



A'12

Anuario
de la industria
del videojuego

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

**EL VIDEOJUEGO
EN LAS AULAS**

**BALANCE
ECONÓMICO**

02

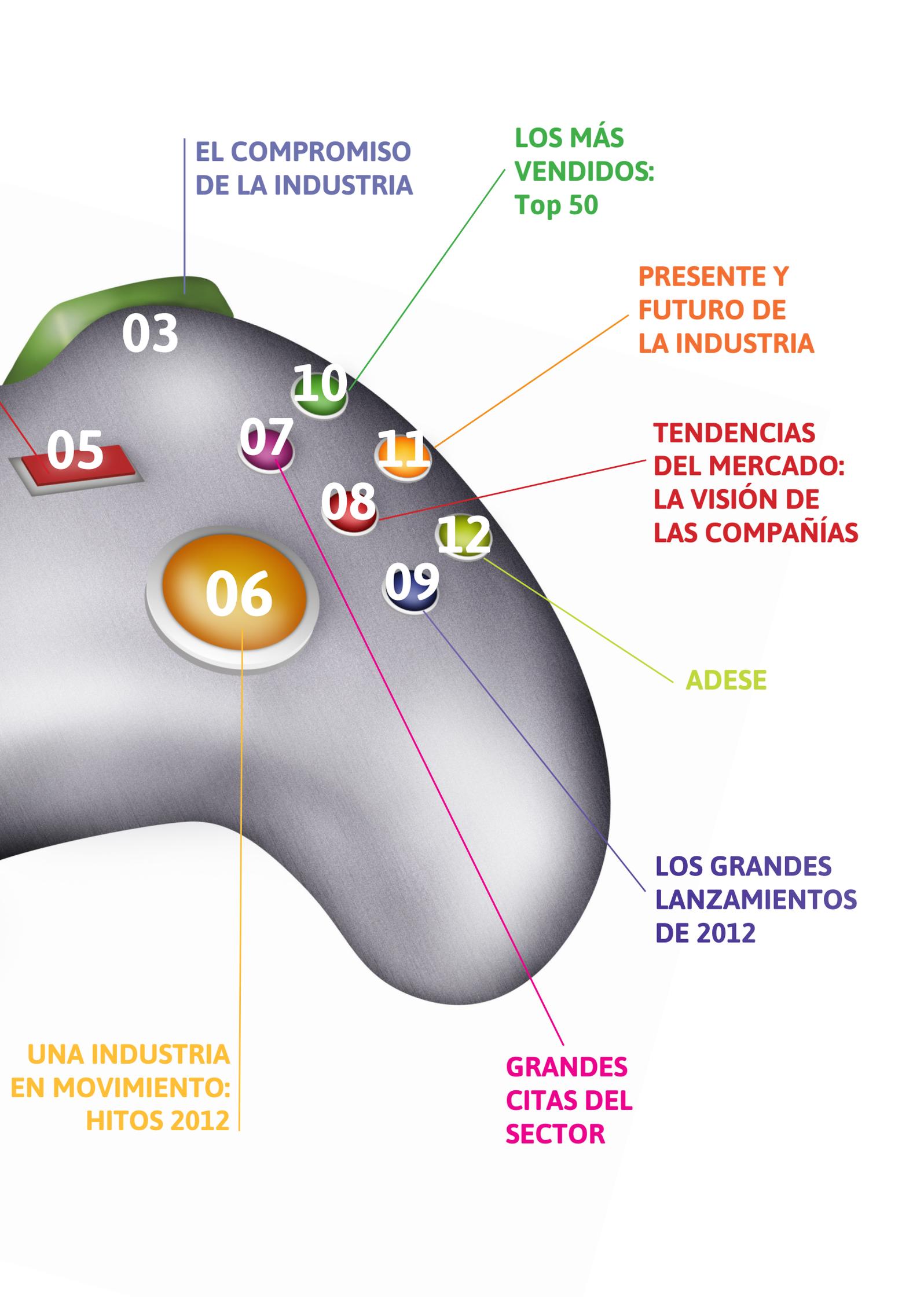
04

**PERFIL DEL
GAMER EUROPEO**

01

**CARTA DEL
PRESIDENTE
DE ADESE**





**EL COMPROMISO
DE LA INDUSTRIA**

**LOS MÁS
VENDIDOS:
Top 50**

**PRESENTE Y
FUTURO DE
LA INDUSTRIA**

**TENDENCIAS
DEL MERCADO:
LA VISIÓN DE
LAS COMPAÑÍAS**

ADESE

**LOS GRANDES
LANZAMIENTOS
DE 2012**

**GRANDES
CITAS DEL
SECTOR**

**UNA INDUSTRIA
EN MOVIMIENTO:
HITOS 2012**

03

10

05

07

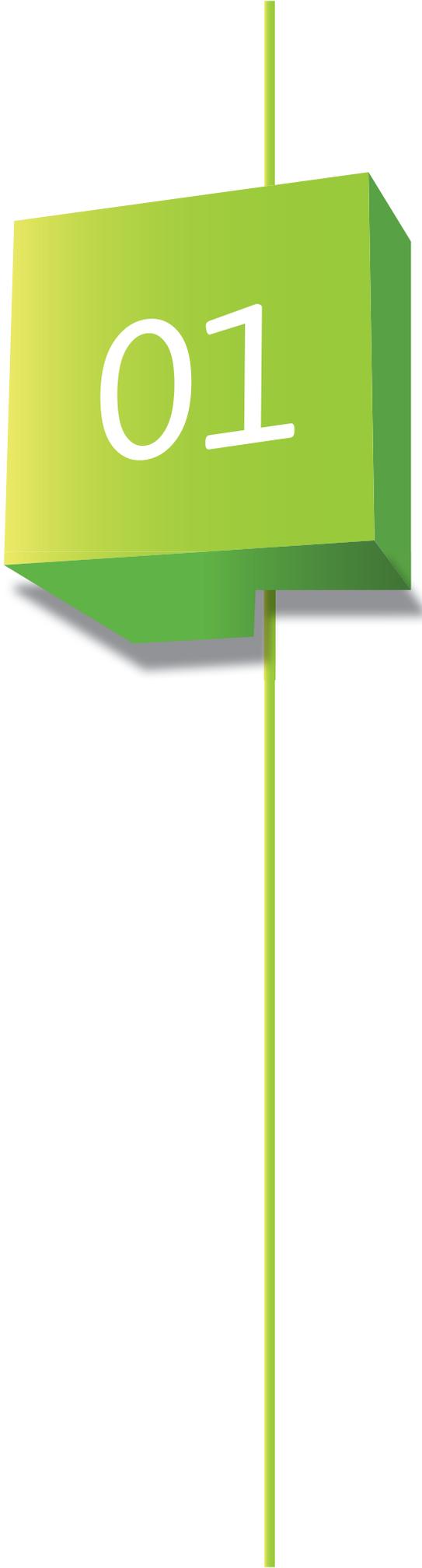
11

08

12

06

09



01

La industria cultural del videojuego

2012 puede considerarse un año de transición para la industria ya que nos encontramos en un momento valle en el ciclo de consumo en el que influyen varios factores. En primer lugar, la esperada llegada de la cuarta generación de consolas. Wii U y las próximas ediciones de PlayStation y Xbox generan importantes expectativas de consumo para 2013 y 2014. En segundo lugar, el desarrollo de nuevos modelos de negocio en el entorno online, un mercado que si bien aún no tiene un gran peso específico en la balanza de resultados, sí ocupa un papel estratégico en los planes de crecimiento de las compañías.

Ante este contexto, y a la espera de que el marco económico global comience a recuperarse, el reto ahora es la creación de una estructura reguladora sólida que permita al sector crecer en países como el nuestro.

España ha recuperado su posición como cuarta potencia europea en consumo, sin embargo continúa estando en los últimos puestos en cuanto a la tasa de producción local. Asimismo, las cifras de ventas continúan en negativo y esta tendencia, además de estar derivada de los factores anteriormente mencionados, también tiene relación con la altísima tasa de piratería española, tal y como pone de manifiesto el último Observatorio de Piratería realizado por la Coalición de Creadores de Contenidos.



ALBERTO GONZÁLEZ LORCA
Presidente de **aDeSe**
*Asociación de Distribuidores
y Editores de Software de
Entretenimiento*

A handwritten signature in black ink that reads "Alberto". The signature is written in a cursive, slightly stylized font.

Una vez reconocido el enorme potencial del sector como motor de generación de riqueza y empleo y su indiscutible liderazgo tecnológico y valor cultural, nuestro país no puede dar la espalda a uno de los sectores llamados a tomar un papel protagonista en la nueva economía de la innovación.

En España 2012 se inauguraba con la aprobación de la Ley Antipiratería en el último Consejo de Ministros de 2011, una etapa que se prometía esperanzadora. Sin embargo, la nula efectividad del reglamento desarrollado, así como la falta de capacidad operativa de la Comisión de Propiedad establecida, hacía necesaria una revisión. El pasado 22 de marzo se aprobaba el anteproyecto de reforma de la LPI, un texto que pretende generar un sistema más eficaz en cuanto a las tramitaciones y más restrictivo en su concepto y que por tanto, da esperanzas a las industrias culturales.

Como en cualquier sector, las industrias de contenidos y en particular la del videojuego por la enorme inversión que requiere cada producción, necesita de un marco regulador que garantice su sostenibilidad para poder seguir innovando e invirtiendo. Por este motivo, resulta prioritario que España provea a la industria de un marco legal favorable a la atracción de inversiones.

Desde aDeSe seguiremos esforzándonos por hacer de España un escenario favorable para la gran industria del videojuego, para pasar de ser una potencia en consumo, a un mercado estable en el que pueda desarrollarse la cadena global de la industria -desarrollo, edición y distribución-, generando riqueza y empleo de alta cualificación. ■



02

Balance económico de la industria española y principales mercados europeos

2012 ha sido un año difícil para la industria a nivel global. La continuidad de un contexto económico desfavorable y el valle de consumo derivado del ciclo natural de renovación del parque de consolas, han seguido frenando el crecimiento de la industria. Aún así el videojuego sigue siendo la mayor industria de ocio audiovisual e interactivo en términos económicos.

El consumo en España ha registrado un descenso del 16% respecto del pasado año, en línea con el resto de las principales plazas europeas. No obstante, España ha recuperado su posición como cuarta potencia europea en consumo.

En total, el valor del mercado español teniendo en cuenta hardware, software y periféricos comercializados por el canal físico ha alcanzado los 822M€ en 2012, según datos de Gfk para aDeSe.

RADIOGRAFÍA DEL MERCADO ESPAÑOL

El consumo en el sector del videojuego en España alcanzó la cifra de 822 millones de euros a lo largo del pasado ejercicio, lo que la consolida como la primera industria de ocio audiovisual e interactivo en nuestro país.

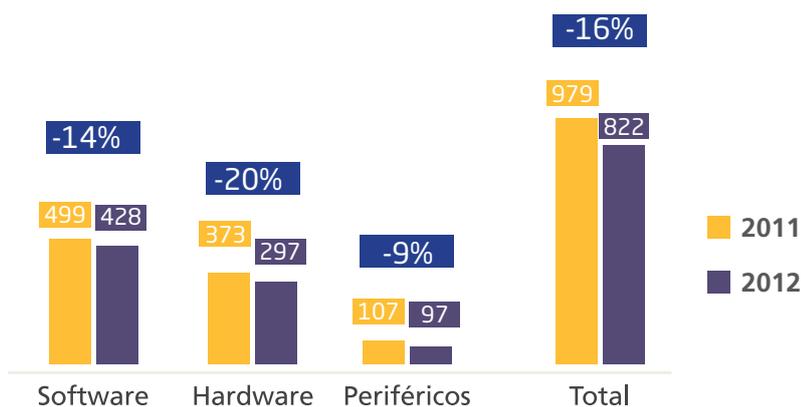
Estas ventas, que corresponden al canal físico (software + hardware + periféricos) representan un descenso del 16% respecto al año anterior, pero que siguen situando a nuestro país como uno de los cuatro principales mercados europeos en términos de consumo.

Ventas por segmento de negocio en valor absoluto

Por segmentos de negocio —hardware, software y periféricos— el consumo en todos ellos experimentó descensos en valor respecto al pasado año.

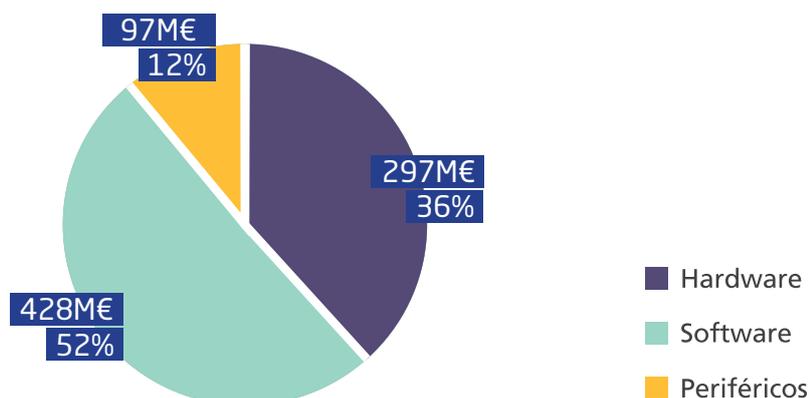
■ EVOLUCIÓN TOTAL MERCADO

VIDEOJUEGOS + CONSOLAS + PERIFÉRICOS (Millones €)



■ TOTAL MERCADO

VIDEOJUEGOS + CONSOLAS + PERIFÉRICOS (Millones €)



El consumo en el sector del videojuego en España alcanzó la cifra de 822 millones de euros



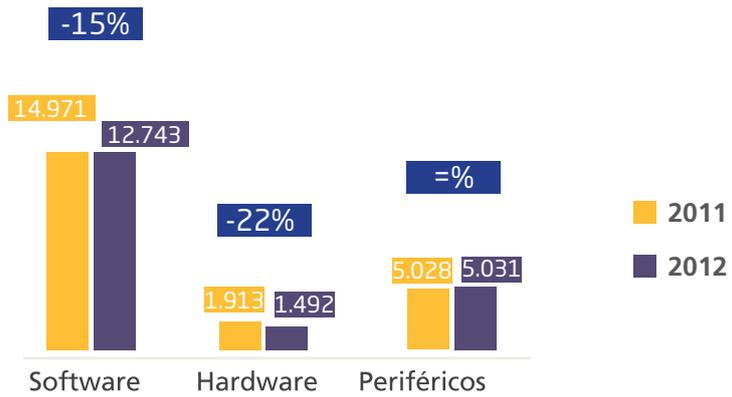
© Disney

Ventas por unidades

Teniendo en cuenta el número de unidades vendidas por el canal físico, el hardware es el segmento que experimentó un mayor descenso con 1,49 millones de unidades comercializadas (-22%). Por otra parte, el software, con 12,74 millones de unidades vendidas, presentó una decremento del 15%, mientras que las ventas de periféricos y accesorios se mantuvieron en niveles similares a 2011 con 5 millones de unidades.

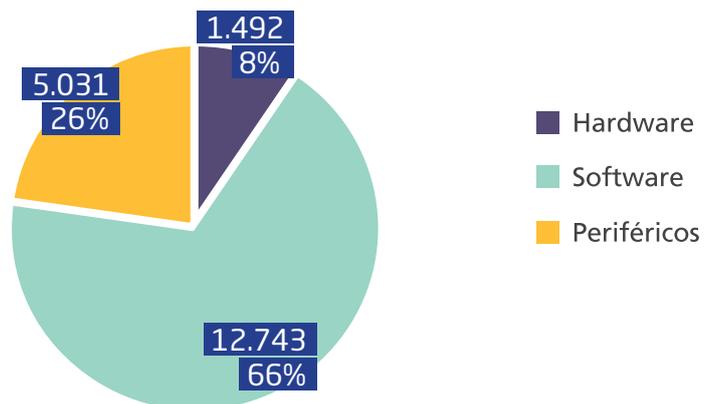
■ EVOLUCIÓN TOTAL MERCADO

VIDEOJUEGOS + CONSOLAS + PERIFÉRICOS (Miles de unidades)



■ TOTAL MERCADO

VIDEOJUEGOS + CONSOLAS + PERIFÉRICOS (Miles de unidades)



El consumo de videojuegos es cíclico y ahora se encuentra en un periodo valle derivado del ciclo natural de renovación del parque de consolas

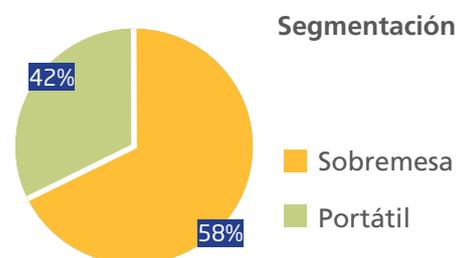
HARDWARE

En cuanto a la tipología de productos, el hardware presentó el mayor decremento, principalmente las consolas de sobremesa, que suponen el 58% del mercado y cuyo valor ha descendido un 24%.

■ EVOLUCIÓN TOTAL MERCADO

VIDEOJUEGOS + CONSOLAS + PERIFÉRICOS (Miles de unidades)

	UNIDADES En miles	11/12 Unidades	VALOR Millones € €	11/12 Valor
Portátil	715	-19%	124	-14%
Sobremesa	777	-25%	173	-24%
TOTAL	1.492	-22%	297	-20%

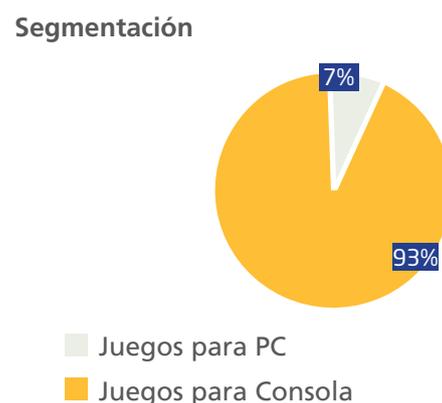


2012 ha sido un año intenso en lanzamientos de software

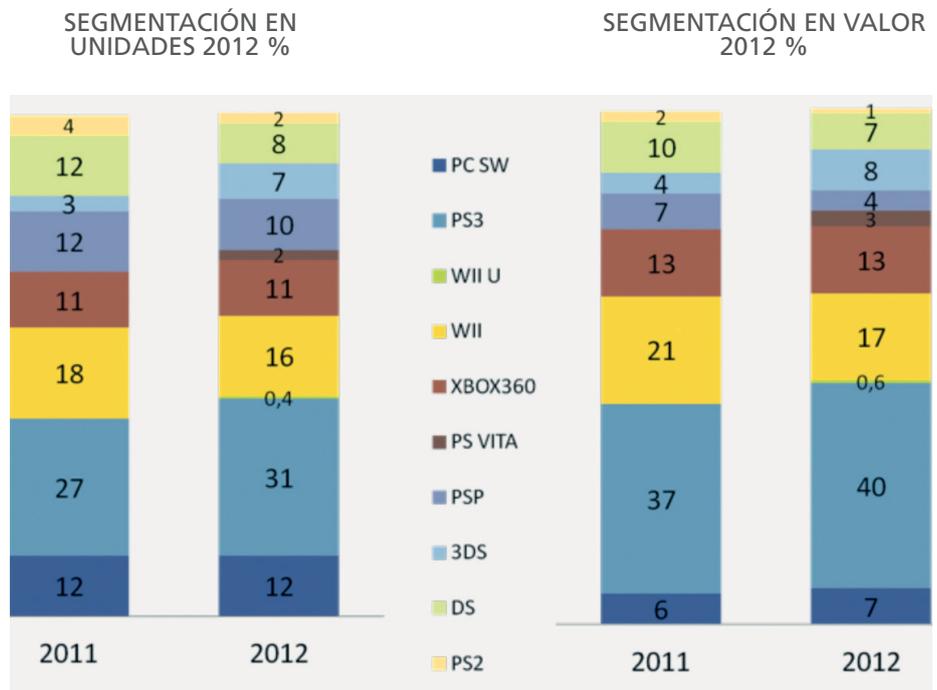
SOFTWARE

Por otra parte, el valor del mercado del software para consola, que supone el 93% del total, decreció en 2012 un 15%. PS3 (43% del mercado), Wii (18%) y Xbox360 (14%) continúan liderando el mercado, si bien 3DS fue la única que experimentó un crecimiento en ventas.

