2
CAPCOM
(PEGI 18)

13

NBA 2K20
2K SPORTS
(PEGI 3)

14

JUST DANCE 2020
UBISOFT
(PEGI 3)

15

**THE LEGEND OF ZELDA:
LINK'S AWAKENING**
NINTENDO
(PEGI 7)

16

**STAR WARS JEDI:
FALLEN ORDER**
ELECTRONIC ARTS
(PEGI 16)

17

**MARIO & SONIC AT
THE OLYMPIC GAMES:
TOKYO 2020**
SEGA (PEGI 3)

18

DEATH STRANDING
SONY INTERACTIVE
ENTERTAINMENT
(PEGI 18)

19

RING FIT ADVENTURE
NINTENDO
(PEGI 3)

20

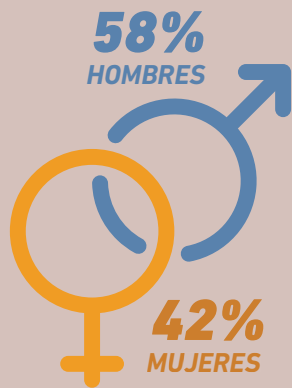
**SEKIRO: SHADOWS
DIE TWICE**
ACTIVISION BLIZZARD
(PEGI 18)

The background is a vibrant red color, densely populated with small, multi-colored rectangular fragments in shades of black, yellow, green, and purple, creating a confetti-like effect. The text is centered and slanted upwards to the right.

PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES ESPANÓLES

PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES ESPAÑOLES

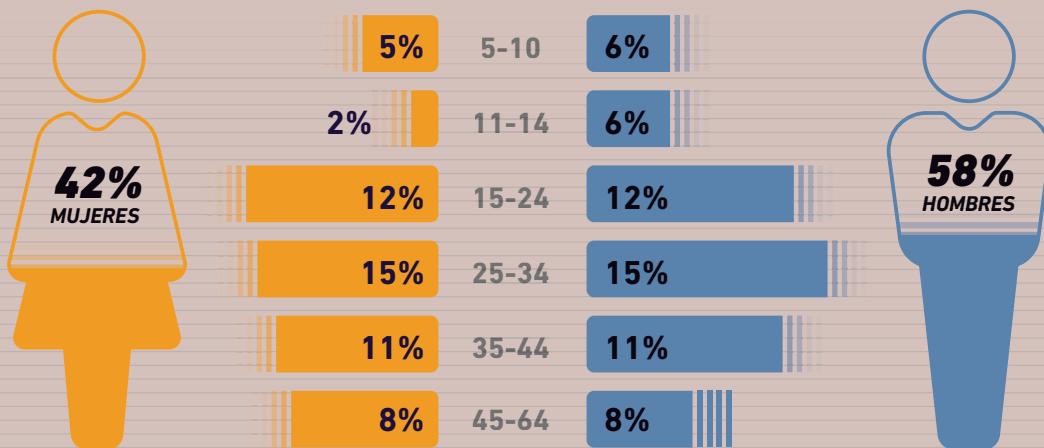
FUENTE: GAMETRACK



NÚMERO TOTAL DE VIDEOJUGADORES EN 2018

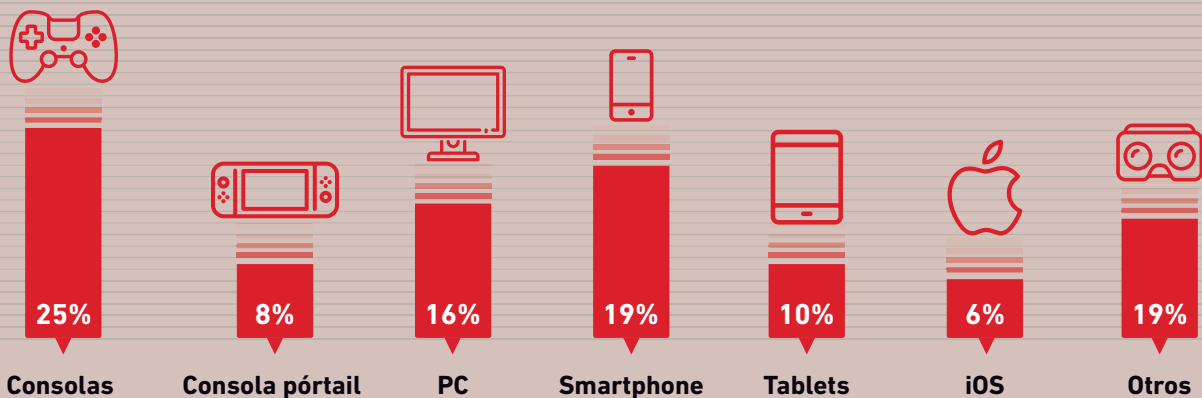
15 MILLONES

(42% DE LOS ESPAÑOLES ENTRE 6 Y 64 AÑOS)