	UNIDADES En miles	11/12 Unidades	VALOR Millones € €	11/12 Valor
Juegos PC	1.495	-10%	29	2%
Juegos PC educativos	80	-28%	1	-43%
Videojuegos Consola	11.168	-15%	397	-15%
TOTAL SOFT	12.743	-15%	428	-14%



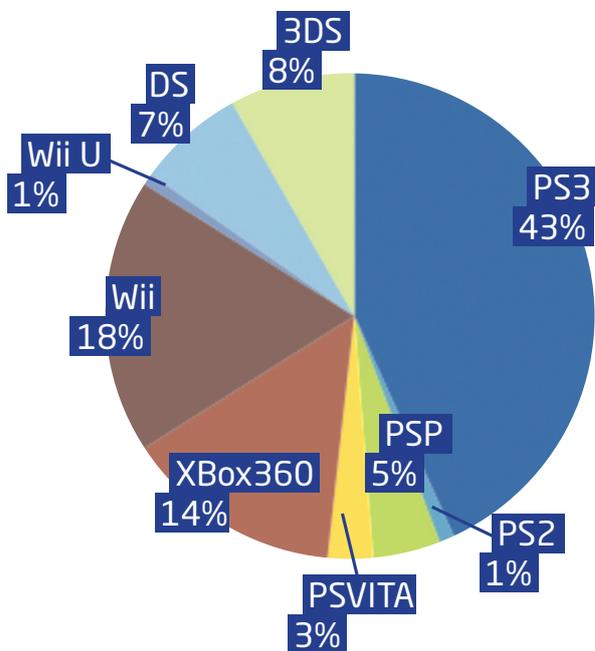
PS3, Wii y Xbox 360 siguen repartiéndose más del 50% del mercado del software tanto en valor como en unidades vendidas



Software para consola

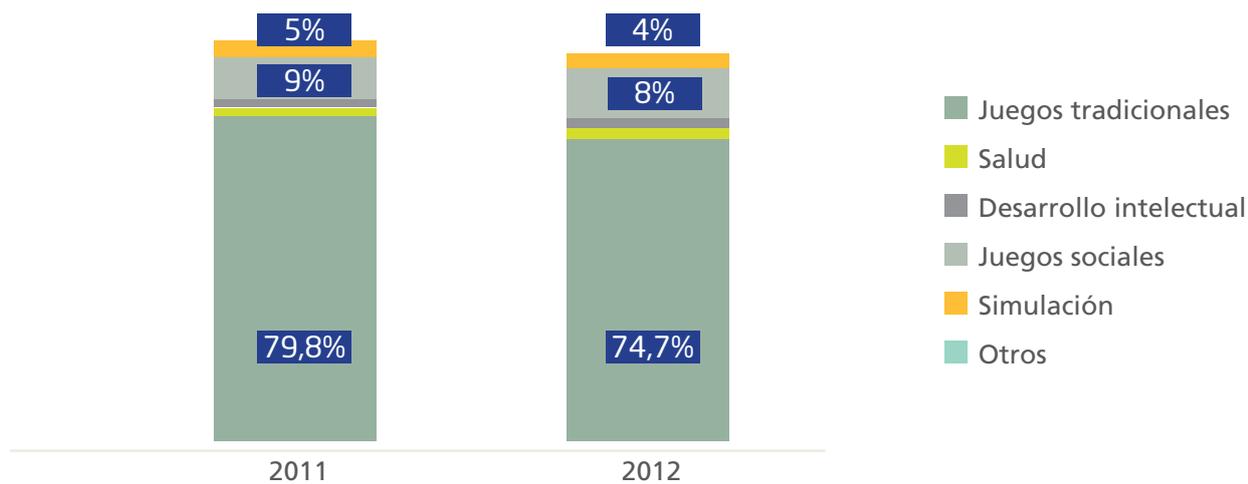
	UNIDADES En miles	11/12 Unidades	VALOR Millones € €	11/12 Valor
PS3	3.925	-4%	172	-8%
PS2	288	-55%	4	-60%
PSP	1.310	-29%	18	-46%
PSVITA	308		12	
XBox360	1.448	-11%	57	-13%
Wii	1.977	-28%	71	-32%
Wii U	52		3	
DS	989	-43%	28	-42%
3DS	871	72%	33	57%
VIDEOJUEGOS PARA CONSOLA	11.168	-15%	397	-15%

Segmentación en valor del software para consola



TIPOLOGÍA DEL SOFTWARE

En relación a la tipología del software preferido en España, los juegos tradicionales continúan siendo los líderes del mercado y suponen el 79,8% de todas las unidades vendidas.





DISTRIBUCIÓN GLOBAL DEL MERCADO

(Fuente: ISFE. Consumo online vs canal físico)

En relación a la tipología del software preferido en España, los juegos tradicionales continúan siendo los líderes del mercado y suponen el 79,8% de todas las unidades vendidas.

■ VALOR DEL MERCADO

- ▶ Los juegos empaquetados suponen el 94% del valor del mercado
- ▶ Apps sólo un 1%
- ▶ Por otra parte las ventas online suponen un 5% del mercado

■ UNIDADES

- ▶ Los juegos empaquetados 34%
- ▶ Apps suponen el 45% del total de juegos descargados
- ▶ Juegos online un 21% del mercado

■ HORAS DE JUEGO

- ▶ Los juegos empaquetados ocupan el 46% de las horas de juego
- ▶ Apps 16%
- ▶ Juegos online 38%



España recupera la posición como cuarta potencia europea en consumo

RANKING EUROPEO

Tomando las principales plazas de la UE (sólo software y consolas, excluidos periféricos), UK se mantiene un año más en la primera posición en términos de volumen de consumo, aunque sufre el descenso más notable del panorama europeo. España por su parte, se consolida como uno de los cuatro principales mercados europeos, sólo superada por UK, Alemania y Francia, arrebatando el quinto puesto a Italia.

■ VALOR ABSOLUTO (HARDWARE Y SOFTWARE, EXCLUÍDOS PERIFÉRICOS)

País	Millones €€	Incremento % 11/12
Reino Unido	2.059	-22%
Alemania	1.957	-9,2%
Francia	1.728	-14,7%
España	725	-16,9%

■ UK

	Valor 2012	Incremento % 11/12
Software para consola	1.219	-22,00 %
Software para PC	280	-18,00 %
Total Software	1.499	-21,28 %
Hardware	560	-25,00 %
Total SW+HW	2.059	-22,33 %

► Millones €



■ ALEMANIA

	Valor 2012	Incremento % 11/12
Software para consola	1.060	-8,43 %
Software para PC	364	-8,47 %
Total Software	1.424	-8,44 %
Hardware	532	-11,29 %
Total SW+HW	1.957	-9,23 %

► Millones €

■ FRANCIA

	Valor 2012	Incremento % 11/12
Software para consola	987	-13,79 %
Software para PC	109	-10,09 %
Total Games	1.097	-13,43 %
Total Hardware	631	-16,80 %
Total SW+HW	1.728	-14,69 %

► Millones €

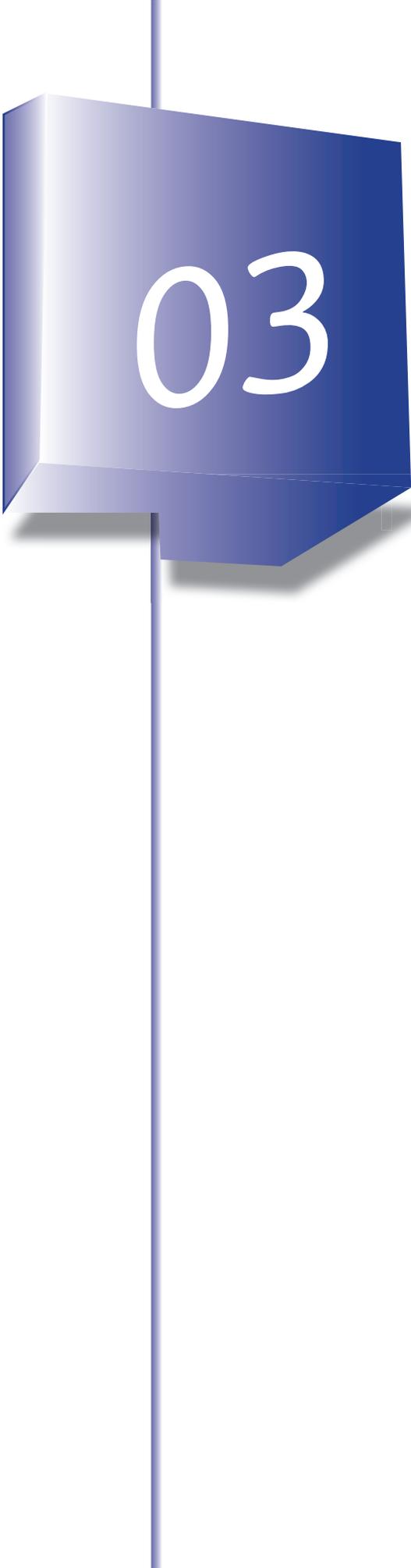


LA VISIÓN DE SIMON LITTLE, MANAGING DIRECTOR OF ISFE

La industria del videojuego ha estado siempre dirigida por la evolución tecnológica y el consumo de consolas ha seguido tendencias cíclicas. Actualmente nos encontramos claramente en el fin de uno de estos ciclos.

Estamos convencidos que la caída del consumo en estos últimos años puede ser, en gran medida, atribuida a esta situación y que el lanzamiento de Wii U, y la próxima generación de Playstation y Xbox previstas para el futuro más inmediato producirán un regreso a la senda de crecimiento en 2013.

Las estadísticas de PEGI también nos indican que en 2012 hubo menos clasificado con el icono 3, lo que probablemente esté relacionado con la migración de estos títulos a plataformas como tablets y móviles. La evolución de estas plataformas y el desarrollo de nuevos modelos de negocios es sin duda un fenómeno prometedor ya que multiplica las posibilidades de editores y consumidores. Por lo tanto, a pesar del hecho de que algunas cifras han disminuido en el último año, hay un montón de factores en la industria del videojuego de hoy en día que pueden garantizar un futuro sólido.



03

Responsabilidad corporativa

aDeSe lleva a cabo año tras año diferentes iniciativas para fomentar el consumo responsable y adecuado de videojuegos. Entre ellas, destacan las campañas divulgativas en torno al Sistema PEGI, el mecanismo de calificación y tipificación por edades más extendido en el sector del videojuego. Asimismo, promueve otras iniciativas en materia de autorregulación, como la adscripción de las compañías al sistema de control publicitario de Autocontrol.

Por otra parte, con el objetivo de contribuir en el desarrollo académico y profesional de los jóvenes en el mundo del videojuego, aDeSe firmó a finales de 2012 convenios de colaboración con algunos de los más importantes centros de formación en videojuegos y tecnología digital en España, como son U-tad o DigiPen.

El papel de aDeSe como máximo representante de la industria en España abarca muy distintos ámbitos.

SISTEMA PEGI

¿Qué es el sistema pegi?

El sistema PEGI (Pan European Game Information) es el mecanismo de autorregulación diseñado por la industria para dotar a sus productos de información orientativa sobre la edad adecuada para su consumo.

aDeSe, desempeñando su responsabilidad como el principal representante del sector del videojuego en España, impulsó en el año 2003 la adscripción de nuestro país al Sistema PEGI propuesto por ISFE, Interactive Software Federation of Europe.

Este sistema sustituyó a una serie de mecanismos nacionales de clasificación por edades, englobándolos en un único sistema que se utiliza ya en la mayor parte de Europa.



¿En qué consiste el Sistema PEGI?

El Sistema PEGI está integrado 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 visual su interpretación.
- Los sellos de edad van acompañados de términos pictográficos sobre el contenido del juego.

De esta manera, no caben errores de interpretación sobre lo que es apto para cada consumidor, ya que este podrá comprender de antemano el tipo de contenidos que encontrará y realizar una elección libre e informada.

El Sistema PEGI integra también una etiqueta PEGI Online en los juegos que ofrecen la funcionalidad de jugar en línea. De esta manera, sólo los operadores de contenidos online que cumplan los requisitos establecidos en el Código de Seguridad Online, POSC (Pegi Online Safety Code) podrán mostrar la etiqueta.

La identificación PEGI Online mostrará si el contenido del juego puede ser utilizado en línea, y también si tanto éste como la página Web relacionada están controladas por un operador que se encargará de velar porque los comportamientos de los usuarios en línea sean aptos para jóvenes y niños.



Sólo podrán mostrar la identificación PEGI Online los videojuegos que hayan sido clasificados bajo el sistema PEGI u otro sistema europeo reconocido.

Por último, el Sistema PEGI integra la etiqueta PEGI OK, en respuesta a las nuevas necesidades sociales. Una de las tendencias más reseñables de la industria del videojuego es el consumo de los “casual games”, aquellos juegos de bajo coste que se pueden descargar desde Internet para teléfonos, ordenadores y dispositivos similares.

La etiqueta PEGI OK informará a padres y tutores qué juegos son aptos para todos los públicos y si las plataformas Web que los venden ofrecen las garantías de seguridad requeridas.

El propietario de un sitio Web o de un portal de juegos puede hacer uso de la etiqueta PEGI OK tras realizar una declaración a PEGI de que el juego no contiene material que precise una clasificación formal.

Para optar a la etiqueta PEGI OK, el juego NO puede contener ninguno de los elementos siguientes:

- > Violencia
- > Actividad sexual o insinuación sexual
- > Desnudo
- > Lenguaje soez
- > Juegos de apuestas
- > Fomento o consumo de drogas
- > Fomento del alcohol o tabaco
- > Escenas de miedo

Si el juego contuviera alguno de estos elementos, deberá ser clasificado por edades según el sistema estándar de clasificación PEGI.

Las etiquetas o iconos distintivos aparecerán en la página Web y si el videojuego está disponible en CD/DVD, también aparecerá el empaquetado del producto.

¿Cómo se administra el sistema?

El sistema PEGI ha sido creado y es propiedad de la Federación de Software Interactivo de Europa (ISFE), con sede en Bruselas.

ISFE ha encomendado el desarrollo del sistema a una entidad independiente denominada PEGI S.A., una organización sin ánimo de lucro y con una finalidad social que lo gestiona a través de dos instituciones:

NICAM (Instituto Holandés de Clasificación de Medios Audiovisuales). Entre las tareas de NICAM, se encuentra la revisión de los juegos de nivel 3 y 7 con arreglo a los criterios de PEGI, formación, archivo de juegos PEGI y concesión de licencias PEGI.

VSC (Video Standards Council) El VSC revisa los juegos de mayores edades con clasificación 12, 16 y 18 con arreglo a los criterios de PEGI.

¿Cómo funciona el proceso de clasificación?

Antes del lanzamiento de cada versión de un juego, los editores cumplimentan un formulario en línea de evaluación de contenidos y de declaración.

La primera parte de este formulario se refiere a disposiciones legales de determinados países europeos.

- El editor cumplimenta a continuación la segunda parte del formulario que se refiere a la evaluación del contenido del juego, teniendo en cuenta la posible presencia de violencia, sexo y otros contenidos audiovisuales sensibles.
- En función del contenido declarado, PEGI asigna una categoría de edad provisional junto con los descriptores de contenido para indicar por qué se ha asignado dicha categoría al juego.
- El administrador de PEGI (NICAM o VSC) dependiendo de la clasificación de edad provisional otorgada) recibe un paquete de examen con toda la información y el material precisos para volver a revisar la clasificación provisional con arreglo a los criterios de PEGI.
- A continuación, se otorga al editor una licencia que le autoriza a utilizar la etiqueta de clasificación por edades junto con los correspondientes descriptores de contenidos del juego.



Control parental en los nuevos modelos de consola

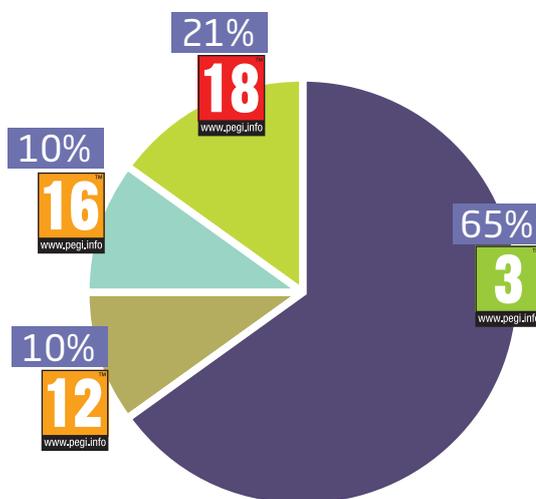
Otro de los mecanismos de autorregulación por los que apuesta la industria es por implementar en las consolas mecanismos de control parental.

Gracias a los bloqueos de control, los padres y los tutores pueden controlar el acceso a determinados juegos, limitar el tiempo de uso, restringir el acceso a Internet etc. PlayStation, Wii, o Xbox360 ya los han implementado.

EL SISTEMA PEGI EN 2012

Teniendo en cuenta el TOP 20 de los títulos más vendidos, el 65% de los títulos más exitosos del 2012 ha sido catalogado con el código PEGI 3, 10% con el PEGI 12, 10% PEGI 16 y 15% PEGI 18.

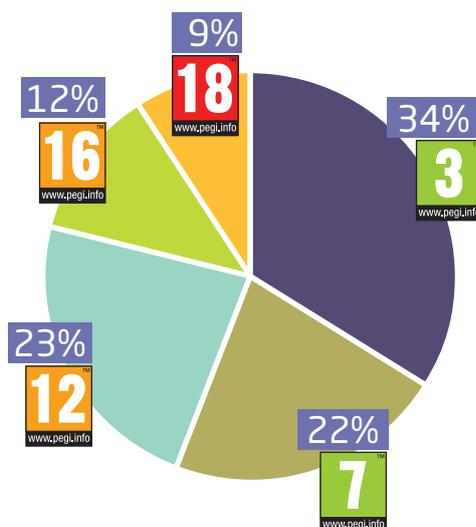
■ REPRESENTACIÓN DEL TOP 20 EN 2012



► Fuente: aDeSe

Teniendo en cuenta el total de títulos lanzados y catalogados en 2012 la clasificación sería la siguiente:

■ REPRESENTACIÓN SOBRE EL TOTAL DE TÍTULOS LANZADOS EN 2012



► Fuente: NICAM

■ SEGMENTACIÓN POR PLATAFORMAS

Platform	OK	3	7	12	16	18	Total
Mobile		3				1	4
Nintendo 3DS		107	33	26	9		175
Nintendo DS		49	13	5			67
Nintendo DSi-DSiWare		39	11	6			56
Nintendo Wii		25	20	27	10		82
Nintendo Wii U		12	12	12	5	6	47
PC	4	207	163	133	77	51	635
Playstation 2		3			1		4
Playstation 3	6	59	62	91	61	49	328
Playstation Network		1		1			2
PlayStation Vita		30	16	25	8	5	84
Plug and Play	1	8		3			12
Sony PSP - PSP GO		17	8	10	4		39
XBox 360		53	48	73	44	57	275
Total	11	613	386	412	219	169	1803

LA VISIÓN DE DIRK BOSMAN, COMMUNICATION MANAGER PEGI



¿Cuál es tu valoración sobre la implantación de PEGI en 2012? ¿Consideras que sigue en aumento el reconocimiento social del Sistema?

Sí, el reconocimiento ha estado en aumento en los últimos años. No medimos esto cada año, pero sí realizamos continuos esfuerzos para conseguir la máxima exposición pública posible sobre el Sistema PEGI y lo hacemos no sólo a través de distintas campañas de PR, sino en colaboración con los editores. Tenemos desarrollada una guía de aplicación PEGI en todas las campañas publicitarias. De esta manera, podemos beneficiarnos de la enorme exposición comercial de las compañías, llegando a millones de europeos. Siempre que un consumidor ve un anuncio en TV, internet o una revista, el Sistema PEGI está presente. Esto nos da una visibilidad que nos ayuda mucho en nuestro esfuerzo.

Según el estudio sobre hábitos de consumo realizado por ISFE en 2012, el 51% de los ciudadanos europeos de entre 16 y 64 años conoce el Sistema. No podemos compararnos con marcas comerciales como Coca Cola, Google o Mc Donald's pero estamos convencidos que el logo de PEGI es uno de los distintivos iconográficos no comerciales más conocidos de Europa.

¿Cuál es la principal deficiencia que encontráis en el Sistema PEGI?

A efectos prácticos, puede haber quien confunda el Sistema con un código de dificultad de juego, por ejemplo. Las generaciones más jóvenes tienen menos problemas en este aspecto, pero los no usuarios de videojuegos, más acostumbrados a jugar con juegos de mesa, pueden llegar a creer que PEGI 12 significa que el juego es demasiado difícil para alguien de 12 años. Desafortunadamente, no podemos mezclar ambos mensajes en un único sistema, por lo que siempre repetimos el mismo mensaje único: PEGI considera la edad mínima recomendada para el consumo de un juego, no la dificultad.

De cara al futuro, nuestro reto será adaptar PEGI a los nuevos ecosistemas de juego, como tablets, smartphones o redes sociales. Estas plataformas están desarrollando sus propios modelos de negocio y juego por lo que nuestro objetivo será desarrollar un sistema de categorización que verdaderamente se adapte a la naturaleza de estos y que al sus editores puedan suscribirse de manera sencilla y eficiente.

Por este motivo, nos encontramos actualmente desarrollando PEGI Apps, un nuevo sistema de clasificación que una vez se implante permitirá una categorización sencilla y eficiente para los juegos y aplicaciones que se desarrollan para dispositivos móviles. Además incluirá una serie de descriptores que especificarán determinadas funcionalidades de la App.



CAMPAÑA NAVIDEÑA PEGI 2012

“El Videojuego adecuado para tus hijos” es el nombre de la última iniciativa de divulgación que aDeSe puso en marcha en 2012 con motivo de la nueva campaña navideña.

Para esta campaña aDeSe, que contó con la cofinanciación de PEGI Europa, suscribió acuerdos de colaboración con algunos de los retailers más importantes a nivel nacional – GAME, GAMESTOP, CARREFOUR, EROSKI, TOYS R US, VIDEOOCA- para distribuir a través de una red de más de 700 centros 240.000 guías informativas sobre cómo realizar una elección adecuada a la hora de comprar un videojuego para niños.

Este año la campaña se centró en el target “Padres y Madres”, y continuó utilizando al Capitán Kaboom de la pasada edición como personaje protagonista e hilo conductor del contenido que se desarrolla en la Guía.

Con esta iniciativa aDeSe pretendía generar una mayor concienciación en torno a la utilidad del Sistema y contribuir a impulsar su reconocimiento social en nuestro país que actualmente es del 53% en el caso de los iconos de edad y de 35% en el caso de los descriptores de contenido, según se refleja en el informe Videogames in Europe publicado recientemente por ISFE (Interactive Software Federation of Europe).

El nivel de conocimiento sobre el Sistema PEGI en nuestro país es uno de los más altos en los países europeos en los que está implantado, pero aún hay recorrido, por eso aDeSe continúa trabajando e invirtiendo recursos en este frente. Para la industria es prioritario generar hábitos de consumo responsables que faciliten la penetración de este hábito de ocio en todos los niveles.



OTRAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD

AUTOCONTROL

La industria del videojuego se compromete con la sociedad, a través de los sistemas de autorregulación, a establecer unas garantías de confianza y credibilidad en la publicidad. En el mercado español es Autocontrol el organismo encargado de que se cumplan una serie estándares de calidad. Las empresas asociadas en aDeSe se han adscrito de manera voluntaria para que sus campañas publicitarias pasen sus filtros y los resultados anuales ponen de manifiesto el cumplimiento de estos requisitos.

■ INFORME AUTOCONTROL

	2011	2012
Nº TOTAL de casos ADVICE®	345	288
Positivos (No se aprecian inconvenientes al contenido)	322	277
Con modificaciones (Se ha recomendado introducir cambios)	12	9
Negativos (Se ha desaconsejado la difusión)	1	2



► Fuente: Autocontrol



■ Motivos por los que, antes de su emisión, se han recomendado modificaciones o desaconsejado la emisión de los proyectos de anuncios.

2011 | 2012

	2011	2012
Infracción del Principio de Legalidad Art. 4 Directrices		
Inducción a conducción temeraria y contraria a la Ley de Seguridad Vial	1	1
Inducción a comportamientos imprudentes o negligentes	0	0
Utilización ilícita de personajes famosos en anuncios dirigidos a menores	0	0
Otros	0	3
Infracción del Principio de Veracidad Art. 6 Directrices		
No identificabilidad de la naturaleza publicitaria del anuncio	0	3
Inducción a error sobre las características y prestaciones del juego	3	2
No indicación de la clasificación por edades según PEGI	6	1
Publicidad engañosa: en general	3	1
Infracción del Principio de adecuación de la publicidad al público al que se dirige el videojuego Art. 8	0	1
Infracción del Principio de buena fe y buenos usos mercantiles Art. 5 Directrices	4	1
Infracción de las restricciones de la publicidad difundida en Internet	1	0
Otros (anuncios en los que se promocionan los juguetes)	4*	0
Otros general	0	2

*Anuncios en los que el anunciante es una empresa de videojuegos y el anuncio también se promocionan juguetes. Estos 4 copy advices son con modificaciones o negativos al haberse incumplido una norma legal o deontológica en relación a juguetes y no a videojuego.

► Fuente: Autocontrol

aDeSe Y DigiPen FIRMAN UN ACUERDO DE COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

aDeSe y DigiPen Institute of Technology Europe-Bilbao, uno de los centros de formación específica en desarrollo de videojuegos más importantes a nivel internacional, firmaron un acuerdo de colaboración institucional para impulsar el sector del videojuego a todos los niveles, a través de la formación, el fomento del empleo y el impulso de la Investigación Científica y el Desarrollo Tecnológico.

El objetivo final de este convenio es establecer sinergias que favorezcan el desarrollo de la industria del videojuego en España. Así, ambas organizaciones se comprometieron entre otros, a poner en marcha programas de carácter académico que permitan conectar el talento del centro universitario con las empresas integradas en la Asociación, favoreciendo una formación de mayor calidad, y también la generación de oportunidades profesionales y de inclusión laboral para los estudiantes.

Alberto González Lorca, presidente de aDeSe, ha protagonizado la firma del convenio junto con Juan Luis Laskurain, Director General de DigiPen.



▶ Juan Luis Laskurain, Director de DigiPen junto a Alberto González durante la firma del convenio.



▶ Ignacio Pérez, Director de U-Tad y Alberto González sellan la alianza de ambas instituciones.

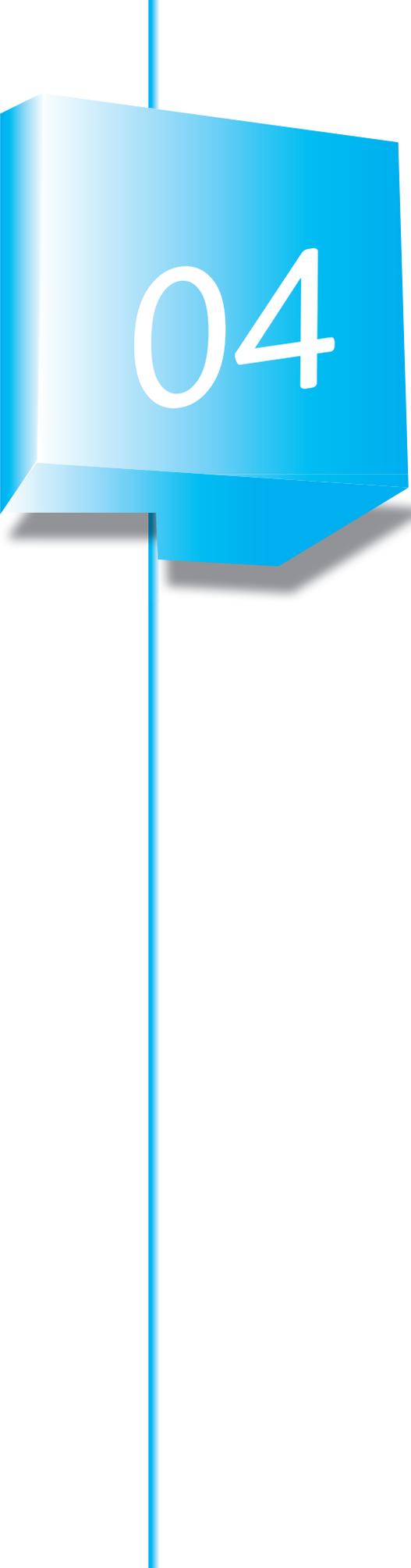
aDeSe, ENTIDAD COLABORADORA DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL U-Tad

En la misma línea, aDeSe y U-tad, el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, han firmado en 2012 un acuerdo global de colaboración institucional.

aDeSe se convierte, así, como entidad colaboradora en las titulaciones de U-tad relacionadas con el ámbito de los videojuegos. Asimismo participará en los paneles de recruitment y bolsas de prácticas de alumnos de U-tad a través de sus empresas asociadas, que actualmente representan más del 90% del consumo de videojuegos en España.

A ello se suma también el patrocinio por parte de aDeSe de varias becas correspondientes al Grado en Diseño de productos interactivos que imparte el centro.

Alberto González Lorca, presidente de aDeSe, e Ignacio Pérez Dolset, fundador de U-tad, firmaron el convenio.



04

El perfil del gamer europeo

La penetración del videojuego en los hogares europeos continúa en aumento. La aparición de nuevos géneros, plataformas y vías de consumo ha traído consigo una multiplicación del número de aficionados.

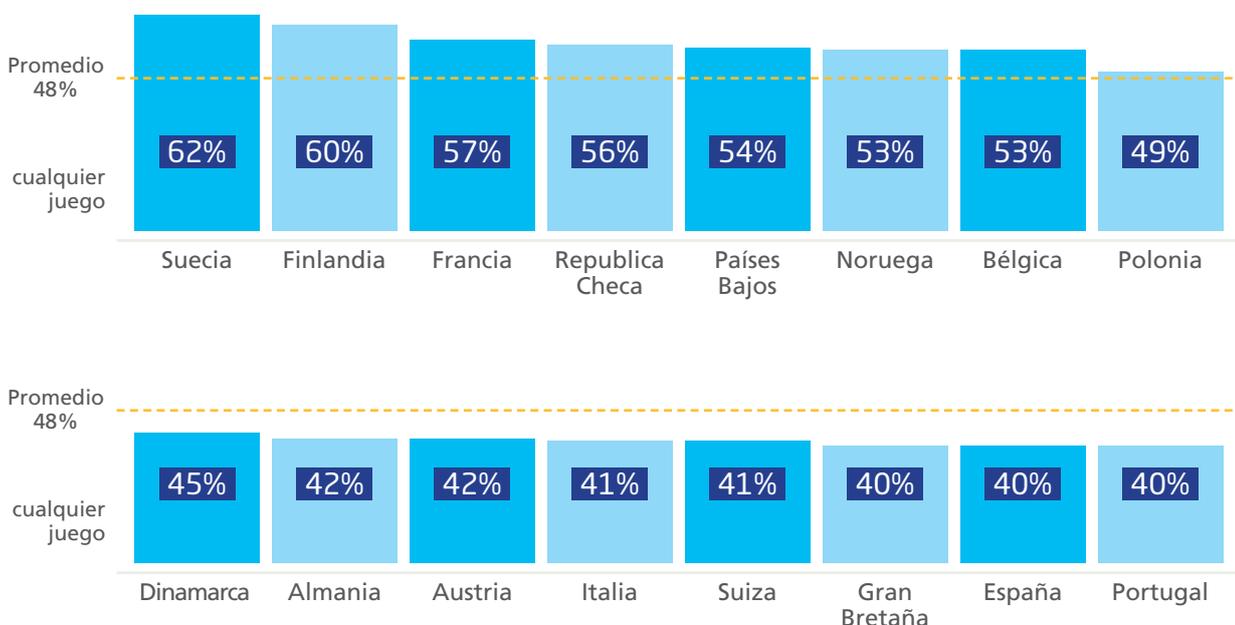
En concreto, según el estudio sobre hábitos de consumo *Videogames in Europe* realizado en 2012 por IPSOS a instancias de ISFE, la patronal europea del videojuego, en la que se integra aDeSe, hoy en día el porcentaje de gamers en Europa ya alcanza el 48%.

Esta investigación fue publicada en noviembre de 2012 y analiza las respuestas de 15.140 europeos de entre 15 y 64 años, más de 1.300 sólo en España.

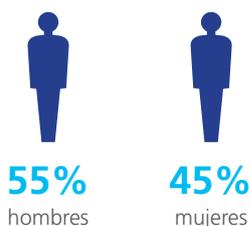
El 48% de los europeos han jugado con videojuegos en los últimos meses y el 31% se confiesa un gran aficionado

EL PERFIL DEL GAMER EUROPEO

Gametrack: The Videogames in Europe Consumer Study es el primer informe realizado a nivel europeo para analizar los hábitos de consumo online y offline de los videojugadores. Según ha determinado esta investigación, el 48% de los europeos han jugado con videojuegos en los últimos meses, siendo Suecia, Finlandia y Francia los países más jugones y España y Portugal los menos.



■ DESGLOSE DE GÉNERO



■ DESGLOSE DE EDAD

16-19	12%	51% menores de 35
20-24	14%	
25-34	26%	
35-44	23%	
45-54	15%	49% 35 y más
55-64	11%	



HÁBITOS DE CONSUMO

El 35% de los europeos ha comprado un videojuego en los últimos meses; un 19% juegos empaquetados, un 8% juegos online, un 8% juegos de segunda mano y un 7% Apps de pago.

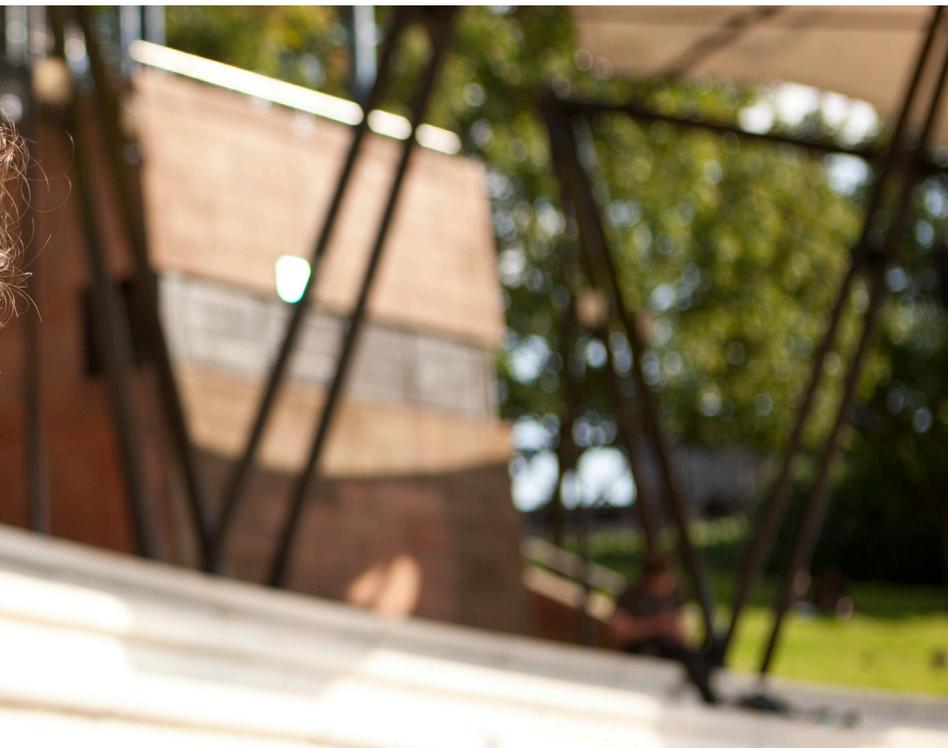
Además, el 20% ha jugado con apps gratuitas, un 7% con juegos MMO sin coste y un 19% con juegos online gratuitos.