RANGOS DE EDAD

DISPOSITIVOS MÁS UTILIZADOS



DISPOSITIVOS UTILIZADOS POR CADA FRANJA DE EDAD DE LOS USUARIOS

6-10 AÑOS



11-14 AÑOS



15-24 AÑOS



25-34 AÑOS



35-44 AÑOS

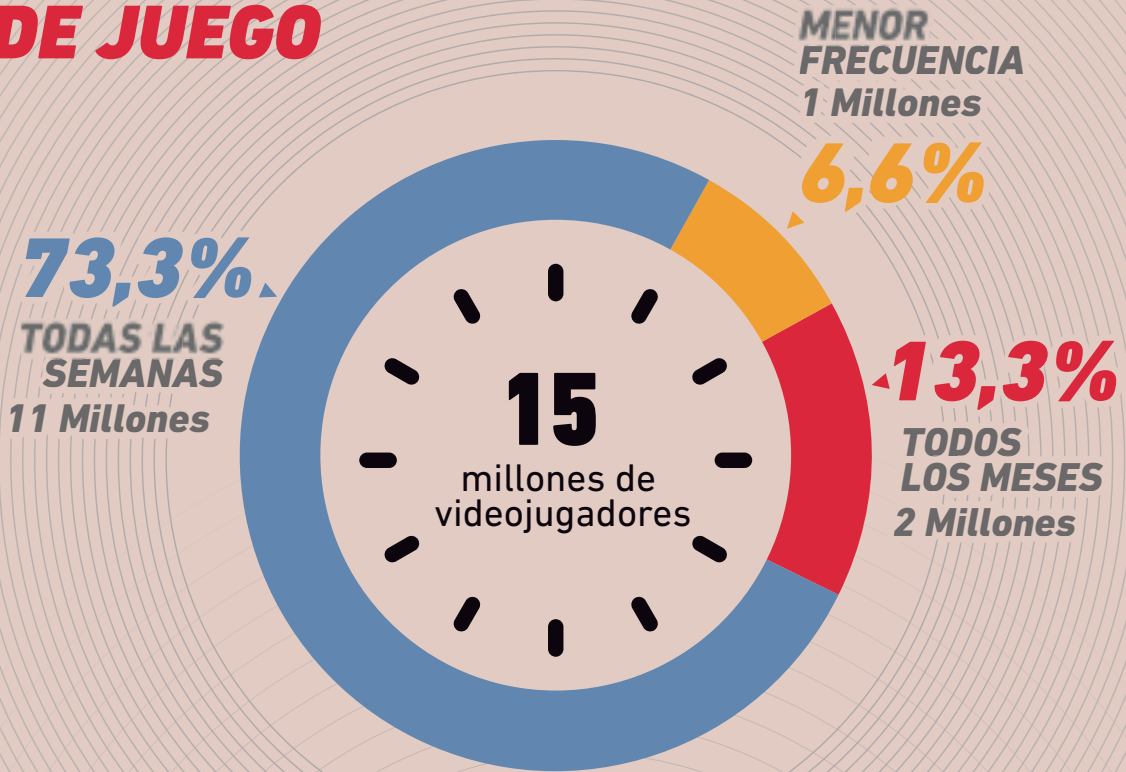


45-64 AÑOS

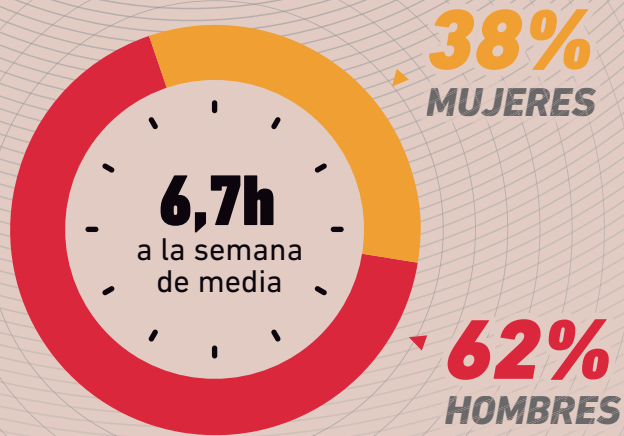




FRECUENCIA DE JUEGO



TIEMPO DE JUEGO



75%
HOMBRES



CONSOLAS

51%
HOMBRES



SMARTPHONE
+ TABLET

66%
HOMBRES



PC

EL VIDEOJUEGO EN EUROPA Y EL MUNDO

EL 2019 EN LA INDUSTRIA EUROPEA DEL VIDEOJUEGO

El año 2019 marcó un año de consolidación para la industria de los videojuegos en Europa. Se podría considerar que esta consolidación es sorprendente tratándose del año anterior al lanzamiento de dos nuevas consolas, pero eso sería subestimar la increíble fuerza de los videojuegos, una industria que no se cansa de innovar y mejorar. Mientras tanto, el sector de los esports sigue creciendo de forma constante hasta convertirse en un segmento de mercado propio, reuniendo a entusiastas aficionados a los juegos de todo el mundo para disfrutar de emocionantes competiciones de juegos como espectáculos en directo. Aun así, si los expertos de la industria están en lo cierto, el sector de los esports está todavía en su infancia y tiene mucho más potencial para entretener.

A pesar de que es un sector desafiante en el que aventurarse, la diversidad del contexto y la accesibilidad del mercado ofrecen amplias oportunidades para que los desarrolladores creativos encuentren su espacio entre los nombres conocidos, los éxitos inesperados y la competencia directa, que pueden provenir de todos los rincones del mundo. La ventaja es que la tecnología y la infraestructura actuales permiten acceder al mercado mundial como nunca antes. Ya han pasado 10 años desde el lanzamiento de la primera tienda de aplicaciones, pero casi hemos olvidado cómo era cuando los bienes físicos (y todo el capital, la infraestructura y el tiempo necesarios) eran la única opción para llegar a los consumidores. Habiendo adoptado las ventas digitales, no debemos dar por sentado que los socios minoristas, la venta al por menor de videojuegos, sigue siendo una parte increíblemente importante del ecosistema completo y debería seguir siendo parte de la oferta general al consumidor en el futuro.



Por supuesto, el consumidor (o jugador) es el corazón de todo lo que hacemos, y comprender al consumidor y crear una relación con la comunidad se ha convertido en un aspecto increíblemente importante de la publicación de videojuegos. En los últimos años, el perfil del jugador se ha expandido hasta convertirse en una colección polifacética de personas: adultos y niños, hombres y mujeres, que juegan en el dispositivo preferido (pero no de forma exclusiva, ya que existe una tendencia creciente hacia los juegos multiplataforma y multidispositivo). Las funciones sociales integradas en las consolas y en torno a la experiencia de juego ayudan a desarrollar estas comunidades. Aseguran que el juego pueda seguir evolucionando en la dirección correcta. Las actualizaciones y los parches ya no tienen como único objetivo depurar un juego, sino que son las mejoras anticipadas que vinculan a los jugadores con el juego durante un período de tiempo más prolongado.

Este nivel de aceptación cultural seguirá evolucionando y dando forma a la industria, pero también conlleva desafíos específicos. Mantener estándares y gestionar las interacciones en la comunidad son tareas intensas pero esenciales para asegurar que la gente siga teniendo una experiencia agradable.

Simon Little

Managing Director de ISFE

(Interactive Software Federation of Europe)



LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EUROPA

Según las estimaciones de Newzoo, en **Europa** se facturaron más de 25.700 millones de dólares (22.580 millones de euros). A su vez, el mercado europeo superó los 215 millones de videojugadores, en una población de más de 364 millones de personas con acceso a internet.

A nivel comunitario, Alemania, Reino Unido, Francia, España e Italia son los países que, en ese orden, generaron un mayor consumo de videojuegos en 2019, volviéndose a situar entre los diez países con mayor facturación del mundo. Sólo en Europa, se registró un 16,9% de la facturación total global.

Por su parte, los países de Europa del Este en 2019, con un 2,8% de la facturación total mundial, tuvieron una facturación de 4.200 millones de dólares (3.700 millones de euros) en 2019, liderados por Rusia y Polonia.

MERCADO GLOBAL DEL VIDEOJUEGO EN 2019

El mercado internacional del videojuego creció un 9,6 % en el año 2019 con respecto al año anterior, alcanzando una facturación total de 152.100 millones de dólares (**133.670 millones de euros**), según las estimaciones de Newzoo.

La región de Asia y el Pacífico siguió liderando de forma indiscutible la industria del videojuego, con el 47% de la facturación total, seguida de Norteamérica (26%) y Europa, Oriente Medio y África (23%). A nivel específico, el mercado de videojuegos continuó encabezado por Estados Unidos (32.400 millones de euros), China (32.000 millones de euros) y Japón (16.700 millones de euros).

EL MERCADO A NIVEL GLOBAL

De acuerdo con los datos del último informe global del mercado de los videojuegos presentado por Newzoo, el mercado mundial de videojuegos habría aumentado en un reseñable 9,6%, pasando de una facturación de 134.900 millones de dólares (119.606 millones de euros) en 2018 a 152.100 millones de dólares (133.670 millones de euros) en 2019. Este crecimiento estuvo impulsado, sobre todo, por un espectacular incremento del 11,7% en Norteamérica, y del 11,5% en Europa, Oriente Medio y África y del 11,1 en América Latina.

ASIA-PACÍFICO Y NORTEAMÉRICA

La región de **Asia y Pacífico** siguió liderando la industria mundial del videojuego de forma absolutamente indiscutible en 2019 con una facturación total de 72.200 millones de dólares (63.430 millones de euros). El volumen de negocio en la región, que prácticamente supera los ingresos combinados de Norteamérica y Europa, liderado por las espectaculares cifras de China y Japón, copó un 47,4% de la facturación mundial.

Por su parte, **Norteamérica** se volvió a situar como la segunda gran potencia mundial en el sector de los videojuegos con una facturación de 39.600 millones de dólares (34.710 millones de euros) en 2019, copando el 26,1% de la facturación mundial total con unos datos de producción récord aupados, fundamentalmente, por Estados Unidos.

NUEVOS MERCADOS INTERNACIONALES DESTACADOS

En cuanto al resto de áreas geográficas, la región de Latinoamérica en 2019 registró una facturación de 5.600 millones de dólares (4.930 millones de euros), impulsada principalmente por México y Brasil con una producción en ambos superior a los 1.000 millones de euros.