Estos porcentajes suponen un alto grado de penetración, en línea con el nivel de ciudadanos europeos -31%- que reconocen tener un alto interés en los videojuegos como hábito de ocio.

Si realizamos una comparación de los cuatro principales mercados europeos en términos de valor absoluto, los resultados dejan diferencias significativas.

■ TIPOLOGÍA DE JUEGOS MÁS UTILIZADOS

	UK	ALEMANIA	FRANCIA	ESPAÑA
Juegos empaquetados	28%	23%	28%	21%
Apps	18%	14%	24%	20%
Juegos online	29%	32%	44%	31%
Juegos descargados	16%	21%	20%	17%
Juegos sociales	12%	13%	17%	17%



■ PLATAFORMAS DE JUEGO MÁS UTILIZADAS

	UK	ALEMANIA	FRANCIA	ESPAÑA
Consola sobremesa	28%	21%	33%	26%
Consola portátil	15%	11%	20%	17%
PC	30%	34%	45%	31%
Dispositivo móvil	22%	18%	31%	25%

■ COMPRA DE JUEGOS

	UK	ALEMANIA	FRANCIA	ESPAÑA
Cualquier tipo	34%	29%	38%	35%
Juego empaquetado	23%	18%	20%	20%
Segunda mano	13%	9%	13%	10%
Online	7%	5%	8%	5%
Apps	7%	4%	6%	3%



El 39,5% de los padres europeos afirman jugar con sus hijos con videojuegos

HÁBITOS DE JUEGO EN FAMILIA

Gametrack analiza también los hábitos de juego en familia, un segmento de usuarios que tiene cada vez mayor peso en las estrategias comerciales de las compañías.

En concreto, el 39,5% de los padres europeos afirman jugar con sus hijos con videojuegos. De estos, un 40% afirma que lo hace porque sus hijos se lo piden, el 36% para pasar tiempo en familia y un 34% porque es una actividad divertida.

Además, independientemente del momento de ocio, los padres consultados encuentran beneficios asociados a su uso. El 58% considera que el uso de videojuegos por parte de menores promueve el desarrollo de su inteligencia, el 47% que incrementa su creatividad y el 25% que fomenta la sociabilidad.

Un análisis de los principales mercados arroja cifras similares, aunque España destaca por su confianza en las ventajas asociadas a este hábito de ocio.

	UK	ALEMANIA	FRANCIA	ESPAÑA
Padres que juegan con sus hijos	23%	30%	44%	29%
Padres que consideran que desarrolla el intelecto	55%	55%	46%	67%
Fomentan la creatividad	39%	61%	45%	50%
Promueven la sociabilidad	38%	23%	22%	27%





USO DE VIDEOJUEGOS POR PARTE DE MENORES

En cuanto al uso apropiado de videojuegos por parte de menores, los padres europeos reconocen que sus hijos juegan en ocasiones con videojuegos catalogados con una edad superior a la recomendada para ellos. El 26% de los padres de niños de entre 6 y 9 años y hasta un 41% en el caso de niños de entre 10 y 15.

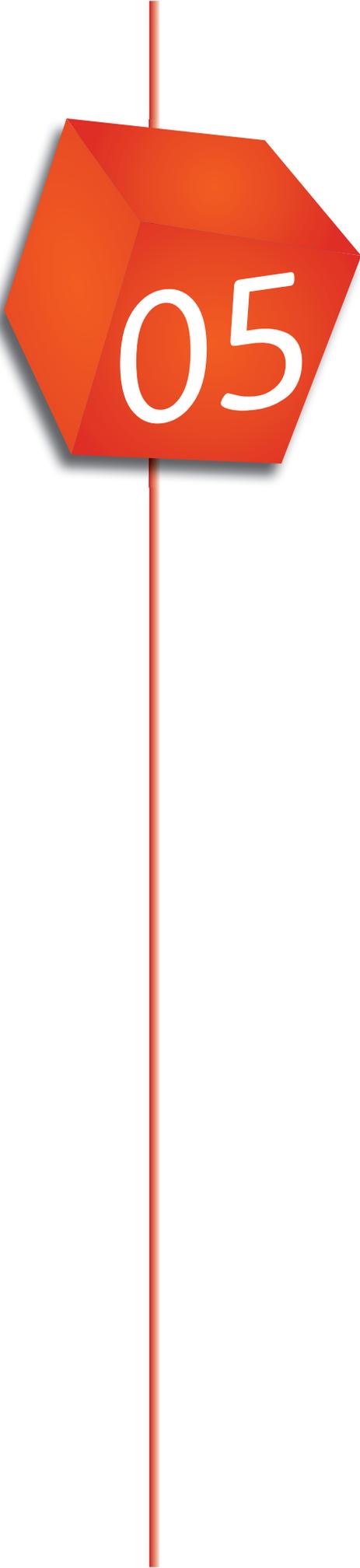
Para evitarlo, el 29% de los padres europeos de niños de entre 6 y 9 usan mecanismos de control parental y un 27% en el caso de los que tienen 10 y 15.

También se tiene en cuenta el Sistema PEGI, el mecanismo de clasificación de contenidos que se aplica a los videojuegos, aunque su grado de conocimiento aún es bajo en la sociedad europea. El 51% de los padres dice ser consciente de la existencia de los iconos de edad y sólo un 33% de los de contenido. Por otra parte, entre quienes lo conocen, más del 85% los considera fácilmente comprensibles y útiles. Además, el 66% coincide en señalar que deberían aplicarse también a Apps y juegos sociales.

Por mercados, España destaca por ser uno de los entornos más concienciados con la necesidad de respetar el Sistema de clasificación PEGI, sin embargo, también es uno de los países en el que es mayor el nivel de incumplimiento.

	UK	ALEMANIA	FRANCIA	ESPAÑA
Padres que reconocen un uso inapropiado por parte de sus hijos	44%	31%	33%	45%
Utilizan control parental (6-9 años)	41%	40%	23%	29%
Utilizan control parental (10-15 años)	29%	37%	36%	38%
Conocen los iconos PEGI	50%	34%	72%	53%
Conocen los descriptores de contenido PEGI	22%	18%	33%	35%





05

El videojuego en las aulas

En 2009 el Parlamento Europeo ya reconoció que el uso adecuado de videojuegos puede contribuir a “estimular el aprendizaje de hechos y actitudes como la reflexión estratégica, la creatividad, la cooperación y el sentido de innovación”. Cuatro años después, estos beneficios asociados ya se ponen en práctica en áreas como la formación.

En nuestro país, como demuestra el estudio *Videojuegos en las Aulas* desarrollado por aDeSe, el 30% de los profesores de primaria ya ha utilizado videojuegos en los centros de enseñanza como herramienta educativa.

El salto de los videojuegos a ámbitos más allá del ocio electrónico ya es una realidad. Se abren por tanto nuevas oportunidades de desarrollo de negocio para una industria que por fin comienza a ganarse la consideración social de industria de carácter cultural y creativa.



VIDEOJUEGOS EN LAS AULAS

aDeSe presentó en octubre de 2012 los resultados de un estudio realizado por la consultora Gfk sobre la introducción de los videojuegos en el sistema español de enseñanza primaria. La investigación analizaba la percepción del videojuego como método educativo entre padres y profesores de niños de entre 5 y 12 años, determinando además su visión sobre la influencia de los videojuegos en el comportamiento y el rendimiento académico.

Los resultados no dejan lugar a dudas. Padres y profesores coinciden en señalar al videojuego como una herramienta de alto valor pedagógico.

El 30% de los profesores de primaria afirma haber utilizado el videojuego como herramienta de aprendizaje en su aula

LA VISIÓN DE LOS PROFESORES DE PRIMARIA

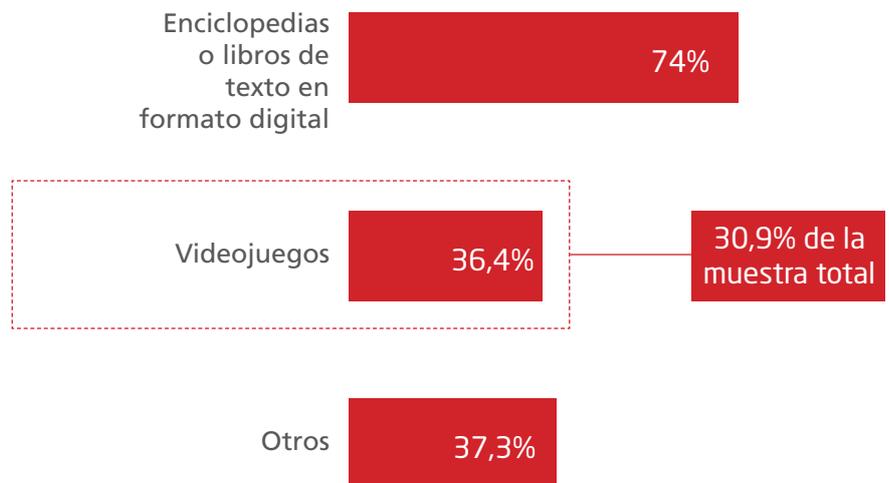
En términos generales el profesorado de primaria tiene una visión muy positiva sobre su utilidad. Más del 75% de los profesores encuestados consideran que los videojuegos tienen una gran capacidad pedagógica y su introducción en el aula puede funcionar como un estimulante método de enseñanza.

Asimismo, el estudio arroja importantes datos sobre la penetración del videojuego en las aulas de nuestro país. Uno de cada 3 profesores de primaria consultados ya los ha utilizado como herramienta didáctica en alguna ocasión y la experiencia es en un 96% de los casos positiva o muy positiva (el 99% tiene intención de repetir).

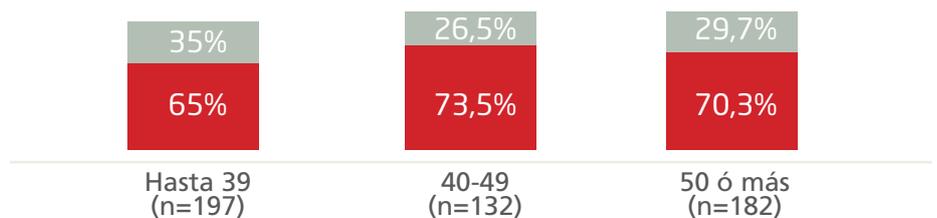
Los profesores, principalmente los más jóvenes, los consideran apropiados y tienen intención de incorporarlos a su metodología. De hecho, se confirma que los profesores menores de 39 años son los que más han utilizado el videojuego como herramienta didáctica en sus clases.

En relación al tipo de juegos utilizados, la mayoría de los profesores con experiencia han usado juegos educativos, pero no son el único género.

■ SOFTWARE QUE SE HA UTILIZADO EN EL ÚLTIMO CURSO



■ EDAD DEL PROFESORADO

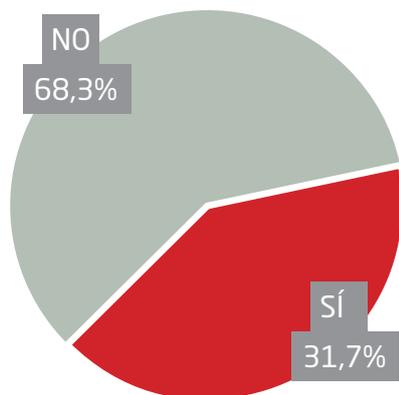


■ Sí ■ No

► Unidad: Porcentajes

Base Profesores s.p.: Ha utilizado en el último curso (n=434)

■ ¿LOS QUE NO HAN UTILIZADO VIDEOJUEGOS CONOCEN A PROFESORES QUE ESTÉN UTILIZANDO?



► Unidad: Porcentajes
Base Profesores s.p.: No ha utilizado Videojuegos (n=353)

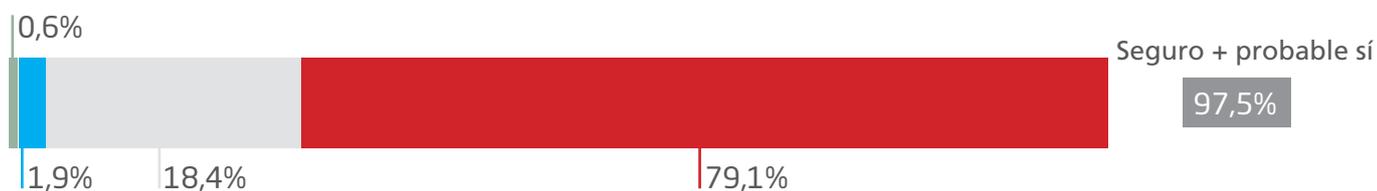


■ SATISFACCIÓN CON LOS RESULTADOS



- Nada satisfecho
- Poco satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho

■ INTENCIÓN DE RECOMENDAR

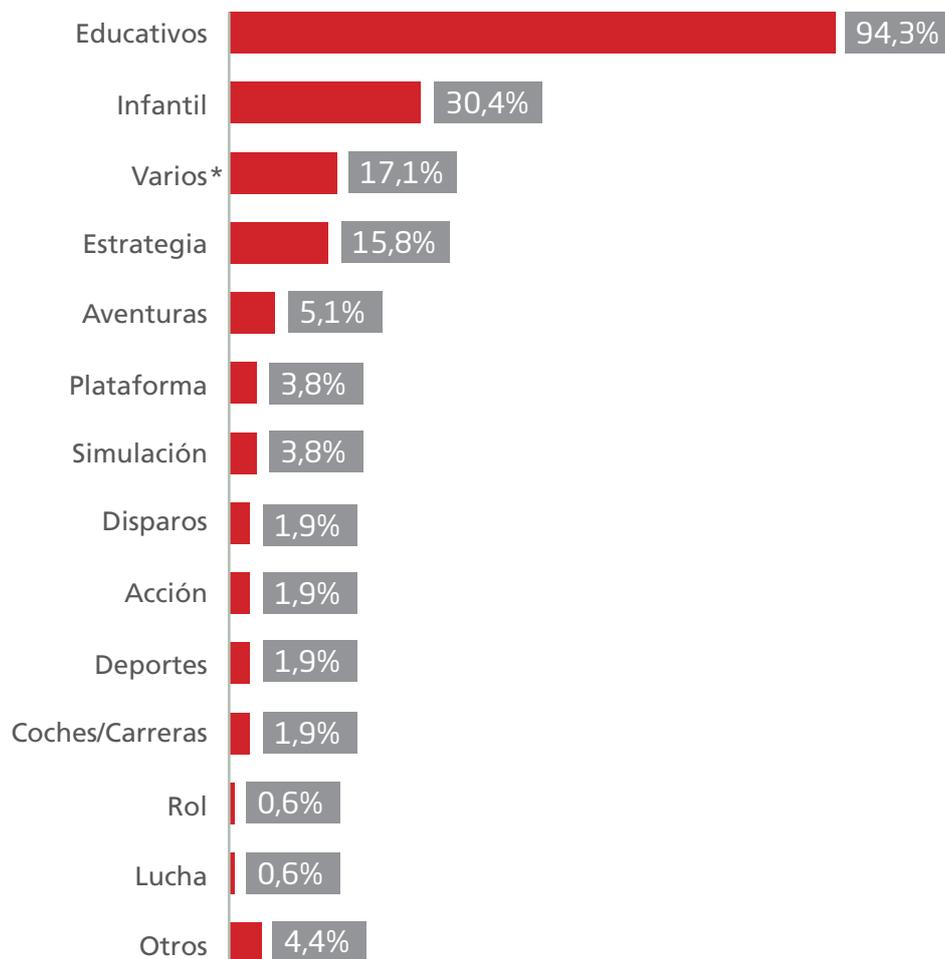


► Unidad: Porcentajes
Base Profesores s.p.: Han utilizado Videojuegos con sus alumnos en el último curso (n=158)

- Seguramente no
- No sabe
- Probablemente sí
- Seguramente sí



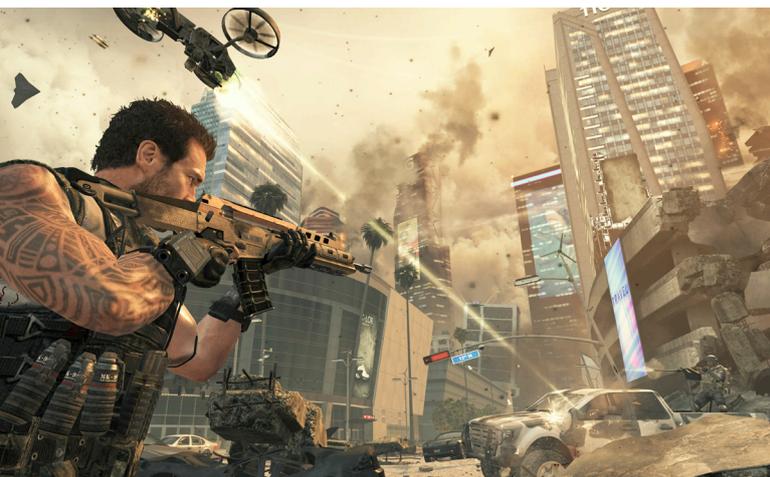
■ TIPO DE VIDEOJUEGOS UTILIZADO



* (cartas, juegos de mesa, música, ajedrez, etc)

► Unidad: Porcentajes

Base Profesores s.p.: Han utilizado Videojuegos con sus alumnos en el último curso (n=158)



En cuanto a las motivaciones para introducir videojuegos en las aulas, los profesores consultados con experiencia en su uso destacan las siguientes:

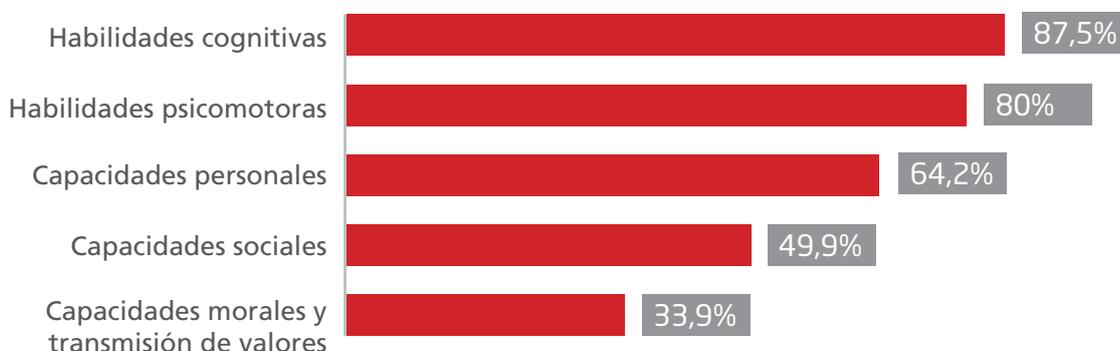
MOTIVACIONES



El 80% de los profesores considera los videojuegos una herramienta eficaz y el 87% afirma que favorecen las habilidades cognitivas

En general, el 79% de los profesores, tanto de los que los han utilizado como los que aún no, aprueban su uso en el aula y el 79% los considera una herramienta eficaz, principalmente en asignaturas como Conocimiento de Medio (71%), Matemáticas (68%), Lengua extranjera (64%) o Lengua española (60%).

Asimismo, en su opinión, los videojuegos favorecen el desarrollo de habilidades cognitivas, psicomotoras (destreza visual y discriminación perceptiva, coordinación espacial y lateralidad...) o capacidades personales (autonomía, autocontrol, autoestima, creatividad...).



Habilidades Cognitivas señaladas - Bastante o totalmente de acuerdo

- ✓ Mejorar la concentración y focalización de la atención (**73%**)
- ✓ Favorecer el desarrollo de habilidades estratégicas y resolución de problemas (**66%**)
- ✓ Favorecer el desarrollo de la memoria (**66%**)
- ✓ Favorecer la capacidad analítica, estratégica y de planificación de la acción (**66%**)
- ✓ Mejorar la capacidad de comprensión, el desarrollo del pensamiento lógico y sistemático (**63%**)

En definitiva, sólo 2 de cada 10 profesores encuentran todavía objeciones o se muestran reacios a su introducción, principalmente por la falta de información o de planificación y apoyo en el centro.



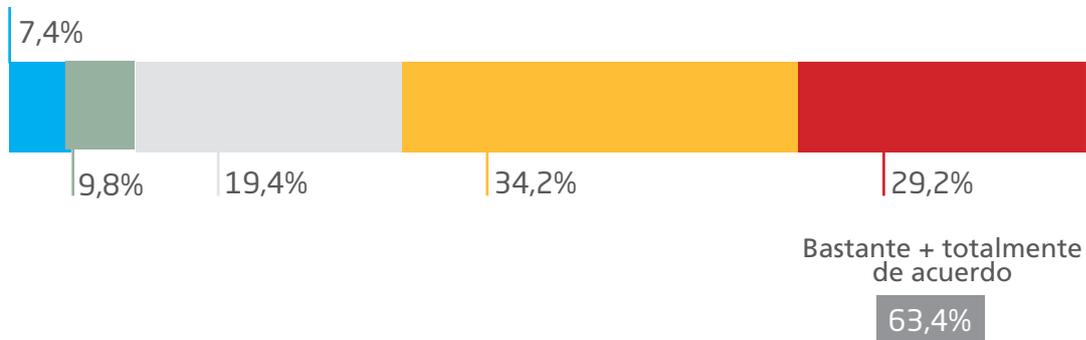
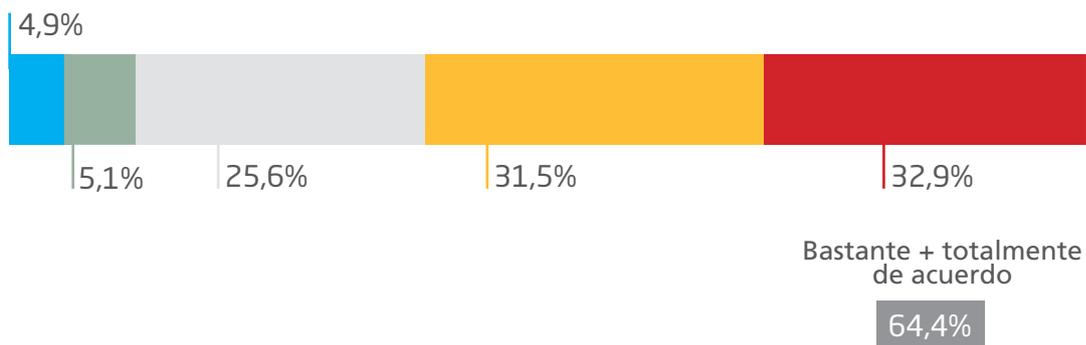
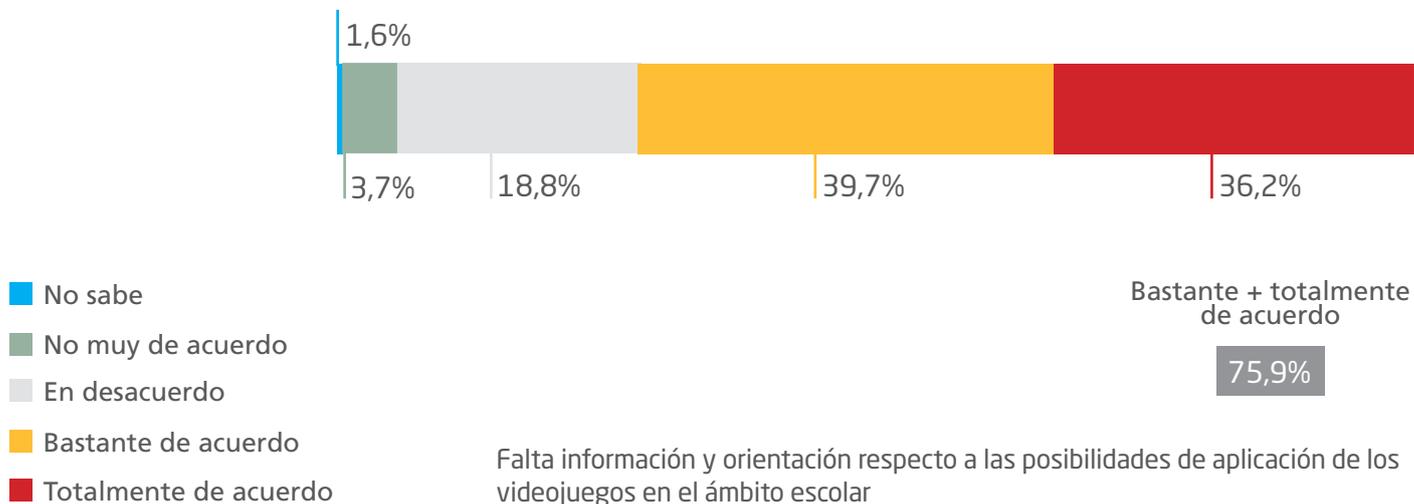
El 92% de los padres aprueban su introducción en las aulas y 8 de cada 10 los considera eficaces como método complementario de enseñanza

LA VISIÓN DE LOS PADRES

El 92% de los padres consultados aprueba su uso como herramienta educativa y el 79% considera que pueden ser una herramienta eficaz para la transmisión de conocimiento.

Al igual que los profesores, consideran que pueden favorecer el desarrollo de ciertas habilidades cognitivas (88%), psicomotoras (87%), personales (73%), sociales (65%) y morales (40%).

PRINCIPALES BARRERAS DE ENTRADA DEL VIDEOJUEGO EN LAS AULAS



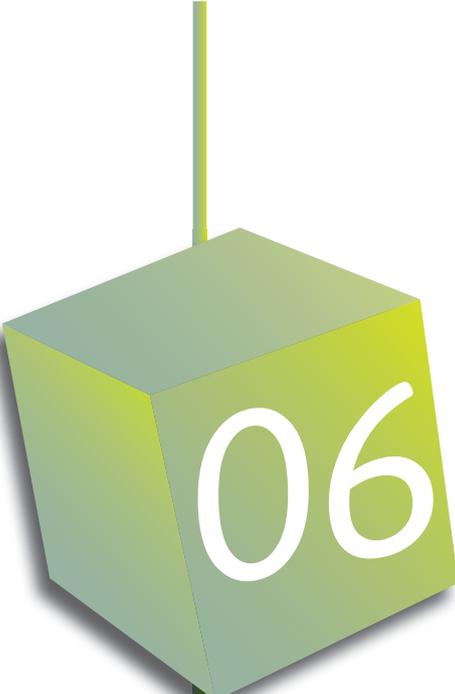
► Unidad: Porcentajes
Base Profesores: Total muestra (n=511)



aDeSe a través de Gfk consultó además a un grupo experto conformado por investigadores, profesores, y diversos perfiles profesionales relacionados con el mundo del videojuego, cuáles serían las claves para potenciar su el uso de videojuegos en el sistema educativo español.

La mayoría de las propuestas contemplan los siguientes puntos:

1. Integrar el método en los planes de formación del profesorado.
2. Editar recursos prácticos para que el profesorado tenga una guía para su correcta utilización.
3. Favorecer una mayor involucración de asesores educativos durante el proceso de desarrollo de un videojuego educativo.
4. Fomentar nexos de colaboración e integración entre el sector editorial y el del videojuego.
5. Impulsar desde la Administración la implantación del videojuego en las aulas.



06

Una industria en movimiento: hitos 2012

La actividad de la industria en 2012 ha sido frenética. Numerosos lanzamientos, principalmente de software, aunque también interesantes consolas como PS Vita, Nintendo 3DS XL o Wii U, han captado la atracción de la prensa tanto especializada como generalista. Lanzamientos que han contado con grandes campañas de relaciones públicas y que han generado gran expectación para el consumidor. La industria continúa innovando.

■ ENERO

1. **Street Fighter** cumple 25 años. En 1987 nació este juego de peleas que a lo largo del tiempo ha ido renovándose con diferentes versiones y del que han salido comics, películas y series de televisión. Yoshinori Ono, productor de **Street Fighter X Tekken**, presentó en una rueda de prensa la última entrega de la saga.
2. 2012 ha sido el año del décimo aniversario mundial del **Xbox Live** y ha traído más 10 nuevas aplicaciones dentro de la oferta de entretenimiento: Sensacine, Canal + Yomvi, Antena 3, Wuaki.Tv, MLB.TV, Explorer, WSJ, NBA, Gol T, KARAOKE, Skydrive, TV3, Dezeer, Livesport y VEVO.
3. Con motivo del lanzamiento de **Final Fantasy XIII-2** en la tienda FNAC de Callao tuvo lugar un evento especial donde los asistentes pudieron disfrutar de un look Final Fantasy XIII-2 gracias a los estilistas y maquilladores de Marco Aldany.



FEBRERO

1. El director de Team Ninja, Yosuke Hayashi, acude en Madrid a la presentación de **Ninja Gaiden 3**.
2. Se produce el lanzamiento de Kinect para Windows. Microsoft invitó a empresas de todo el mundo a que innoven con el nuevo hardware y software que ofrece Kinect para Windows, un producto dirigido al desarrollo de aplicaciones profesionales.
3. **Kinect Rush: Una aventura de Disney Pixar** fue lanzado en el telefónica Flagship Store. Al evento acudió Buzz Lightyear, uno de los personajes del juego. Asimismo, estuvieron dos de sus creadores: Jay Ward, de Pixar Animation Studios y David Dedeine, de Asobo Studio.
4. **Gotham City Impostors** llegó el día 8 siendo el primer MMO en descarga de Warner Bros Games. Posteriormente se lanzaría en PC como free-to-play.
5. **PlayStation@Vita** se presenta en España con una semana llena de eventos dirigidos a diferentes targets. Esta plataforma incorpora novedosas características técnicas. Para mostrar sus novedades se celebró durante 3 días el "PS Vita Days" en noviembre con más de 100 puntos de juego y por los que pasaron más de 2.000 personas.

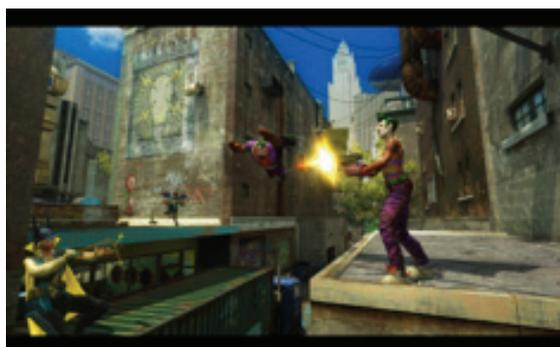
KINECT™

for Windows®

▲ 2



▲ 3



◀ 4



▲ 5

MARZO

1. El 8 de marzo fue la fecha elegida para lanzar la tercera entrega de **Mass Effect 3**, para PlayStation 3, Xbox 360 y PC. Para su presentación se enviaron a medios las ediciones especiales y la nave N7, muy conocida por los amantes de la saga. Fue un auténtico éxito en los medios más especializados y generalistas. La versión para Wii U del título se lanzó el 29 de noviembre de 2012.
2. Para los aficionados al FIFA el 15 de marzo se lanzó el **FIFA Street**, que contó con la colaboración de Leo Messi en un evento realizado en la ciudad condal. El jugador del F.C. Barcelona además forma parte de la nueva portada.
3. El juego **Kingdom Hearts** cumple 10 años y supera la cifra de los 17 millones de copias vendidas por todo el mundo.
4. Se presenta oficialmente **Dragon's Dogma**, a cargo del, productor de el juego, Minae Matsukawa, y Kento Kinoshita, director del proyecto.
5. El juego Kinect Star Wars, en el que los usuarios se adentran dentro de este universo único bajo un control sin mandos, se presenta con la participación de Santiago Segura.



▲ 2



▲ 5



▲ 2

■ ABRIL

1. El videojuego oficial de la Eurocopa 2012, el **UEFA EURO 2012**, fue lanzado el 26 de abril adelantándose a la competición oficial y disponible como contenido descargable de **FIFA 12** para Xbox 360, PS3 y PC.
2. La consola Nintendo 3DS se convierte en la audioguía oficial del Museo del Louvre. El emblemático museo parisino ofrece a sus visitantes las consolas con un software específicamente diseñado para profundizar en el conocimiento del arte de una forma amena e interactiva.

MAYO



◀ 1

1. Cuando se lanzó **Diablo III** -el pasado 15 de mayo- no se imaginaban los resultados de ventas que registrarían. En el mes de noviembre se habían vendido 10 millones de copias para PC y Mac, y con los últimos datos se refleja que hasta el 31 de diciembre se vendieron más 12 millones de copias.



◀ 2

2. Una invasión zombi asaltó la sala de cine de las oficinas de Warner Bros. Scott Warr, el productor del juego **Lollipop Chainsaw**, fue el encargado de su presentación ante los medios.

JUNIO

1. Aprovechando la conferencia en la feria E3 se comunicó que Juan Mata, centrocampista del Chelsea FC y de la selección española de fútbol pondría su voz a uno de los personajes de **Need for Speed Most Wanted**. Este título se lanzó el 31 de octubre para Xbox 360 compatible con Kinect, PlayStation 3, PC, PlayStation Vita, iOS y Android.
2. Warner Bros Games alcanza un acuerdo de distribución con Focus Home Interactive para lanzar en España **Juego de Tronos** y **El Testamento de Sherlock Holmes**. A finales de mes lanzó **LEGO Batman 2: DC Superheroes**. Esta vez, al dúo formado por Batman y Robin se le unen otros conocidos superhéroes del Universo DC, como Superman, Wonder Woman, Flash y Green Lantern.
3. Kazunori Yamauchi, director de Polyphony Digital y creador de la aclamada saga **Gran Turismo**, recibió el Premio de Honor concedido por la Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas durante la V entrega de los Premios Nacionales a la Industria del Videojuego celebrada con motivo de la feria Gamelab en Barcelona.
4. Los 32 jugadores más rápidos de **Gran Turismo** en España se dieron cita los días 30 de junio y 1 de julio en los que lucharon por clasificarse en la final europea de Silverstone. Para ello tuvieron que pasar una serie de pruebas físicas, de conducción virtual, de conducción real y de comportamiento personal.



▲ 1



◀ 2



◀ 3



▲ 4

JULIO



► 1

1. A principios de mes, el 5 de julio, Katsuhiro Harada visitó la capital para enseñar las novedades del **Tekken Tag Tournament 2** y se reunió con varios miembros de la comunidad de Tekken.
2. Se publica la Edición "**Dead Island GOTY**" que alcanza casi 5 millones de unidades vendidas en todo el mundo. Además, su tráiler promocional se hace con el máximo galardón en los Game Marketing Awards y **Deep Silver** gana la "Mejor utilización de los Social Media" en los MCV awards.
3. **Final Fantasy** celebra su 25 aniversario con el lanzamiento de la nueva entrega de la saga **THEATRHYTHM™ FINAL FANTASY® para 3DS**.
4. Sale a la venta la nueva Nintendo 3DS XL. Las pantallas son un 90% más grandes que las de su predecesora lo que permite disfrutar a lo grande de gráficos en tres dimensiones. En la Nintendo 3DS XL también se ha ampliado la duración de la batería y la capacidad de almacenamiento.



▲ 1

AGOSTO

1. Junto con Roberto Soldado, delantero del Valencia C.F, se presentó en esta misma ciudad el **FIFA 13**. El jugador, que comparte portada junto a Leo Messi, estuvo firmando ejemplares del juego en la Fnac de San Agustí (Valencia). Para culminar el lanzamiento del juego, el 22 de noviembre en Barcelona se celebró un evento con la Fundación del jugador argentino.



▲ 1



▲ 2

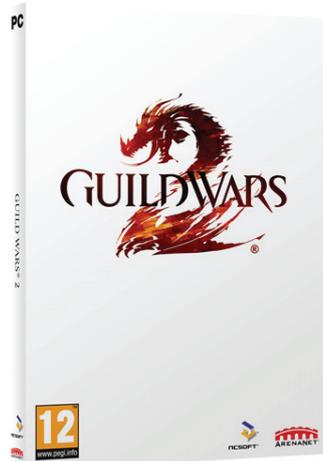
SEPTIEMBRE

1. El 21 de Septiembre salió a la venta el **Formula 1 2012** con el novedoso modo Prueba para jóvenes pilotos. Con él se puede aprender poco a poco para desarrollar la carrera como grandes pilotos de Fórmula 1.
2. Durante el fin de semana de 22 y 23 de septiembre la plaza de Callao de Madrid fue el escenario en el que se presentó el **Skylanders Spyro's Adventure Arena Tour**. En él los asistentes pudieron conocer a los personajes del juego y disfrutar antes que nadie, y en primicia del **Skylanders Giants**, que se puso a la venta en octubre.
3. Madrid fue la ciudad escogida el 24 de septiembre para la presentación de **World of Warcraft: Mists of Pandaria**. En el Centro Comercial Príncipe Pio se realizaron exhibiciones de kung fu, concursos, sorteos y a media noche, con la presencia de Cory Stockton, diseñador de contenido y Candace Thomas, diseñadora de juegos, se puso a la venta **Mists of Pandaria**.
4. El día 27 llegó a España **Rocksmith** que fue presentado con un concierto de Despistaos, Dinero y Georgina en la sala Arena de Madrid. Junto a estos grupos No Band for Lluvia, y Dover también probaron el Rocksmith, el único juego con el que se puede aprender a tocar la guitarra con una guitarra real.