Además, la región de África y Oriente Medio también registró un buen dato en 2019 tras lograr una facturación de más de 4.800 millones de dólares (4.220 millones de euros) en el pasado año, encabezada por países como Turquía y Arabia Saudí, con una facturación anual de ambos en torno a los 700 millones de euros.

CHINA Y ESTADOS UNIDOS

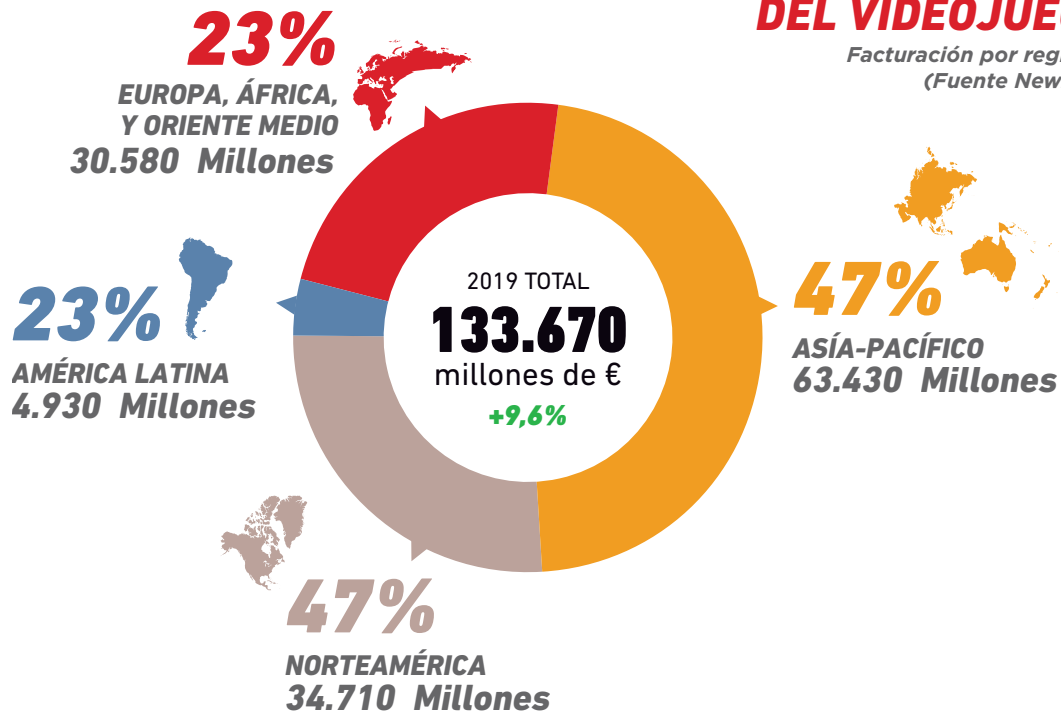
A nivel específico de países, Estados Unidos y China siguieron liderando los datos de facturación mundial en 2019, seguidos de lejos por Japón, Corea del Sur y Alemania. En 2018, China obtuvo unos ingresos de 30.500 millones de euros, arrebatando el liderazgo mundial a Estados Unidos, que alcanzó los 27.928 millones de euros.

Sin embargo, por primera vez desde hace 4 años, Estados Unidos superó a China en su dato de facturación. En 2019 Estados Unidos recupera el liderazgo y se alza como el país con mayor volumen de negocio récord de 36.900 millones de dólares (32.420 millones de euros) frente a China, cuya facturación fue de (32.070 millones de euros).

LA REGIÓN DE ASIA Y EL PACÍFICO SIGUIÓ LIDERANDO DE FORMA INDISCUTIBLE LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO, CON EL 47% DE LA FACTURACIÓN TOTAL, SEGUIDA DE NORTEAMÉRICA (26%) Y EUROPA, ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA (23%)

EL MERCADO GLOBAL DEL VIDEOJUEGO

Facturación por regiones
(Fuente Newzoo).

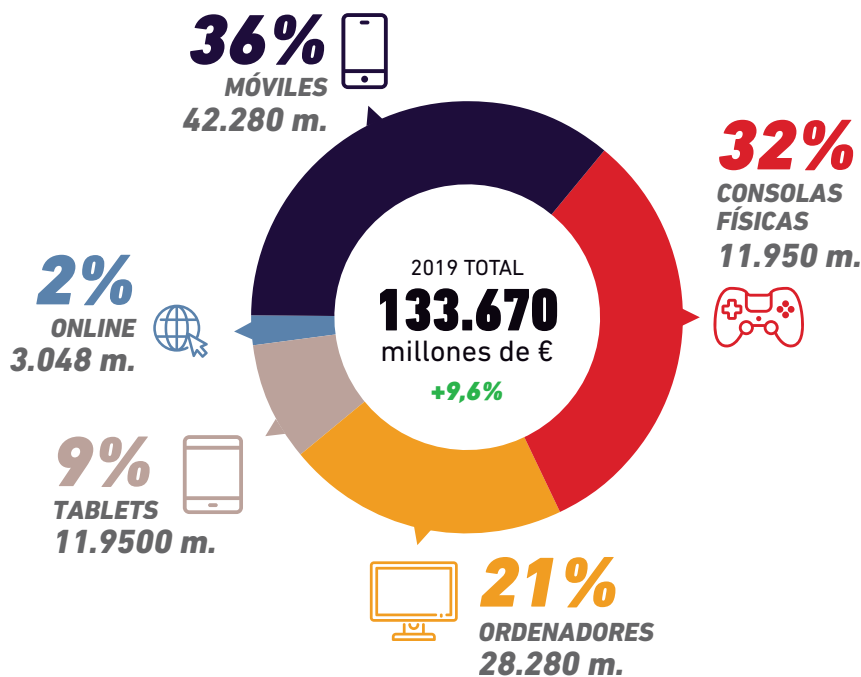


CRECIMIENTO MUNDIAL POR SEGMENTOS

Facturación por segmentos (Fuente Newzoo).

De la facturación total de **133.670 millones de euros** de 2019 en todo el mundo, el 45% provino de los videojuegos en móviles o tabletas alcanzando el dato de 60.184 millones de euros.

Por su parte, las videoconsolas físicas y videojuegos supusieron un notable 32% de los ingresos globales alcanzando los 42.085 millones de euros, seguido de cerca por los juegos de ordenador y online que coparon un 23% de la facturación global con más de 31.365 millones de euros de facturación.



RANKING DE PAÍSES

FUENTE: NEWZOO





LAS GRANDES CITAS DEL SECTOR EN 2020

Game Developer Conference

San Francisco (EE.UU)
APLAZADO



E3 2019
LOS ÁNGELES (EE.UU)
APLAZADO

TOKYO
GAME
SHOW

TOKYO GAME SHOW

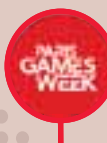
TOKIO (JAPÓN)
24-27 DE SEPTIEMBRE DE 2020

PARIS GAMES WEEK

PARÍS (FRANCIA)
30 DE OCTUBRE-3
DE NOVIEMBRE DE 2019

**FUN & SERIOUS
GAME FESTIVAL**

BILBAO (ESPAÑA)
6-9 DE DICIEMBRE DE 2019



GAMESCOM

COLONIA (ALEMANIA)
25-29 DE AGOSTO DE 2020



MADRID GAMES WEEK

MADRID (ESPAÑA)
OCTUBRE DE 2019



MILAN GAMES WEEK

MILÁN (ITALIA)
2-4 DE OCTUBRE
DE 2020



DESARROLLO NACIONAL

DOS AÑOS DE ACTIVIDAD DEL ÁREA DE DESARROLLO DE AEVI



**NO DEBEMOS
BAJAR LOS BRAZOS
Y TENEMOS QUE
SEGUIR TRABAJANDO,
PARA REALIZAR TRABAJOS
DE CALIDAD**

2020 se presenta con una gran cantidad de retos emocionantes para seguir la línea que marcamos en la asociación en el 2018. En mi segundo año liderando el área de desarrollo de AEVI que me ha permitido seguir conociendo a un gran número de desarrolladores nacionales he podido descubrir nuevo talento y éxitos de la industria nacional. Es cierto que seguimos detectando muchos problemas en la industria, financiación, visibilidad, acceso a publishers... pero en estas líneas me gustaría remarcar las buenas noticias que hemos tenido. No han sido pocas, ha sido un buen año para el desarrollo. Grandes éxitos internacionales que nos han puesto en el mapa global.