▲ 4

5. Los Sims 3 han tenido a lo largo del año diferentes salidas al mercado. En septiembre se puso a la venta **Los Sims 3 Criaturas Sobrenaturales**, el pack para jugar con brujas, vampiros, hombres lobo y hadas. Y en noviembre fue el turno de **Los Sims 3 Y las cuatro estaciones** título en el que Los Sims disfrutaron de todas las actividades típicas de cada estación del año. En la presentación de los juegos, los periodistas invitados pudieron entrevistar a Graham Nardone, productor de la franquicia Sims.
6. **Guild Wars 2** se convierte en el juego número 1 en ventas en 10 países europeos, incluido España, y supera los dos millones de unidades vendidas.



▲ 6

OCTUBRE



1 ▶

1. El juego **Assassin's Creed III** ha contado con la colaboración de Luis Tosar, quien ha doblado el personaje de George. Al actor le atrajo el espíritu rebelde y el compromiso con la libertad de la saga. Se presenta **Assassin's Creed III**, que ha contado con la colaboración de Luis Tosar para su doblaje. Al actor le atrajo el espíritu rebelde del personaje George, al que interpreta. La colaboración se presentó el 9 de octubre.

Por otra parte, para su lanzamiento también se contó con la colaboración de Sergio Ramos y Gerard Piqué, quienes grabaron un spot online bajo el lema "yo me rebelo".

2. El 19 de octubre salió a la venta **Skylanders Giants** con interesantes novedades como un nuevo personaje, Swarm.

3. El 26 de octubre se puso a la venta el **Medal of Honor Warfighter** para PlayStation 3, Xbox 360 y PC.

4. Se celebra la Semana del Jugón. Xbox quiso premiar a los aficionados a los videojuegos con actividades y descuentos en el Telefónica Flagship Store, donde se celebró un torneo que terminó con la coronación del "mayor jugón" de España.

5. Microsoft lanza el juego de aventuras **Fable: The journey** de manera exclusiva para Xbox360. De él se han vendido más de 10 millones de copias en todo el mundo desde 2004. En este mismo mes se ponen a la venta **Xbox Music** con él se puede escuchar música de manera gratuita y **Smartglass** que lleva la experiencia de Xbox a tablets, PCs y teléfonos. Asimismo sale al mercado el juego **Dance Central 3TM**.

6. Madrid se convierte en al sede del lanzamiento del **Forza Horizon**.



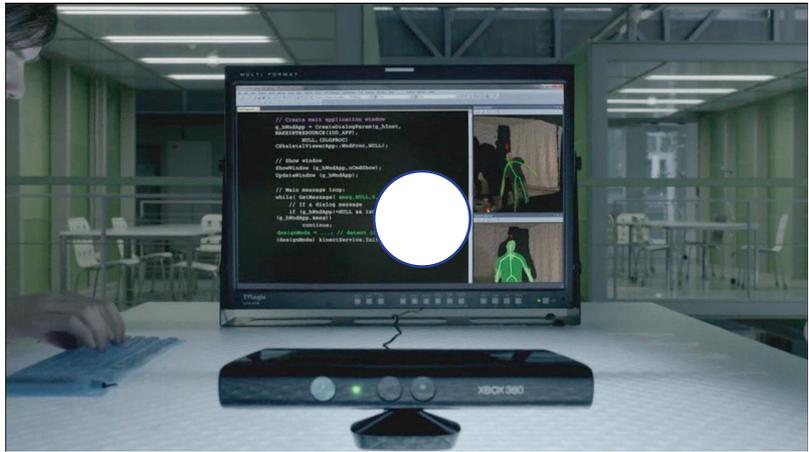
▲ 4



▲ 5



◀ 6



7 ▶



▲ 8

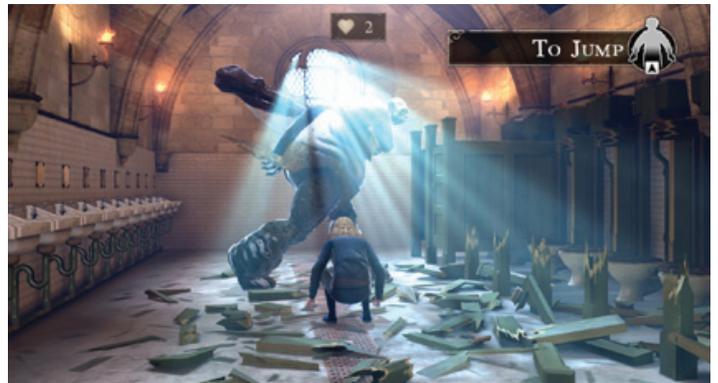
7. El II evento de Inspiración y Networking de **Efecto Kinect** reunió por segundo año consecutivo a emprendedores, investigadores y expertos de diferentes ámbitos para compartir sus experiencias desarrollando aplicaciones con Kinect.

8. En el mes de octubre se reunieron los mejores jugadores de **Tekken tag Tournament 2** en el Torneo Nacional donde se jugaban el acceso al torneo Europeo y mundial como representantes de nuestro país.

9. Shigeru Miyamoto recoge en Oviedo el Premio **Príncipe de Asturias** de Comunicación y Humanidades como principal artífice de la revolución del juego didáctico, formativo y constructivo. El jurado de los premios destaca su creación de formatos innovadores y valiosos desde un punto de vista educativo.



▲ 9



▲ 10

10. El mago más famoso, **Harry Potter**, vuelve al mundo de los videojuegos gracias a la tecnología de Kinect. De esta manera, los jugadores ahora pueden utilizar sus cuerpos y voces para lanzar conjuros a sus oponentes.

11. El día 22 de octubre se presentó **LEGO el Señor de los Anillos** en las oficinas de Warner Bros. Phil Ring, productor sénior de TT Games, fue el encargado de hacerlo.



▲ 11

NOVIEMBRE

1. El 9 de Noviembre se lanzó el nuevo juego basado en la famosa licencia **Monster High** tras el acuerdo de distribución alcanzado con Little Orbit.
2. A mediados de mes, el día 13, se lanzó una nueva saga de **Call of Duty**. Bajo el nombre de **Blacks Ops II** llegó este juego para trasladar a sus seguidores al año 2025. Las cifras de reservas superaron las establecidas por su antecesor **Modern Warfare 3** y más de 16.000 tiendas por todo el mundo abrieron durante la noche para vender el juego a los seguidores que hicieron largas colas para hacerse con él.



▲ 1



▲ 2



▲ 3



▲ 4

3. Sale a la venta **Let's Sing 5** versión española. Con él llega el único juego de karaoke con canciones en español.
4. **Nike+ Kinect Training** ya está disponible en las tiendas. Bajo el respaldo de Nike y Kinect se ofrece a los jugadores un programa de entrenamiento personalizado que evolucionan al ritmo de los usuarios.



▲ 5

5. Llega la cuarta entrega de Halo con el **Halo4: Forward Unto Dawn**. La presentación se realizó en los cines Callao de Madrid y contó con el respaldo de actores como Tom Green, Anna Popplewell, Edurne, María León, Kira Miró o Jesús Olmedo.
6. Sale a la venta la nueva consola **Wii U**, una propuesta innovadora que introduce el concepto de juego asimétrico, revolucionando la relación con el televisor y la forma de jugar gracias al nuevo Wii U GamePad.
7. Warner Bros lanza **Batman: Arkham City Armoured Edition** que regresa con una mecánica de juego y unas características mejoradas gracias al novedoso mando de Wii U.
8. **Journey** y **WonderBook** premiados en el Fun&Serious Festival. El primero recibió el galardón de "Mejor videojuego de aventura" y el de "Mejor banda Sonora". Por su parte **Wonderbook: El Libro de los Hechizos** también fue reconocido como "Mejor videojuego infantil", mientras que **Sony PlayStation All-Stars: Battle Royale** fue premiado como "Mejor videojuego de PS Vita".
9. Dos nuevos títulos desarrollados en España se suman al catálogo de PSP™: **Geronimo Stilton: Regreso al reino de la fantasía** junto con **El Videojuego y Phineas & Ferb: A través de la segunda dimensión**.



▲ 7



▲ 8

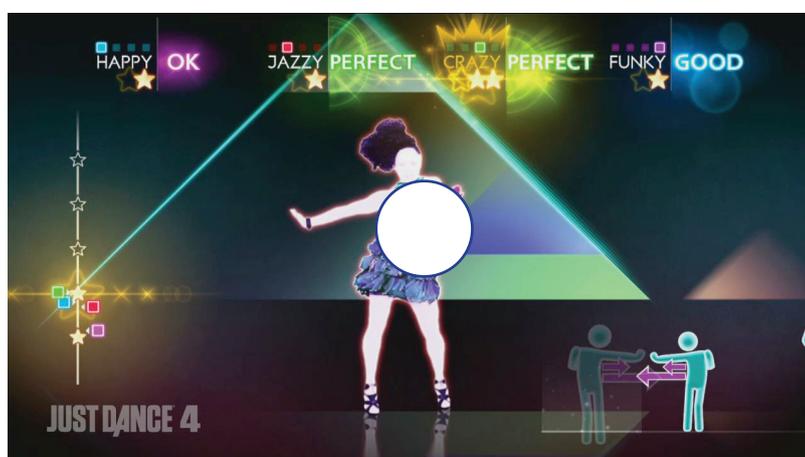


▲ 9

DICIEMBRE



◀ 1



◀ 2

1. El 13 de diciembre tuvo lugar la presentación de la aplicación **eCard Sims**, una iniciativa solidaria de **Los Sims 3** en colaboración con Correos e Intermon Oxfam. El acto fue apadrinado por la cantante Edurne y el futbolista del Atlético de Madrid Adrián López.
2. El diseñador internacional Custo Barcelona ha diseñado el traje de uno de los coaches del videojuego de baile de **Just Dance 4**. El diseñador eligió un modelo cómodo para bailar y con mucho movimiento y colorido, de acuerdo al espíritu desenfadado y divertido de la marca Just Dance. El 14 de diciembre se celebró una rueda de prensa para dar a conocer la colaboración.
3. Warner Bros lanza **Guardianes de la Tierra Media**, el primer MOBA diseñado para videoconsolas, en formato físico y descarga digital.
4. La estación de Chamberí se convirtió en el escenario de presentación de **Wonderbook**. Más de 10.000 personas recorrieron sus instalaciones y por cada una de ellas, Sony Computer Entertainment España donó un euro en favor de la Fundación Juegoterapia.



▲ 3

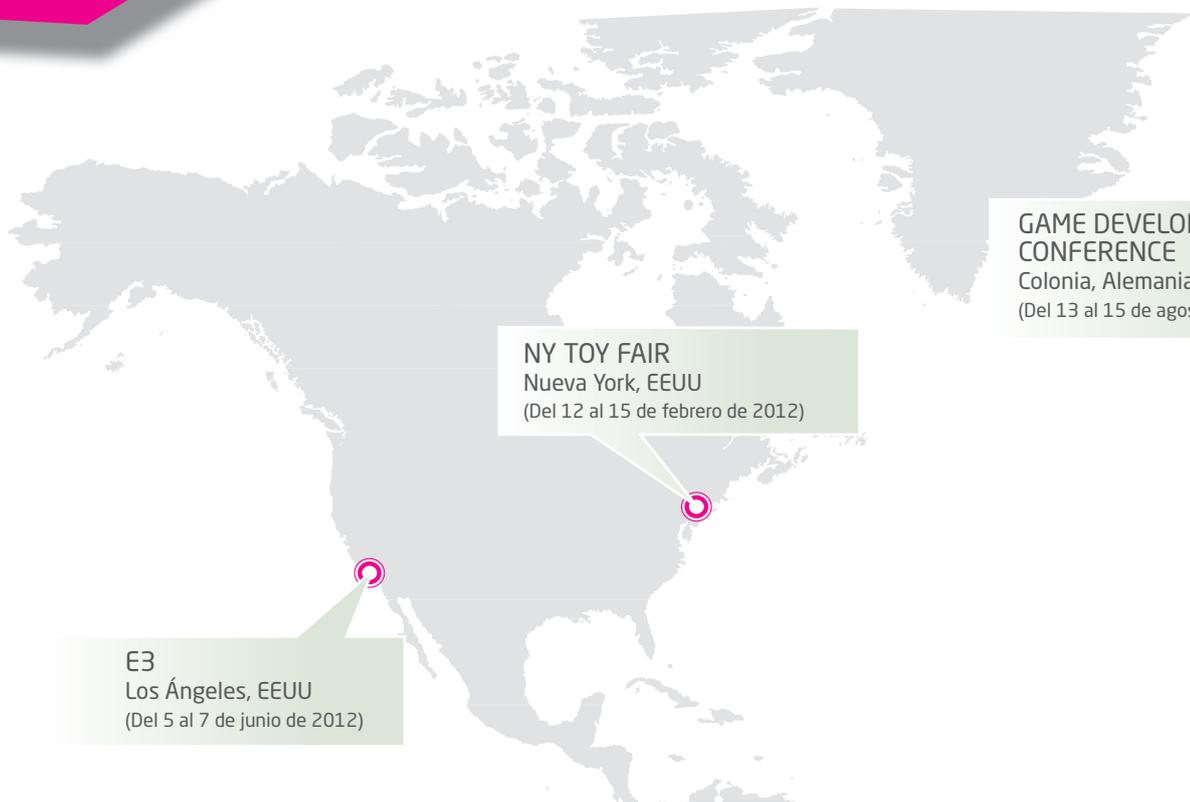


▲ 4

07

Grandes citas del sector

■ FERIAS A NIVEL INTERNACIONAL



La feria de videojuegos más importante del mundo abrió sus puertas del 5 al 7 de junio en el Convention Center de Los Ángeles (California).

En ella casi 46.000 asistentes pudieron ver los más de 100 stands con las principales novedades de las compañías más importantes del mundo provenientes de 103 países.



A lo largo de la feria se encontraron más de 1.200 expositores en los que se vieron más de 7.000 novedades en los cuatro días que duró.

Fue celebrada en las instalaciones del recinto ferial Jacob K. Javits Convention Center en New York en los días 12, 13, 14 y 15 de febrero.



La GDC superó en su edición de 2012 sus récords de asistencia con más de 2.100 profesionales. Más de 65 stands y 100 ponentes dieron contenido a la edición 2012.

Un año más los diferentes encuentros y ferias celebradas se han convertido en el foco de interés mediático no sólo de la prensa generalista y de consumo, sino de la compañías tecnológicas más potentes. Las innovaciones desarrolladas por la industria del videojuego son una referencia. En 2012 las principales novedades han estado dirigidas al desarrollo del juego en la nube, socialización y multiconexión.



GAMESCOM
Colonia, Alemania
(Del 14 al 19 de agosto de 2012)

NUREMBERG TOY FAIR 2012
Nuremberg, Alemania
(Del 1 al 6 de febrero de 2012)

TOKYO GAME SHOW 2012
Tokyo, Japón
(Del 20 al 23 de septiembre de 2012)



La ciudad de Colonia en Alemania fue la elegida para volver a ser el escenario durante 5 días de una de las ferias más importantes a nivel europeo.

Más de 245.000 personas visitaron el centro de convenciones Koelnmesse y los 600 stands que mostraban las apuestas de las principales compañías del sector.



A principios de febrero se celebró en Alemania la Nuremberg Toy Fair donde en sus 160.000m² se reunieron 80.000 profesionales venidos de todas partes del mundo.

Los asistentes tenían a su disposición 2.600 expositores y un millón de productos que mostraban 70.000 productos nuevos nunca vistos anteriormente.



Cifras de record en la última edición del TGS. Más de 223.000 asistentes pudieron ver las novedades de las más de 200 empresas participantes.

En total se exhibieron unos 1.000 juegos y novedades, entre ellas, destaca la presentación de la última versión de la PlayStation3 y la versión con visor en 3D de PS Vita.

■ FERIAS NACIONALES

FUN & SERIOUS FESTIVAL
Bilbao
(Del 26 de noviembre al 2 de diciembre de 2012)

GAMELAB
Barcelona
(Del 27 de junio al 1 de julio de 2012)

EXPO MANGA
Madrid
(Del 11 al 13 de mayo de 2012)

SALÓN DEL MANGA EN BARCELONA
Barcelona
(Del 1 al 4 de noviembre de 2012)



Gamelab, celebrada en Barcelona entre el 27 de junio al 1 de julio, es una de las ferias de videojuegos más importantes del panorama nacional. En 2012 este evento contó con más de 20.000 asistentes y ponentes de prestigio como son Yamauchi y Sakaguchi, creadores de Gran Turismo y de Final Fantasy, respectivamente.



El Fun&Serious Festival, ya establecido como una fecha destacada en el calendario de eventos nacional, llevó a Bilbao conferencias profesionales y la Gala de premios a los mejores desarrollos del año. Una gala a la que acudieron las principales figuras del sector como Kevin Franklin, creador de Halo 4, Kellee Santiago, creadora de Journey o Charles Cecil.

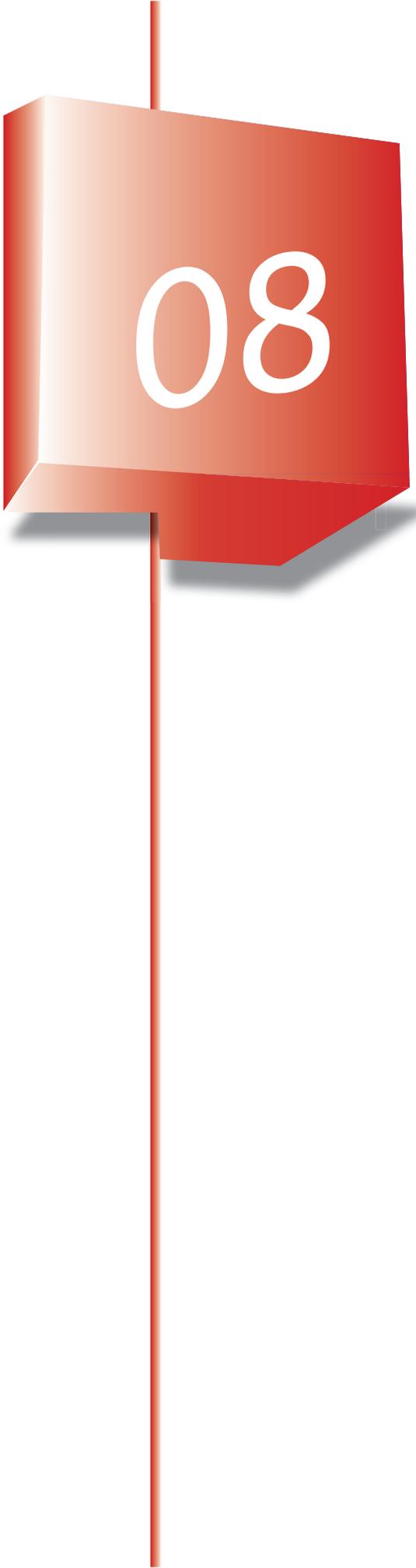
También tuvo lugar en el marco del F&S **hóPLAY**, un Certamen Internacional de Videojuegos Independientes fundamentado sobre tres ejes: expositivo y divulgador, de innovación y creatividad, y de emprendimiento.