Títulos como Gris, que ha cosechado premios como el Bafta, Blasphemous, Reventure, Gylt, Mosterprom, They are billions, Kill Squad, TemTem, The Red String Club, son sólo algunos grandes ejemplos del éxito compartido para una industria que ha pasado por malos momentos. Pero que podemos asegurar sin lugar a dudas, estamos en el mejor año de toda nuestra historia. Éxito compartido, y repartido.

Esto es buena noticia, porque asegura a medio plazo, la supervivencia de un gran número de estudios. Que ampliarán plantilla, darán más puestos de trabajo que les permitirá crecer a nivel de conocimientos y buen hacer.

También es importante destacar la llegada de grandes compañías al país. Esto ayudará a dar salida a profesionales del sector, no sólo perfiles Senior, también talento emergente de una gran cantidad de universidades que hasta ahora veían complicado encontrar trabajo entre nuestras fronteras.

Los desarrolladores veteranos siguen transmitiendo conocimiento en los eventos nacionales como la Madrid Games Week, F&S, Guerrilla Game Festival, IndieDevDay, Indie[MAD], Gamelab o los necesarios Indie Burger Awards (entre otros grandes eventos repartidos por todo el territorio). puntos de encuentro muy necesarios para sentir que pertenecemos a una comunidad solidaria y llena de compañerismo.

No debemos bajar los brazos y tenemos que seguir trabajando, para realizar trabajos de calidad. Un total de 36 microempresas y autónomos desarrolladores en España han sido beneficiados del primer programa de impulso al sector del videojuego del Ministerio de Economía y Empresa en nuestro país, que otorga un total de 5 millones de euros. Esperamos, que el año que viene, podamos devolver esa confianza depositada en nuestra industria con buenos juegos que lideren el

No me gustaría acabar estas líneas, sin mencionar a los estudios emergentes, esos que están trabajando en su primer título. Estudios a los que con las acciones que estamos realizando desde la asociación son una de nuestras prioridades más absolutas. Estamos trabajando para conectarles con la industria, minimizar errores y ayudarles en muchas áreas. Desde nuestra red de mentores que iniciamos este año para informar y guiarlos en el desarrollo de sus títulos. El catálogo de proyectos en desarrollo que mostramos a inversores a nivel nacional, la colaboración con Devuego/Pro para centralizar toda la información referente a festivales, concursos y ayudas nacionales/europeas. También quiero remarcar el compromiso de la asociación para fomentar la visibilidad de la mujer en la industria o la creación de un código ético. Temas que nos afectan no solo como industria, sino también como sociedad.

Iniciamos el 2020 con muchísima ilusión y con mucha fuerza para seguir mejorando esta industria.

Un Abrazo fuerte y sigamos haciendo videojuegos.

Arturo Monedero

Vicepresidente de desarrollo de AEVI

LA APUESTA DEFINITIVA POR EL DESARROLLO ESPAÑOL



A LO LARGO DE ESTOS DOS ÚLTIMOS AÑOS, la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) ha realizado una intensa actividad de apoyo al desarrollo de la mano del vicepresidente de AEVI y responsable del área de Desarrollo, Arturo Monedero.

En 2019 se ha realizado una intensa actividad de apoyo al desarrollo, liderada por Arturo Monedero, principalmente en el marco del programa 'AEVI se mueve'. Se han recorrido más de 10.000 kilómetros con charlas, visitas y participación en foros de numerosas ciudades españolas como Barcelona, Bilbao, Granada, Guadalajara, Santa Cruz de Tenerife, Madrid, Málaga, Oviedo, Santander, Sevilla, Vitoria o Zaragoza, entre otras, y eventos destacados como Gamelab, Fun and Serious Festival o Barcelona Games World, así como encuentros permanentes (E3, Madrid Games Week, Asamblea General, etc.) celebrados entre estudios y grandes publishers miembros de AEVI.

Como resultado de los esfuerzos de AEVI se mueve y después de mantener reuniones con más de 300 desarrolladores, AEVI ha creado un catálogo que contiene información sobre los videojuegos nacionales en fase de desarrollo. El catálogo ha sido presentado en foros por todo el mundo, a través de los viajes del vicepresidente de desarrollo a ferias como el Tokyo Game Show o Gamescom en Colonia para promocionar los videojuegos mostrados en el catálogo.

Además, hemos implementado otras iniciativas AEVI Jobs, una plataforma que conecta a los empleadores en la industria del videojuego con el talento joven, programas de ayudas con 10.000 euros en premios o nuestra red de

AEVI HA CREADO UN CATÁLOGO QUE CONTIENE INFORMACIÓN SOBRE LOS VIDEOJUEGOS NACIONALES EN FASE DE DESARROLLO. EL CATALOGO HA SIDO PRESENTADO EN FOROS POR TODO EL MUNDO

mentores, un programa que conecta a los nuevos estudios de desarrollo con profesionales con experiencia.

Paralelamente, se ha retomado el impulso de un área específica de desarrollo en Madrid Games Week con zona de networking, incluyendo un foro con amplio programa de charlas y talleres centrados en el proceso creativo (diseño, narrativa, concept artist, música, etc.). Durante la feria nacional, AEVI aglutinó a todos los actores interesados en fomentar el desarrollo español: estudios indies, inversores y publishers, empresas de formación, etc. conformando un gran espacio orientado a generar sinergias con el objetivo de abordar oportunidades de negocio y buscar espacios de cooperación. Concretamente, durante Madrid Games Week, AEVI organizó un área específica de desarrolladores que incluía un espacio meet to match de reuniones con inversores y un foro en el que los expertos ofrecieron conferencias sobre asuntos de utilidad para los propios estudios. La asociación está trabajando ya en ampliar su dimensión para la próxima edición.



HEMOS IMPLEMENTADO OTRAS INICIATIVAS AEVI JOBS, UNA PLATAFORMA QUE CONECTA A LOS EMPLEADORES EN LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO CON EL TALENTO JOVEN, PROGRAMAS DE AYUDAS CON 10.000 EUROS EN PREMIOS

2019 ha sido también el año de la consolidación definitiva de la representatividad de AEVI en el ámbito del desarrollo nacional con la incorporación de los estudios Pixelatto, OxiAb, Artax Games, Petoons, Blackmouth Games, Drakhar Studio, Lu3go Lu3go o Troglobytes Games. Además se ha logrado aglutinar a todo el sector desde el proceso más inicial de inicio de creación del videojuego hasta su distribución y comercialización, con la incorporación de asociados del ámbito académico como la Universidad Complutense, la Universidad de la Coruña, la Universidad San Jorge el centro de formación Master Distancia o la empresa especializada en entretenimiento Kaiju Entertainment.

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



GUERRILLA DEVELOPERS DAY

En octubre de 2019, como preámbulo de Madrid Games Week, tuvo lugar el Guerilla Developers Day y los Indie Burguer Press Awards, dos eventos con un intenso programa de conferencias donde los profesionales del sector compartieron sus experiencias y know-how.

Asimismo, el Guerrilla Developers Day tuvo como plato fuerte la presencia de una delegación de IndieCade, el festival de videojuegos independientes más importante del mundo. Considerado el 'Sundance' de la industria de los videojuegos, IndieCade viene apoyando el desarrollo de juegos independientes a nivel mundial a través de una serie de eventos internacionales que ponen en valor las aportaciones de ámbito artístico y cultural significativas de los desarrolladores de juegos independientes. De los eventos, dos tienen lugar en Los Ángeles a lo largo del E3. El tercero, IndieCade Europa, tiene lugar en París y ahora, esta nueva muestra en Madrid.

EL GUERRILLA DEVELOPERS DAY TUVO COMO PLATO FUERTE LA PRESENCIA DE UNA DELEGACIÓN DE INDIECADE, EL FESTIVAL DE VIDEOJUEGOS INDEPENDIENTES MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO



ESPORTS EN ESPANA



ESPORTS EN ESPAÑA, PROGRESAN ADECUADAMENTE

Los esports en España han continuado su línea de progresión en 2019. La apuesta de las casas editoras de videojuegos (publishers) por integrar España en sus circuitos oficiales, la creciente profesionalización de los equipos nacionales (algunos con impacto internacional, como MAD Lions, Movistar Riders, Vodafone Giants o X6tence, entre otros) y el gran crecimiento de eventos y ligas (con la Superliga Orange de League of Legends, organizada por LVP, consolidada como la mayor liga nacional de Europa) han llevado a considerar a España un país de referencia en el sector.

El consumo de contenido de videojuegos a través de plataformas online ha sufrido diversos cambios en 2019. Ha sido el año de las “streaming wars”, con plataformas como Facebook Live o la propia Mixer arrebatando *influencers* a Twitch, tendencia que parece continuar durante 2020. A pesar de ello, no se ha conseguido desbancar a Twitch como la principal plataforma de retransmisión en directo de videojuegos.

En este 2019, el título League of Legends (Riot Games) ha recuperado la primera posición como videojuego más visto en Twitch en detrimento de Fortnite (Epic Games) que se sitúa en el segundo lugar¹. La línea más enfocada a la visibilidad que a grandes competiciones por parte de Epic Games, a través de sus influenciadores, se ha podido apreciar también en ferias como Gamergy, donde se celebró, un año más, un multitudinario evento de Fortnite con célebres youtubers.

Por otro lado, se ha producido un gran crecimiento de League of Legends en su vertiente competitiva, siendo el líder de audiencias en el sector de los esports en España y a nivel mundial. LoL logró nuevamente cifras de record en la final del mundial celebrada en París, con más de 235.000 espectadores simultáneos en el streaming español de la LVP².

Otro videojuego que continuó con su tendencia positiva fue EA Sports FIFA, con su competición internacional FIFA eWorld Cup y su competición nacional Virtual LaLiga esports.

Este último año ha sido especialmente destacable en cuanto a atracción de grandes competiciones internacionales al territorio español. El Mundial de League of Legends, la mayor competición de esports del planeta, aterrizó por primera vez en España, en el Palacio de

Vistalegre, donde se disputaron los cuartos y semifinales con una gran presencia de equipos europeos, alguno de ellos vinculado al ecosistema español como es el caso de G2, finalista de la misma. Otras competiciones internacionales que escogieron nuestro país como escenario fueron el Rocket League World Championship, celebrado en el mismo recinto, y uno de los eventos principales de las Blast Pro Series, celebrado en el Madrid Arena.

Los mayores éxitos internacionales de equipos y jugadores españoles se produjeron en League of Legends. Vodafone Giants fue finalista de los European Masters de verano y el jugador Iván “Razork” Martín, tras su gran actuación durante todo el año, se incorporó a un equipo de la máxima competición europea, la League of Legends European Championship (LEC).

Las plataformas de contenido también han experimentado algunos cambios en España. Ubeat, la OTT de Mediapro, dio sus primeros pasos en la televisión a través de un canal propio en Movistar+.

Otro año más, se batieron records de recaudación para causas benéficas en todas aquellas acciones y eventos solidarios organizados por personalidades y empresas del sector de los esports. A destacar el evento “Grand Prix Ibainéfico” celebrado en el Fun & Serious Game Festival de Bilbao, donde se recaudaron más de 100.000€ para Save the children.

Como viene siendo tendencia habitual en el sector de los esports, y este año 2019 no ha sido una excepción, año tras año se mejoran y se baten récords en la práctica totalidad de los indicadores del sector. Tanto a nivel de audiencias como de ingresos, ha continuado el crecimiento sostenido en el que distintas consultoras y estudios de mercado se ponen de acuerdo. A lo anterior, hay que añadirle el gran consumo de contenido en lengua española y la atracción de competiciones internacionales al territorio nacional, lo que permite concluir que en 2019 los esports gozaron de un estado de salud excelente a nivel nacional.

Sergi Mesonero

Coordinador del comité de esports de AEVI

1. Véase la sección Streaming en <https://escharts.com/2019>

2. Fuente: <https://lvp.global/final-worlds-audiencias-lvp/>

ESPORTS: UN SECTOR EN CONSTANTE CRECIMIENTO

A lo largo de 2019, el Comité de esports de AEVI ha continuado con su intensa actividad y ha incorporado nuevos socios relevantes del sector de los esports. Además, se ha continuado con la labor constante de interlocución con las administraciones (local, autonómica como estatal), así como con los principales grupos parlamentarios, para compartir el posicionamiento de la industria del videojuego respecto al fenómeno de los esports.

2019: CRECIMIENTO CONTINUADO EN ESPAÑA

Tal y como estima la consultora independiente Newzoo, en 2019 en España había 2,9 millones de entusiastas de los esports, posicionándose como uno de los países más destacados en el ranking mundial (número 15). En todo el mundo, los esports han crecido un 11,7 % en audiencia, llegando a una estimación de 198 millones de entusiastas, según Newzoo. Para 2023, la consultora calcula que el número de entusiastas alcanzará los 295 millones³.

Según apunta Newzoo, en Europa Occidental se habrían acumulado más de 178,7 millones de euros de ingresos en 2019. Asimismo, la consultora estima que a nivel mundial los ingresos han aumentado hasta un 22,4 %, con una facturación superior a los 950 millones de dólares. Una tendencia que también se ha reflejado en los datos de España, con un elevado ritmo de crecimiento, donde la facturación ha crecido por encima del 100% con respecto a 2017. Para 2023, la estimación de ingresos se elevaría a los 1.556 millones de dólares en todo el mundo.

COMPETICIONES EN ESPAÑA

En la actualidad coexisten diversas competiciones de los mismos títulos bajo sus respectivas normativas, a distintos niveles territoriales: mundial, continental, nacional o local. En 2019, encontramos en España cuatro competiciones profesionales en las que los jugadores están contratados por parte de los equipos de acuerdo con la normativa laboral vigente: las Superligas Orange de la LVP en sus modalidades de League of Legends, Counter Strike:Global Offensive y Clash Royale y el R6 Nationals de Rainbow Six Siege, organizado por Ubisoft. Junto a estas competiciones profesionales nacionales conviven competiciones internacionales y competiciones amateur con una simple finalidad competitiva o pequeños premios.

La oficialidad de las competiciones es una característica que tienen aquellas que desarrolle el publisher o éste último les otorgue tal carácter. Independientemente de esta característica, el status de las competiciones depende

3. Newzoo (2020), Global esports Market Report 2020, Light Version. Disponible en: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>

EN 2019,
ENCONTRAMOS EN
ESPAÑA CUATRO
COMPETICIONES
PROFESIONALES EN LAS
QUE LOS JUGADORES
ESTÁN CONTRATADOS POR
PARTE DE LOS EQUIPOS
DE ACUERDO CON LA
NORMATIVA LABORAL
VIGENTE

del nivel competitivo de sus participantes, la calidad organizativa, las audiencias y los ingresos generados.