Este encuentro se celebró un año más en el Palacio de Cristal de Madrid. En esta edición, celebrada del 11 al 13 de mayo, asistieron más de 31.000 personas, superando en 2.000 a la feria anterior. Entre los participantes, grandes nombres nacionales e internacionales entre los que estuvo Tsuneo Sando, reconocido gracias a la colaboración con George Lucas en 'La guerra de las galaxias'.



En los 4 días que duró la feria se conmemoró, entre otras acciones, los 20 años de Bola de Dragón en España y los 20 años de Porco Rosso. En total, 16.000 metros² y más de 112.000 asistentes, un 70% más que el año 2011.



08

Tendencias del mercado: La visión de las compañías

2012 ha sido un año de transición hacia la cuarta generación de consolas, una etapa que multiplica las expectativas para los asociados de aDeSe.

Todas las compañías coinciden en destacar que inauguramos una nueva era en la historia del videojuego que a nivel tecnológico supera al resto de industrias culturales y tecnológicas. Aunque seguimos inmersos en un momento de desaceleración económica global, la industria del videojuego continúa adaptándose e innovando.



CARLOS POMBO SILVA
 Director General
 de Activision Blizzard Iberia

■ ACTIVISION-BLIZZARD

No podríamos haber finalizado el año 2012 de mejor forma ya que, por primera vez desde que la compañía se estableció en el mercado español, hemos pasado a ocupar el primer puesto en el ranking de distribuidoras de software de entretenimiento. Nos enorgullece el apoyo recibido por parte de los consumidores, son ellos quienes nos han llevado a ocupar esa posición privilegiada, y nuestro principal referente a la hora de llevar a cabo el desarrollo de nuestros productos.

La campaña que acabamos de finalizar nos ha permitido llegar a todo tipo de usuarios, desde los más jóvenes al público adulto, con propuestas de calidad que satisfacen su demanda de ocio. En el caso de las familias, que han pasado a ocupar un papel todavía más relevante en nuestra estrategia, hemos trabajado para conocer cómo padres y madres disfrutaban del tiempo que dedican al entretenimiento con los más pequeños de la casa. La franquicia Skylanders, que en 2012 se ha asentado como una de las propuestas más firmes del mercado, continúa evolucionando para ofrecer una alternativa en la que diversión y formación vayan de la mano, al tiempo que los adultos perciben como beneficioso el tiempo que sus hijos dedican al videojuego. Durante el pasado año hemos trabajado de cerca con profesionales del mundo de la educación para conocer el valor de socialización de Skylanders, y los resultados obtenidos han sido más que satisfactorios.

En lo referente a las propuestas de ocio para un público joven y adulto, sabemos que el mercado cuenta con una amplia variedad de títulos y que, debido a la especial situación en la que nos encontramos, los usuarios optan en mayor medida por juegos de calidad que ofrecen más horas de diversión. En Activision Blizzard hemos sabido dar respuesta a esa demanda con títulos como el esperado Diablo 3 - que se ha convertido en el juego de PC con las mejores ventas registradas en 2012 - y el estilo futurista de Call of Duty: Black Ops II - que nos ha permitido ampliar nuestra comunidad de jugadores hasta los cuarenta millones

Cumplidos los objetivos del 2012, ya estamos centrados en el nuevo año, con sus retos, proyectos e ilusiones. Sabemos que tenemos ante nosotros un desafío todavía mayor, como es el de mantenernos en lo más alto. Trabajaremos duro para seguir contando con el apoyo de quienes nos han permitido llegar hasta aquí.



ANA SÁNCHEZ
Country Director Disney Interactive



■ DISNEY INTERACTIVE STUDIOS

Este ha sido un año revitalizador para el videojuego en todas sus vertientes, además del auge de los dispositivos móviles y la consiguiente proliferación de aplicaciones y juegos, compañías emblemáticas como Nintendo han escogido 2012 para presentar la innovadora consola Wii U; desde Disney Interactive hemos querido apoyar este lanzamiento con una versión específica de nuestro existoso Epic Mickey, que aprovecha las nuevas capacidades de esta plataforma.

Sin duda 2012 ha sido un importante año para Disney Interactive en el que hemos visto el retorno de la franquicia Epic Mickey en las principales plataformas, hemos contemplado como el magnífico desarrollo que Sony ha hecho con la licencia Phineas & Ferb para su PSP ha sido uno de nuestros juegos más vendidos de la campaña de Navidad, y hemos trabajado en la construcción del nuevo proyecto Disney Infinity, con el que pretendemos ofrecer una increíble experiencia de juego de la mano de nuestros personajes Disney y Disney/Pixar favoritos, continuando así con la tendencia innovadora que se está desarrollando en el sector para ofrecer al usuario nuevas posibilidades de juego.

Pero además seguimos expandiendo las oportunidades digitales con Where's My Water?, una aplicación para dispositivos móviles que gracias a la renovación continua de su contenido se ha consolidado como una de las más exitosas del año alcanzando el billón de descargas a nivel mundial, y con el éxito de los mundos virtuales Club Penguin y Superbia, que gracias a una experiencia de juego segura y a la continua renovación del contenido se han convertido en líderes absolutos por número de usuarios registrados en nuestro país.

Para Disney Interactive, 2013 se presenta igualmente emocionante, con la perspectiva de la nueva generación de consolas y la consolidación de la Wii U o la PSVita, y con el crecimiento de las descargas de juegos para dispositivos móviles y la expansión de nuestros mundos virtuales. Porque de la mano de Gameloft, empresa líder en el desarrollo de juegos para móviles tendremos un año cargado de novedades con las propiedades MARVEL, y porque 2013 será el año de Disney Infinity, el año en que los personajes Disney y Disney/Pixar se colarán en nuestras consolas, tabletas o móviles para quedarse. Estamos convencidos de que Disney seguirá siendo un compañero clave en el entretenimiento digital cualquiera que sea su plataforma.



MARTÍN SIBILLE
*Director de Publishing de EA de España
y Portugal*



■ ELECTRONIC ARTS

Es un hecho que 2012 ha sido un año difícil para el mercado de distribución tradicional, que se ha resentido por quinto año consecutivo con una caída de dos dígitos, tendencia que se explica en primer lugar por la crisis económica del país, pero también por el inminente cambio de ciclo en las consolas de nueva generación y la digitalización del Entretenimiento; y ello a pesar de la aparición de nuevos formatos como PSVITA y WiiU. En este entorno nada favorable, Electronic Arts ha podido mantener su liderazgo en la venta de producto físico alcanzando una cuota del 21% en los formatos de Nueva Generación (PS3 y Xbox 360).

En cuando al portfolio de producto, la Compañía continúa con la estrategia de consolidación de sus grandes franquicias como FIFA, que con su última entrega se ha hecho con el 73% del mercado total de fútbol; Battlefield, cuyo servicio premium digital ha superado todas las expectativas sentando las bases para las próximas entregas de la saga; Need for Speed que ha resurgido fuertemente de la mano de Criterion y Star Wars The Old Republic que tras un año de ventas ha evolucionado su modelo de negocio Premium a Freemium, adaptándose así a las necesidades de los jugadores. Mención especial merecen los SIMS, fenómeno que tras 12 años de vida, alcanza ya los 1.3 Millones de fans de Facebook en nuestro país.

Pero EA sigue apostando por el futuro día a día, extendiendo las franquicias actuales a múltiples formatos y nuevas consolas, mientras se adapta al vertiginoso entorno digital que afecta a la forma de desarrollar y comercializar nuestros juegos (Origin), pero sobre todo a la forma de jugar e interactuar de nuestros consumidores. En este sentido destacar la evolución de los modos de juego (FIFA Ultimate Team), la importancia exponencial de los contenidos descargables (Battlefield Premium Service), la ampliación de la oferta al entorno social (Sim City Social y FIFA Superstars) y la irrupción tan explosiva del modelo Freemium (Star Wars The Old Republic y Need For speed World). Finalmente subrayar el crecimiento progresivo del entorno IOS y Android cuyo modelo Freemium también está triunfando con títulos de gran éxito como Los Simpson y Monopoly.

Pero esto no se acaba aquí, ya que el 2013 nos va a traer muchas sorpresas, seguro que nuevas formas de jugar, nuevas consolas, franquicias que descubrir y... mucho, mucho que aprender.

Así que sigamos remando todos juntos para hacer que esta Industria sea definitivamente un referente en nuestro País.



PABLO CRESPO
Director General de GAME

■ GAME

No descubro nada nuevo al decir que el año 2012 ha sido un año difícil en general, difícil para el sector minorista, difícil para nuestra industria, y difícil para GAME. A pesar de las dificultades económicas globales, nuestra industria continúa innovando, aportando nuevas formas de disfrutar de los videojuegos.

Los principales exponentes de esta innovación han sido las dos consolas lanzadas en 2012, PlayStation Vita y Nintendo WiiU, pero también hemos visto como Skylanders se ha consolidado como un producto con presencia permanente en nuestras tiendas, en cuanto a accesorios podríamos decir que el 2012 ha sido el año de los auriculares, por el fuerte incremento en ventas que ha experimentado esta categoría de productos, y por supuesto no nos podemos olvidar de las tarjetas con contenidos descargables, en continuo crecimiento.

Otro aspecto importante en nuestra industria es la mejora y evolución de las franquicias existentes, como FIFA, Call of Duty, Pro Evo, Assassins o Mario, y en este año el comportamiento a nivel comercial de los AAA ha sido en líneas generales bueno, sin embargo si hemos echado de menos alguno de los grandes títulos que otros años han contribuido con sus ventas a una mejor cifra de negocio.



FRANCESC ARMENGOL
Director General de Koch Media España

KOCH MEDIA

■ KOCH MEDIA

Hemos cerrado un año en el que nuevamente observamos como el videojuego, a pesar de haber invadido todas las parcelas de nuestra vida, vuelve a caer. La situación económica de nuestro país y los millones de personas que actualmente no pueden trabajar lastran los resultados de un año que ha estado, para Koch Media, lleno de novedades y súperventas. 2012 nos ha traído el cierre de varios medios de comunicación especializados en videojuegos, también ha visto una pequeña reducción en el número de establecimientos dedicados a la venta de videojuegos. Aún así, hemos lanzado Guild Wars 2 y Football Manager en PC, Hitman Absolution multiplataforma, Resident Evil 6 multiplataforma, nos han encadilado los interpretes españoles de Let's Sing 5 Wii, los apasionados luchadores de Marvel vs Capcom y Street Fighter X Tekken para PS Vita, incluso apoyamos el lanzamiento de Wii U con dos títulos para dicho hardware: Sonic All Star Racing Transformed y Darksiders II. Ha sido un año intenso y en el que una vez más hemos vuelto a colmar los deseos de los jugadores de este país con nuevos y grandes títulos. Tampoco podemos olvidar Resident Evil Operation Raccoon City, Sleeping Dogs o la súper mundialmente exitosa franquicia Dead Island, de Deep Silver. Las guías también nos han dado juego, con publicaciones para descubrir los secretos de Assassins Creed III, Resident Evil 6, Mass Effect 3 o los populares Pokemon. Todos ellos han contribuido a posicionar a Koch Media como la distribuidora independiente de referencia en España.

Trabajaremos para que durante 2013 volvamos a contar en nuestro catálogo con los mejores productos disponibles, de hecho anticipamos que productos como Tomb Raider, Remember Me, Dead Island Riptide, Alien Colonial Marines o Metro Last Light sin duda alguna formarán parte del top del mercado cuando sean comercializados. Nos mantenemos optimistas al respecto puesto que nuestra industria ha demostrado que sabe desarrollar contenido atractivo para el consumidor, generando propuestas de valor que entretienen a nuestros clientes.

Aun así, 2013 será un año duro, si bien por otro lado se espera el revulsivo que supone el lanzamiento de dos nuevas plataformas, pues tras la llegada de Wii U a finales de 2012 será el turno ahora para las sucesoras de Xbox 360 y PlayStation 3.

Gracias por haber estado a nuestro lado durante 2012.



BERTRAND CAUDRON
*Director de la División de Retail, Sales
and Marketing de Microsoft España*



■ MICROSOFT IBÉRICA

Desde hace algunos años, existe un reconocimiento unánime hacia el sector de los videojuegos por haber sido capaz de transformarse e incorporar nuevas experiencias y públicos que habían permanecido tradicionalmente ajenos a esta forma de ocio. Durante el año 2012, Xbox 360 ha mostrado su capacidad para liderar esta transformación y se ha consolidado como una pieza clave a la hora de realizar actividades como ver la TV, divertirnos, comunicarnos, aprender o llevar a cabo procesos de rehabilitación sanitaria.

Gracias a la experiencia extraordinaria que brinda el control por movimientos y voz de Kinect, a un ecosistema de aplicaciones capaces de convertir nuestro televisor en una “caja inteligente”, a la interacción con dispositivos móviles que brinda smartglass y a la coherencia de la experiencia multi-pantalla (televisor, móvil y PC) ofrecida por la integración con Windows 8, Xbox 360 ha demostrado que era posible expandir aún más los límites de un sector que ha admirado al mundo con su capacidad de crecimiento.

El año 2012 ha sido muy significativo para nosotros. Ha sido el año en el que hemos traducido nuestra promesa de crear un centro de entretenimiento para toda la familia en servicios avanzados como Xbox Music. Ha sido el año en el que hemos consolidado nuestro catálogo de contenidos y convirtiéndolo en un referente en contenidos bajo demanda. También hemos sido capaces de otros logros como son llevar la experiencia de Xbox 360 al móvil y a la tableta u ofrecer, gracias a Kinect y juegos como Nike + Kinect Training, la oportunidad de disfrutar de un entrenador personal virtual en casa...

Además, el “Efecto Kinect” ha dejado de ser una promesa innovadora para contribuir a crear un tejido empresarial nuevo en España que está favoreciendo la creación de empleo, la aparición de start-ups punteras en todo el mundo y el desarrollo de soluciones con Kinect para Windows que contribuyen a mejorar la calidad de vida de miles de personas en nuestro país.

De esta manera, en un año marcado por un entorno lleno de desafíos e incertidumbres, hemos sido capaces de ofrecer experiencias cada día más enriquecedoras alrededor de Xbox 360. Lo que ayer sólo parecía una consola de juegos es hoy la puerta de entrada a un ecosistema rico y relevante que nos está ayudando a derribar barreras a la hora de disfrutar de nuestro tiempo de ocio, a mejorar nuestro estado físico y a contribuir en la mejora de la calidad de vida de quienes más lo necesitan.

En definitiva, 2012 ha sido el año en el que Xbox 360 nos ha ayudado a mirar el futuro con nuevos ojos y a ver nuevas e imprevistas potencialidades que van más allá de los límites del entretenimiento. Unos límites que parecen cambiar cada día y que nos hacen, más que nunca, repetirnos una pregunta esencial para todos los que trabajamos en Microsoft: “¿Qué es lo próximo que queremos hacer?”.



ALBERTO GONZÁLEZ
VP de Namco Bandai Partners Ibérica



■ NAMCO BANDAI PARTNERS IBÉRICA

Tras los últimos años en los que la actual generación de consolas se ha expandido y consolidado en un gran número de hogares, mostrando que nuestro sector del entretenimiento es una de las principales forma de ocio de la sociedad actual, el último año y la tendencia que observamos día a día nos muestra como este hecho sigue creciendo, con la venta de nuevos sistemas y nuevas posibilidades en los mismos, llevándonos a un mundo conectado en el que no solo podemos acceder a diversos servicios y funciones, sino que también está siendo una nueva forma de mercado gracias a los contenidos descargables o “en la nube” a los que cada vez más usuarios acceden.

También este mercado, ya mucho mayor, se ha vuelto más exigente y nos demuestra continuamente que es lo que desean, pidiendo una gran calidad en los productos que adquieren, algo que la industria ha demostrado especialmente durante el último año ofreciendo contenidos de gran calidad y diversidad, volviendo a sorprender una vez más y cumpliendo las altas expectativas marcadas por el usuario.



JAMES A. ARMSTRONG
Vicepresidente senior del Sur de Europa y Consejero Delegado para España y Portugal

PlayStation®

■ SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ESPAÑA

2012 ha supuesto para PlayStation® un reto al que nos hemos enfrentado con dedicación y mucho esfuerzo. El lanzamiento de una nueva consola como PlayStation®Vita ha supuesto un enorme desafío dadas las difíciles circunstancias que lamentablemente siguen protagonizando el panorama económico de nuestro país.

Sin embargo, finalizamos el año con unas cifras que avalan el buen desarrollo de nuestra compañía. La introducción de PS Vita en el mercado ha supuesto un incremento del 9.3% en la cuota de mercado de las consolas portátiles, alcanzando un 42.2% en 2012. Un dato que, traducido en valor, supone un crecimiento aún mayor: 14% más en relación al año anterior.

Mucho más significativo ha sido el dato correspondiente a las consolas de sobremesa donde PlayStation se sitúa en una posición de liderazgo, alcanzando un 50.4% del mercado, un 7.4% más que en 2011. Este hecho se debe, en gran medida, a la buena evolución de PlayStation®3. En 2012 PS3™ ha consolidado su presencia en los hogares españoles fundamentalmente gracias a la diversificación de contenidos aptos para todos los públicos. Productos como Wonderbook™ han conseguido cautivar a las familias gracias a su concepto novedoso y revolucionario.

Del mismo modo, la estrategia de PS Vita va a enfocarse en abrir aún más el espectro de usuarios, ofreciendo juegos que colmen las expectativas de los jugadores más hardcore, pero también de los más jóvenes.

Un año más, en PlayStation® hemos seguido reforzando la línea de años anteriores que apuesta por el desarrollo de videojuegos en nuestro país. Durante 2012 se han añadido al portfolio de juegos españoles nuevos títulos para PSP™ tales como Geronimo Stilton: El regreso al reino de la fantasía y Phineas & Ferb: A través de la segunda dimensión. De cara al próximo año ya tenemos otros tres proyectos en marcha que, por primera vez, abrimos al resto de nuestras plataformas.

Por último, no podría dejar de fijarme en el futuro y confiar en las grandes oportunidades que se abren en la industria del videojuego tras el reciente anuncio de PlayStation®4. Su llegada viene arropada por grandes proyectos llamados a aportar frescura al sector y nuevas experiencias a los jugadores.



ANTONIO TEMPRANO
Director General Ubisoft España



UBISOFT™

■ UBISOFT

A pesar de las dificultades de la economía española y del mercado de los videojuegos en general, 2012 ha sido un año espectacular para las ventas de los productos de UBISOFT.