En España se han protagonizado, a lo largo del año, competiciones internacionales de gran renombre, como el Mundial de League of Legends, el Mundial de Rocket League o la Blast Pro Series de Counter Strike:Global Offensive, entre otros.

PROFESIONALES Y TALENTO

Tanto competiciones, equipos como jugadores se encuentran en un estado de profesionalización constante y creciente, habiendo llegado a niveles muy notables. Ejemplo de este nivel de profesionalización es la introducción de la tecnología JoinCam en la Superliga Orange de League of Legends, donde gracias al trabajo de equipos y organizador de la competición, los espectadores de la retransmisión pueden ver en directo cómo los jugadores, desde los estudios de cada uno de los equipos, disputan los partidos de la mayor competición nacional de League of Legends en Europa. Gracias a esta constante profesionalización, encontramos un sector que genera cada vez más empleo con un total aproximado de 600 trabajadores y unos 250 jugadores profesionales. La perspectiva es que el empleo en este sector tenga un crecimiento sostenido, ofreciendo oportunidades de trabajo cada vez a más profesionales.

A medida que vaya aumentando la popularidad de estas competiciones, podremos ir observando el incremento de desarrolladores, comercio y eventos que alojen esports en el territorio nacional. Promotores, broadcasters, informáticos, diseñadores, productores, abogados, comerciales, entrenadores, psicólogos y otros diferentes perfiles se van poco a poco incorporando a los equipos y organizadores de competiciones de esports. La misma tendencia encontramos en los organizadores de eventos que operan en España como Cabal, Dreamhack o LVP.

En los equipos profesionales de esports encontramos cada vez la apuesta por participar en competiciones de más



títulos, lo cual tiene un efecto directo en la generación de empleo. Así, por ejemplo, este 2019 se ha podido apreciar la apuesta por la participación en competiciones de nuevos títulos como Rainbow Six Siege o Dragon Ball FighterZ.

REGULACIÓN

Los esports están regulados por la normativa vigente en España igual que cualquier otra actividad económica legítima. De este modo, la actividad del sector se desarrolla de acuerdo con la normativa mercantil, laboral, de propiedad intelectual, de competencia, de protección de datos, comercio electrónico y consumidores y usuarios, entre otras. En ocasiones, se ha proyectado desde el legislador autonómico, la inclusión de los esports en la regulación del deporte, lo que la industria del videojuego ha rechazado de plano atendiendo a criterios legales, prácticos y propiamente deportivos. Los esports y el deporte son actividades claramente diferenciadas motivo por el cual los esports no pueden ser regulados por esta vía sin colisionar en distintos aspectos legislativos y regulatorios como el derecho de propiedad intelectual e industrial, el carácter empresarial y transnacional de los esports o los derechos legítimos de las casas editoras.

Aunque la denominación de la actividad pueda tener cierto parecido, lo cierto es que responden a realidades totalmente distintas. Los esports son una actividad que desarrolla competiciones de videojuegos de muy distintos géneros y características. Ello supone que las estructuras competitivas y las cualidades de los jugadores profesionales de los distintos videojuegos son diferentes. No hay que olvidar que los videojuegos son productos comerciales con un ciclo de vida que depende en gran medida del éxito y fidelidad del consumidor, además de a decisiones empresariales sobre los productos.

La volatilidad de los esports choca frontalmente con la estabilidad del deporte. Los videojuegos aparecen, desaparecen o se actualizan cada pocos años, y van ligados a plataformas de juego y avances tecnológicos que revolucionan el sector cada poco tiempo. Los esports,

ligados íntimamente a la industria del videojuego, requieren de un marco jurídico sin fragmentación territorial y mucho más flexible que el que aporta la legislación deportiva en España. A diferencia de lo que ha ocurrido en otros países como Francia, la legislación general en España es suficiente para el desarrollo y crecimiento del sector. El sector de los esports, representado en el comité de esports de AEVI, aboga por una autorregulación del sector para actualizar, de forma consensuada, aquellas cuestiones que la actividad de los esports pueda necesitar y continuar así la construcción de un ecosistema que es referencia a nivel europeo y quiere seguir siéndolo.

ESPAÑA COMO FUTURO REFERENTE MUNDIAL.

Los esports en España cuentan con un gran potencial para ser una referencia, no solo a nivel europeo, si no mundial. El consumo de videojuegos por habitante en España es superior a otros países comparables, situándose en el top 9 a nivel de ingresos. Como ya es sabido, la industria del videojuego es líder en las industrias culturales y es gracias, entre otras cosas, al mencionado consumo y la apuesta de los publishers y desarrolladores por España.

Si bien el sector tiene las bases y características necesarias para ser un referente mundial en materia de esports, es necesario trabajar en los siguientes aspectos para lograr convertir estas ambiciosas aspiraciones en futuras realidades:

- Mejor de la tecnología y la innovación, a través de la mejor de las infraestructuras de banda ancha
- Diálogo y colaboración entre administraciones e industria: reconocimiento del sector público por la contribución positiva de los esports.
- Apoyo gubernamental y administrativo para facilitar la organización de eventos de esports en España
- Permitir el desarrollo de la autorregulación del sector y diálogo previo con la industria de toda iniciativa legislativa que pueda plantearse en relación con el sector.

The background is a vibrant red color with a fine, white grid pattern. Scattered across the grid are numerous short, horizontal lines of various colors, including black, yellow, green, and purple, creating a dynamic and celebratory feel.

THE GOOD GAMER



UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

Las estadísticas de la industria europea de los videojuegos demuestran que el sector muestra factura una cifra de 20.000 millones de euros en Europa. El videojuego proporciona entretenimiento, innovación, empleo, educación, nutre el talento creativo, artístico y tecnológico de 250 millones de europeos, que se consideran a sí mismos como jugadores de videojuegos. Inspira nuevas formas de entender e interactuar con el mundo que nos rodea y amplía los límites para ofrecer tecnologías con un amplio potencial transversal. La industria europea de los videojuegos es, sin duda, una historia de éxito económico, pero con este éxito y con el 75% de los niños de 6 a 15 años de edad en los mercados clave de España, Alemania, Italia, Francia y el Reino Unido jugando a los videojuegos, viene la responsabilidad, una responsabilidad que la industria se toma muy en serio.

Los miembros de la ISFE de toda Europa han lanzado campañas de consumo para promover el juego responsable y la concienciación de los padres sobre los controles parentales en todos los videojuegos y dispositivos. La iniciativa española, The Good Gamer, lanzada por AEVI, es un excelente ejemplo de las iniciativas bien pensadas de la industria para animar a los padres a comprometerse con los videojuegos de sus hijos: discutir los límites razonables en términos de tiempo y gasto, comprobar sus configuraciones de privacidad, disfrutar de los juegos con sus hijos y, lo que es más importante, utilizar las configuraciones parentales disponibles para ellos donde

pueden establecer límites de tiempo y gasto y controlar las interacciones en línea. En 2019, el 25 % de los padres juegan juntos con sus hijos de forma regular y, lo que es más importante, el 85 % de los padres tienen acuerdos con sus hijos sobre el gasto de dinero con el juego.

Todas las principales plataformas de juego también utilizan las clasificaciones PEGI como parte de sus sistemas de herramientas de control parental. PEGI (Información Pa-

neuropea sobre Juegos) fue fundada en 2003 por la ISFE como un sistema de clasificación por edades autorregulado para los videojuegos. Este instrumento, que se aplica en más de 39 países europeos, se revisa y adapta constantemente para proteger a los menores, ayudar a los padres y fomentar la confianza con los

consumidores, asegurando que se proporcione información fiable sobre el contenido de los videojuegos de manera responsable, incluida la información sobre el etiquetado de la edad y los descriptores de contenido que alertan a los padres sobre las compras dentro del juego, el lenguaje inapropiado, la violencia, los contenidos aterrizantes, las drogas, el sexo o la discriminación, por ejemplo.

Estamos orgullosos de nuestra industria y de nuestra dedicación a la protección de los menores y a la promoción de un juego responsable. ¡Se trata de ser un buen gamer!

Ann Becker

Directora de Asuntos Públicos e Institucionales de ISFE

**ESTAMOS ORGULLOSOS DE
NUESTRA INDUSTRIA Y DE
NUESTRA DEDICACIÓN A LA
PROTECCIÓN DE LOS MENORES
Y A LA PROMOCIÓN DE UN
JUEGO RESPONSABLE**

THE GOOD GAMER: UN PROYECTO PIONERO

¿QUÉ ES THE GOOD GAMER?

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) ha celebrado en 2019 el primer aniversario de 'The Good Gamer', un proyecto global de contenidos pionero en Europa donde reivindicar los valores del videojuego y las medidas de responsabilidad impulsadas por la industria. La iniciativa, vertebrada en torno a un portal web y conectado a un perfil de Twitter, promueve el consumo responsable de los videojuegos orientado a jóvenes, padres, educadores, médicos, a toda la comunidad gamer y al conjunto de la sociedad.

Entre los temas tratados en este último 2019 por The Good Gamer, podemos encontrar los serious games, el vínculo entre las relaciones familiares y la tecnología, los videojuegos en el mundo empresarial, en el mundo del arte o su relación con la inteligencia emocional, esports unificados, la influencia de los videojuegos en la sociedad o la conexión del mundo gamer con la realidad virtual.

El proyecto nació oficialmente en diciembre de 2018 en Bilbao, en el marco del Fun & Serious Game Festival. A lo largo de estos dos últimos años, AEVI ha presentado la iniciativa ante representantes políticos de todas las administraciones, a los medios de comunicación, así como a la comunidad médica y educativa. El proyecto cuenta con el apoyo de los principales publishers, desarrolladores, distribuidores, retailers y compañías de esports en nuestro país. Asimismo, The Good Gamer ha sido presentado en numerosas ferias eventos, congresos y universidades, con el objetivo de reivindicar los valores de los videojuegos y las medidas de responsabilidad impulsadas por la industria.

Desde su inicio, el proyecto ha tenido una gran acogida por parte de la industria y administraciones públicas. Además, en 2019 lanzamos un decálogo dirigido a los menores que recoge una serie de buenas prácticas, desde exhibir un comportamiento respetuoso, hasta la elección de los videojuegos correctos en base a la edad de los usuarios.

¿POR QUÉ NACE THE GOOD GAMER?

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

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

THE
GOOD
GAMER

PROMUEVE EL CONSUMO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS ORIENTADO A JÓVENES, PADRES, EDUCADORES, MÉDICOS, A TODA LA COMUNIDAD GAMER Y AL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD

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

Está probado que los videojuegos:

- Mejoran la memoria y las habilidades cognitivas de los menores: desarrollan su inventiva, creatividad y la capacidad intelectual y de análisis;
- Enriquecen la capacidad de lógica, de deducción y el razonamiento y aumenta su orientación espacial. Se observan mejores resultados en matemáticas de los adolescentes que los utilizan;
- Son útiles de cara a acelerar y mejorar el proceso de adquisición de contenidos;
- Potencian la agilidad mental, la toma de decisiones y la capacidad para resolver conflictos. Además, permiten comparar diferentes estrategias y consecuencias de las decisiones tomadas;
- Ayudan a incrementar los reflejos, la coordinación y la confianza.
- Se utiliza para la memoria, los reflejos, toma de decisiones o para combatir el Alzheimer, el déficit de atención, etc.
- También puede ser una forma de socializar entre amigos y los miembros de la familia.

¿A QUÉ PÚBLICO SE DIRIGE?

The Good Gamer va dirigido a todas aquellas personas que tengan interés en el videojuego o sientan cierta inquietud por sus prácticas de consumo. Es decir, a los más de 16 millones de videojugadores que hay en España, pero también a los

padres y a la comunidad educativa. Con The Good Gamer queremos prevenir cualquier tipo de situación de riesgo e informar sobre las múltiples perspectivas del videojuego.

- **Jugadores:** el consumo responsable puede reforzar cualidades como la extroversión o el liderazgo. Incluso, puede ayudarnos a fomentar el uso de otros idiomas.
- **Padres:** los padres no sólo deben ser tutores, sino también actores en este proceso. El videojuego es una afición más que se pueda compartir en el espacio doméstico.
- **Profesores:** la transmisión de conocimiento está tomando cada año formas y métodos diferentes. Los videojuegos se han convertido en algo lúdico y dinámico que pueden activar la motivación y efectividad del aprendizaje.
- **Médicos:** ya está probado que los videojuegos y sus nuevas tecnologías pueden actuar como herramientas terapéuticas en el ámbito sanitario.

UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

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

- La industria encabeza las iniciativas de consumo responsable en el videojuego mediante el **sistema de clasificación por edades** establecido por Información Paneuropea sobre Juegos (PEGI) y otros. Se promueve la protección del consumo y transparencia en la venta: todos los videojuegos poseen ya un distintivo de rango de edad (de 3 a 18 años) y descriptores del nivel de violencia, lenguaje inapropiado, compras internas, etc.
- Todas las videoconsolas y plataformas principales cuentan con **herramientas de control parental** con límites de tiempo así como limitaciones de compra de aplicaciones. Hay medidas de control parental en los dispositivos (consolas, móviles y tabletas, ordenadores) y en los propios juegos. Entre otras cosas, el control parental permite restringir el acceso a funciones, incluida la comunicación con otros jugadores, el contenido visible o las compras realizadas, limitar la duración del juego o, incluso, apagar la consola a distancia.
- Las tiendas digitales, con la colaboración del sector, han incluido nuevas medidas para dificultar que los menores puedan realizar compras y ofrecen más información sobre las mismas, e incluso algunas compañías de telecomunicaciones (sobre todo internacionalmente) implementan **medidas de control y limitación** de acceso a internet.



UN PASO MÁS

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

- **Podcast:** entrevistas o tertulias de aproximadamente media hora, donde se comparte con jugadores, familiares, médicos, profesores y diferentes expertos sus experiencias y conocimientos sobre los videojuegos
- **Noticias:** contenidos noticiables y recomendaciones que se publican en el portal web y en redes, destinados a todas aquellas personas interesadas en videojuegos, en particular a aquellos padres que puedan estar preocupados por un consumo excesivo de pantallas por parte de sus hijos. Los usuarios se pueden encontrar con consejos de uso y un contenido didáctico ameno que contribuye a detectar y prevenir posibles situaciones de riesgo, así como a analizar las múltiples posibilidades del videojuego más allá de sus fines de entretenimiento.
- **Decálogo:** en el marco de la iniciativa, se han elaborado decálogos de buenas prácticas para un uso responsable de los videojuegos con una serie de medidas básicas a tener en cuenta por padres y educadores con el objeto de ayudar a utilizar los videojuegos de la forma más adecuada. Entre las recomendaciones se recoge información sobre varias medidas esenciales concretas para establecer un entorno seguro entre los videojugadores menores.
- **Videos:** se han creado videos y contenidos multimedia dinámicos para fomentar su difusión principalmente en las campañas más importantes de consumo como navidad o vacaciones escolares de verano.

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

BUENAS PRÁCTICAS PARA UN USO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS

La Asociación España de Videojuegos (AEVI) ha presentado un decálogo de buenas prácticas dirigido a los menores para ayudarles a utilizar los videojuegos de la forma más adecuada y en un entorno seguro.

La iniciativa ha sido elaborada en el marco de la iniciativa de The Good Gamer, un proyecto impulsado por la industria para poner en valor el videojuego y promover la responsabilidad social. El proyecto está vertebrado en torno a un portal web, donde entre otros contenidos se puede encontrar un podcast. Tras dos años en marcha, The Good Gamer ha obtenido en redes un alcance superior a los dos millones de usuarios, con el fin último de fomentar los valores y beneficios de los videojuegos.

La industria lleva años impulsando acciones como controles parentales o la introducción del código PEGI para asegurar un entorno de diversión seguro. El sistema de control parental es una herramienta disponible en todos los dispositivos, que sirve para que padres e hijos fijen las condiciones necesarias para disfrutar de los videojuegos sin riesgos ya que les permite establecer límites temporales. También hay límites a los contenidos para que estos adapten a la edad de los menores, a través del sistema PEGI (Pan European Game Information). PEGI es justamente un mecanismo de autorregulación diseñado por la industria para dotar a sus productos de información orientativa sobre la edad adecuada para su uso, integrado por dos tipos de iconos descriptores, uno relativo a la edad recomendada y otro al contenido específico.

**HAY LÍMITES A LOS
CONTENIDOS PARA QUE ESTOS
ADAPTEN A LA EDAD DE LOS
MENORES, A TRAVÉS DEL
SISTEMA PEGI**

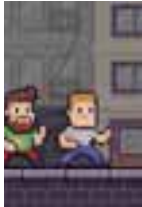


BUENAS PRÁCTICAS PARA UN USO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS



DIVIÉRTETE Y APRENDE

Jugar es la mejor forma de aprender y con videojuegos es, además, más divertido. Historia, matemáticas, biología, idiomas, física o programación son algunas de las materias “escondidas” en muchos videojuegos.



RESPETA AL RESTO DE JUGADORES

Trata a tus compañeros y compañeras como te gustaría que te trataran a ti, manteniendo respeto y educación. Detrás de los avatares hay personas de carne y hueso.



ALÉGRATE DE LAS VICTORIAS DE TU CONTRINCANTE

Cuando jugamos, unas veces se gana y otras veces se pierde. En los videojuegos, alégrate de las victorias de tus contrincantes y aprovecha la oportunidad para aprender de ellos.



ELIGE LOS MEJORES VIDEOJUEGOS PARA TU EDAD

Al igual que en los libros o en las películas, hay videojuegos adecuados para cada edad. Un símbolo, denominado PEGI, indica la edad recomendada para jugar a cada uno.



COMPARTE TU AFICIÓN

Juega con tu familia además de con amigos. Comparte con ellos tus habilidades, tus progresos y enséñales todo sobre tus videojuegos favoritos.



PRIMERO LAS TAREAS ESCOLARES Y LAS DE CASA

Las tareas escolares van siempre primero. Cumple con tus deberes y colabora en casa antes de ponerte a jugar. Establece con tus padres cuándo y cuánto puedes jugar. Y sé responsable con lo acordado.



ELIGE BIEN A TUS AMIGOS VIRTUALES

El mundo virtual es diferente al real, pero tienen algo en común: hay que tener precaución con los desconocidos. No compartas nunca datos personales o información sobre tu ubicación.



CONSULTA CON TUS PADRES

Habla con tus padres antes de aceptar una invitación de juego por internet. Consulta con ellos antes de comprar o descargarte un videojuego, o antes de hacer cualquier pago por internet. Ellos comprobarán si es seguro y te ayudarán a escoger los más adecuados para ti. Acude a ellos para todas las dudas que tengas o cualquier situación que te parezca extraña.



COMPRA TUS VIDEOJUEGOS EN TIENDAS OFICIALES

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



NO CONFUNDAS NUNCA REALIDAD Y FICCIÓN

Recuerda que el videojuego es solo ficción. Cuando terminas de jugar lo que te rodea es tu mundo, en el que vives y en el que está gente que de verdad te importa.

COMPRA LOS VIDEOJUEGOS EN TIENDAS OFICIALES Y DESCÁRGALOS DESDE PORTALES ONLINE AUTORIZADOS. ES LA MEJOR MANERA DE EVITAR VIRUS O ENLACES PELIGROSOS

CÓDIGO PEGI



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

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

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

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

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

**EN LA ACTUALIDAD,
TODOS LOS VIDEOJUEGOS
DE LOS SOCIOS DE AEVI
UTILIZAN EL SISTEMA PEGI,
INDEPENDIEMENTE
DEL FORMATO
O PLATAFORMA**

CLASIFICACIÓN POR EDAD

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



EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN

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

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

CLASIFICACIÓN POR CONTENIDO

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



DESCRIPTORES DE MICROTRANSACCIONES

En 2019, en su esfuerzo por garantizar un alto nivel de transparencia hacia los consumidores y los jugadores, PEGI lanza un nuevo icono descriptor de contenido mediante el que se informa a los padres sobre la posibilidad de gastar dinero en un videojuego. Las “compras internas de videojuegos” es ya uno de los descriptores usados por PEGI para juegos en el ámbito digital (IARC) pero los consumidores han pasado a ver el icono también en el packing de los videojuegos físicos a la venta en tiendas.

VENTAS SEGÚN CLASIFICACIÓN PEGI EN ESPAÑA EN 2019

Mercado físico (Fuente: GSD)



METODOLOGÍA

UNA COMBINACIÓN DE FUENTES



La dimensión del mercado español del videojuego en el año 2019 se ha calculado a través de diversas fuentes:

Mercado físico (Facturación/Unidades: Hardware, Software y Accesorios): Games Sales Data (GSD)

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

GSD y Gametrack
App Annie

Perfil de los videojugadores:

Gametrack

Esports: Newzoo

Los indicadores sobre el mercado de videojuegos en 2019 han sido principalmente proporcionados por Games Sales Data (GSD). GSD es el panel de referencia, a nivel europeo, para el mercado de videojuegos, impulsado recientemente por la Federación Europea de Software Interactivo (ISFE). GSD incorpora los datos de ventas de producto físico (compras realizadas en tiendas minoristas y tiendas online) y del mercado digital (compras de videojuegos realizadas a través de las plataformas digitales Sony Playstation Network -PSN-, Microsoft Xbox Live y Steam).

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

Mercado físico

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

- El uso de una muestra relevante con los datos de ventas de editores de software y fabricantes de consolas;
- La aplicación de diferentes modelos de extrapolación adaptados a cada tipo de producto.

Mercado digital y perfil de videojugadores

Para reflejar la evolución del mercado digital de videojuegos entre los ejercicios 2019 Y 2020, y para mostrar las características de los videojugadores españoles se han utilizado los datos de Gametrack.

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

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

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

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

Este estudio también integra y extrapola resultados de App Annie para el mercado de aplicaciones.

Esports

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

Mercado europeo y global del videojuego

Los datos y magnitudes que se recogen en relación a los datos de facturación a nivel europeo y global se han extraído de los datos de la consultora Newzoo, que en su Informe del mercado global de videojuegos (Newzoo Global Games Market Report 2019) recoge una estimación de los ingresos por regiones y regiones, así como las principales tendencias detectadas en cada área.



ASOCIADOS









A E V I
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS

Calle María de Molina, 54, 28006 Madrid
aevi.org.es

LLYC