Títulos como Assassin's Creed 3, Just Dance 4, Far Cry 3 y Rocksmith han ocupado los primeros puestos en las tablas de ventas llevando la cuota de mercado de Ubisoft al 10% anual por primera vez en nuestra historia.

El cuarto año consecutivo de decrecimiento en las ventas del sector ha llevado a la retirada de algunas compañías históricas del mercado español. A pesar de ello, se aprecia en el consumidor un claro interés por continuar disfrutando de los juegos de alta calidad y una mayor selectividad a la hora de comprar los distintos títulos. Esto ha llevado a un claro incremento de la concentración de las ventas en un menor número de títulos. Parece clara también la nula efectividad de las medidas antipiratería acordadas en el año 2011 debido a la dificultad que encuentra la Administración en su implementación, es por ello que el sector está tomando las medidas técnicas necesarias para poder evitar esta lacra que hace disminuir los ingresos de las compañías de desarrollo y limita tremendamente la posibilidad de inversión en nuevos títulos. Esperamos una reactivación del mercado en 2013 gracias a la más que probable llegada de las consolas de nueva generación tanto de Sony como de Microsoft que completarán la renovación del parque después del reciente lanzamiento de WiiU por parte de Nintendo.



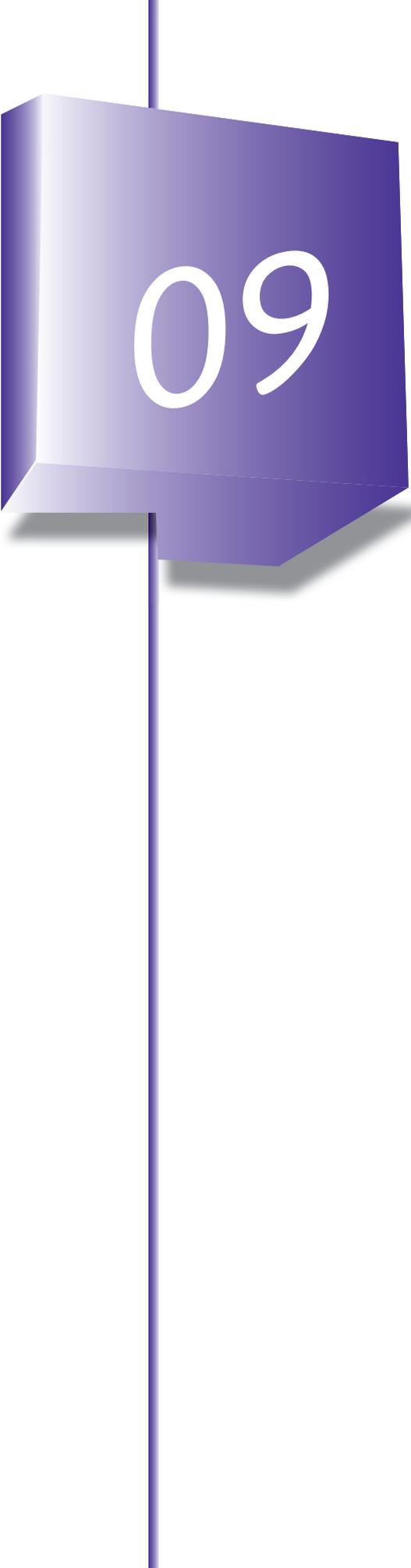
JUAN ANGULO
*Director General de Warner Bros.
Home Entertainment España*



■ WARNER BROS INTERACTIVE

2012 ha sido un año difícil para la industria. La nueva legislación de protección de la propiedad intelectual no ha dado resultado ninguno, los nuevos modos de consumo de videojuegos siguen indicándonos un camino complementario a las formas tradicionales de comercialización y, a la espera de las nuevas consolas en el hogar, el arranque de las plataformas lanzadas no ha sido tan fuerte como cabría esperar dado el difícil entorno económico y social. Aún así, 2012 ha sido un buen año para WB. Tras 5 años distribuyendo videojuegos en España, seguimos escalando posiciones como distribuidor; nuestras franquicias clave siguen teniendo un sitio muy claro para el consumidor, como lo demuestra el reciente lanzamiento de Lego El Señor de los Anillos y nuestra sólida apuesta por el desarrollo en el negocio de digital se consolida. 2013 se plantea como un año apasionante. Tendremos una oferta muy amplia y sólida de franquicias clave en un contexto muy propicio de novedades en hardware – espectaculares desarrollos de los personajes de DC, Lego y El Señor de los Anillos. Todo ello completado con una fuerte oferta digital. Ahora sólo hace falta que, a estos esfuerzos de WB y de toda la industria, se sume el Gobierno permitiendo una competencia leal, o sea, haciendo su trabajo y aplicando una legislación antipiratería aprobada pero no usada.





09

Los grandes lanzamientos de 2012

A pesar de estar inmersos en el cambio a la cuarta generación de consolas, la industria ha continuado innovando en 2012 y lanzando al mercado importantes novedades de software y hardware.

Nuevas plataformas y franquicias y algunos clásicos renovados han ampliado los catálogos de las compañías. La industria ha seguido además incorporando novedades tecnológicas importantes. Los sistemas de juego basados en reconocimiento espacial –entre otros- han continuado dinamizando el mercado.



ACTIVISION

■ CALL OF DUTY: BLACK OPS II - VERSIÓN PS3

La secuela del juego Call of Duty llega con Black Ops II para trasladar a los jugadores al futuro del año 2025, donde el armamento avanzado, la robótica y la tecnología de los aviones no tripulados, son una realidad. Entre las novedades, la función de multijugador incluye un sistema de creación de clases con lo que se puede personalizar el juego mucho más. Además, con la función de transmisión en vivo, los jugadores tienen la posibilidad de transmitir sus partidas en YouTube en tiempo real.

■ SKYLANDERS GIANTS - VERSIÓN WII

La nueva versión de Skylanders Spyro's Adventure continúa dando vida a los juguetes dentro del mundo mágico y gracias al Portal del Poder. En Skylanders Giants se incluyen más de 20 nuevas figuras e innovaciones tecnológicas y de juego que ofrecerán más oportunidades en los modos cooperativo y competitivo.

■ DIABLO3 - VERSIÓN PC

El juego de rol de acción Diablo® III es la continuación de la serie Diablo. En él los jugadores crean un personaje de entre una de las cinco clases -el bárbaro, el médico brujo, el mago, el monje o el cazador de demonios- equipados con una serie de hechizos y habilidades. A medida que los personajes se aventuren por los diferentes escenarios descubrirán una historia épica, combatirán contra hordas de monstruos y jefes desafiantes, obtendrán experiencia y habilidad y conseguirán objetos de increíble poder.

■ ANGRY BIRDS : TRILOGY - VERSIÓN 3DS

Este título incluye escenas animadas y fondos clásicos, con una resolución de 1080p HD con opción de sonido surround. La nueva colección de personajes y contenidos extra refuerza el juego Angry Birds, ofreciendo nuevos y divertidos retos. Todo esto a medida que los jugadores resuelven desafíos y aumentan su puntuación.

■ PROTOTYPE 2 - VERSIÓN PS3

La secuela del best-seller de Radical Entertainment presenta en Prototype 2 un nuevo protagonista: el sargento James Heller, que llega dispuesto a vengarse del hombre al que considera responsable de la pérdida de sus seres queridos y de la destrucción del mundo que conocía, Alex Mercer.



DISNEY INTERACTIVE STUDIOS

■ BRAVE

En el juego de Brave los usuarios que quieran disfrutar de una aventura podrán hacerlo poniéndose en la piel de su protagonista, Brave, o en la de cualquiera de los personajes de la película. Con ellos se podrá correr, saltar y luchar por Escocia mientras el jugador demuestra todo su ingenio y valentía en la lucha contra sus enemigos para poner fin a una maldición mágica y salvar el reino.

■ CLUB PENGUIN

Club Penguin se desarrolla en una isla virtual cubierta de nieve en la que los más pequeños juegan e interactúan con otros amigos. Con ellos participan en diferentes actividades, todas ellas de la mano de sus avatares, personalizados como pingüinos que se involucrarán en misiones secretas con diferentes desafíos.

■ EPIC MICKEY 2

Con Epic Mickey: El retorno de dos héroes, los jugadores serán Mickey Mouse y Oswald, el Conejo de la Suerte, en toda una nueva aventura. Vuelven a Westland, un mundo alternativo repleto de personajes olvidados de los años 80 y atracciones de los parques, en el que por primera vez, Mickey y Oswald unirán sus fuerzas como verdaderos compañeros.

■ PRINCESAS

En Princesas los jugadores viajarán por los mundos de Cenicienta, Rapunzel, Ariel, Bella y Tiana para tratar de deshacer el hechizo que ha sido lanzado a través de los reinos. Todo esto desde la piel de un aprendiz del Hada Madrina que se encontrará con personajes conocidos, como Lumiere, Pascal, platija o Gus que harán de guías a través de las misiones del juego.

■ WHERE IS MY WATER?

El cocodrilo Swampy es el personaje principal de Where is my water? que llega con nuevos diseños y niveles en los que incluso, este podrá soplar la vela por su primer cumpleaños.

ELECTRONIC ARTS

■ BATTLEFIELD 3

En Battlefield 3 los soldados son marines de élite de los Estados Unidos que se enfrenta a 12 misiones en diferentes escenarios en ciudades como París, Teherán o Nueva York. El juego tiene como base la historia de su predecesor Battlefields 2, con recuerdos de Sargento Blackburn y las historias que dos agentes de la CIA le cuentan.



■ FIFA 13

FIFA 13 recoge toda la espectacularidad y espontaneidad del mundo del fútbol en cinco innovaciones que cambian la forma de jugar, y revolucionan la inteligencia artificial, el regate, el control del balón y el juego físico. Estas innovaciones fomentan una auténtica lucha por la posesión del balón en el campo, aportan libertad y creatividad durante el ataque, y captan la magia de este deporte.



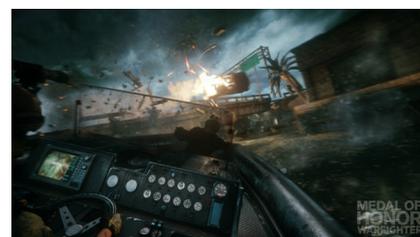
■ MASS EFFECT 3

En Mass Effect 3 una raza de alienígenas llamada "Segadores" ha lanzado una invasión total y sólo ha dejado un rastro de destrucción. El jugador, bajo el papel del Comandante Shepard, es el único capaz de salvar la Tierra que ha sido tomada y se extenderá si la misión fracasa. Todo un juego de estrategias, alianzas y decisiones con las que hay que eliminar a los Segadores.



■ MEDAL OF HONOR WARFIGHTER

Medal of Honor Warfighter™ trae una experiencia agresiva, arenosa y auténtica que pondrá a los jugadores en las botas de los más precisos y disciplinados guerreros de la actualidad. Medal of Honor Warfighter es una mirada cercana al campo de batalla y a la lucha contra la amenaza terrorista mundial.



■ NEED FOR SPEED MOST WANTED

En Most Wanted hay que ser más rápido que la policía, adelantar a los amigos, y ser más astuto que el resto de rivales. Con la policía en los talones hay que tomar decisiones en milésimas de segundo. El mundo abierto es una ventaja para encontrar escondites, rampas de salto y ganar nuevos coches para ir un paso por delante.

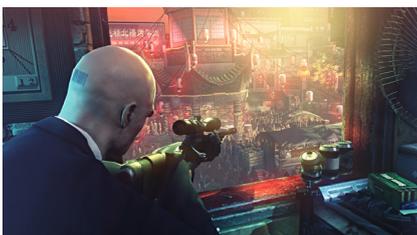




KOCH MEDIA

■ LET'S SING 5 VERSIÓN ESPAÑOLA

Con Let's Sing 5 los jugadores podrán interpretar 30 temas de artistas nacionales, que incluyen los vídeos musicales originales. Todo pensado para que se sientan como verdaderos artistas mientras cantan clásicos como "La Flaca" de Jarabe de Palo o "Años 80" de Los Piratas, hasta composiciones más recientes como "Solamente tú" de Pablo Alborán, "Cada dos minutos" de Despistaos y "En qué estrella estará" de Nena Daconte.



■ HITMAN: ABSOLUTION

El juego combina el estilo clásico y la libertad de elección con jugosas novedades. Entre ellas el Modo instinto, que permite contemplar el mundo a través de los ojos del Agente 47 y conocer todos sus secretos ocultos. Se suma también la nueva modalidad denominada Contratos, que trae la opción de crear y compartir nuevos desafíos dentro del juego.



■ DARKSIDERS II

Darksiders II trae una impactante aventura de acción donde el jugador se adentra en un universo épico, muy diferente a lo visto hasta ahora en un videojuego. A lomos de su fiel montura, Desesperación, y con la ayuda del ave rapaz Polvo, el jugador se pone en la piel de Muerte, el más poderoso de los cuatro jinetes del Apocalipsis, embarcándose en una aventura en la que deberá restablecer la humanidad. El equilibrio entre el Cielo y el Infierno pende de un hilo y todos los signos exteriores apuntan a un desenlace que, a pesar de ser conocido, causa un profundo estupor y un miedo atroz a los mortales.



■ GUILD WARS 2

En esta segunda parte se sientan las bases de una nueva era en los juegos de rol multijugador. Se combina un sistema de combate innovador, una experiencia dinámica de juego interactivo con historias personalizadas y una grandeza épica dispuesta sobre un entorno realmente vivo, dinámico y visualmente impactante. El jugador debe elegir entre ocho profesiones distintas, cada una con sus propios poderes únicos y ataques devastadores.



■ RESIDENT EVIL™ 6

Resident Evil™ 6 trae como novedad tres hilos argumentales entrelazados, que proporcionan diferentes perspectivas de la historia y estilos de juego. Además presenta una innovadora mecánica Crossover que permite a los jugadores formar equipos y compartir el terror.

MICROSOFT

■ HALO 4

Halo 4 supone el retorno del mayor héroe que ha conocido la humanidad, el Jefe Maestro, y marca el comienzo de una nueva trilogía de la saga Halo. Halo 4 se sitúa cinco años después de los eventos sucedidos en su anterior edición en un misterioso planeta. En él, el Jefe Maestro, junto a IA Cortana, descubren un antiguo y poderoso mal que amenaza con aniquilar todo el rastro de vida humana. Con el destino de la humanidad en sus manos tendrán que embarcarse en una misión desesperada para intentar frenar nuestra inminente extinción.

■ FORZA HORIZON

Con Forza Horizon se abre un nuevo camino en la saga, trasladando toda la autenticidad y pasión por los coches. Forza Horizon ofrece una nueva experiencia de conducción en un mundo abierto a la vez que mantiene un enorme realismo, diversión e innovación.

■ KINECT STAR WARS

Kinect Star Wars permite vivir el universo Star Wars. Con el control sin mandos Kinect los fans podrán convertirse en un maestro Jedi, competir en emocionantes y peligrosas carreras de vainas o meterse en la piel de un monstruoso Rancos. Además, utilizarán todo su cuerpo para lograr dominar los poderes de la Fuerza, luchar en duelos de sables laser y vivir increíbles aventuras en una galaxia muy, muy lejana. Y todo ello para disfrutar en solitario o con amigos.

■ DANCE CENTRAL 3

El estudio "Harmonix", creador de "Rock Band", continúa expandiendo el universo "Dance Central" con nuevas opciones, y novedades en los modos de juego, como el multijugador para hasta 8 personas. También llega con una banda sonora más variada y electrizante que trae temas de los mejores artistas de las cuatro últimas décadas.

■ KINECT SPORTS ULTIMATE

Kinect Sports Ultimate es el juego para los amantes del deporte y la diversión. En él se incluyen todos los contenidos de la saga Kinect Sports para disfrutar de un total de 13 deportes: fútbol, golf, esquí, tenis, boxeo, dardos, béisbol,... El contenido descargable incluye descensos de esquí nocturno, 9 hoyos de golf adicionales, pruebas de baloncesto y nuevos desafíos para todos los deportes.





NAMCO BANDAI PARTNERS IBÉRICA

■ FORMULA 1

F1 2012 llega con una gran cantidad de novedades y una amplia gama de avances técnicos y de juego. Además incluye nuevos elementos para los modos multijugador, competitivo y cooperativo. Como novedad acerca a los jugadores la Prueba de Jóvenes Pilotos, una serie de tutoriales que introducen a los nuevos conductores en la Fórmula 1 y les explica cómo manejar los coches más apasionantes y precisos del mundo del motor.



■ MONSTER HIGH SKULTIMATE ROLLER MAZE

Es el momento de lanzarse a la pista en Monster High™: Skultimate Roller Maze™! En cuanto el personaje Monster High está elegido hay que organizar un grupo de amigos y enemigos mientras se patina a través de las catacumbas de Monster High. La importancia del trabajo en equipo y la deportividad son clave.



■ NARUTO SHIPPUDEN ULTIMATE NINJA STORM GENERATION

La última entrega de la serie de Videojuegos de NARUTO amplía el número de personajes jugables y de apoyo más allá que cualquier otro juego de NARUTO anterior. Estos competirán en una gran variedad de modos de batalla online, con todos sus personajes de NARUTO, incluyendo Raikage y Sasuke Uchiha (susano'ō). Esta nueva entrega incorpora una colección de cartas que poseen un código exclusivo que permite a los jugadores desbloquear el correspondiente arte de cada personaje para su perfil dentro del juego y participar en una pequeña batalla especial para desbloquear habilidades extra que supondrán una grave ventaja en las peleas principales.



■ ONE PIECE PIRATE WARRIORS

Este juego de acción estimula a los jugadores a controlar a la Banda del Sombrero de Paja para derrotar a los demás piratas y a la Marina. Los jugadores pueden experimentar la historia del gran One Piece a través de la acción más refrescante.



■ TEKKEN TAG TOURNAMENT 2

Tekken Tag Tournament 2 reúne a nuevos personajes con viejos conocidos para formar el mayor elenco hasta la fecha. Con ellos se experimentan las mecánicas de ataque más avanzadas, insuperables combos de movimientos y nuevos modos de combate. Además, trae funciones innovadoras que amplían la accesibilidad de Tekken, con combinaciones ilimitadas de luchadores y múltiples formas de desafío: ¡un autentico combate!

NINTENDO

■ NINTENDO LAND (WII U)

En Nintendo Land los jugadores se trasladan a un auténtico parque de atracciones con minijuegos basado en las franquicias y personajes más populares de Nintendo como Mario, Zelda, Metroid, Pikmin o Donkey Kong. Hasta cinco jugadores pueden disfrutar a la vez de sus diferentes propuestas de manera cooperativa o competitiva.



■ POKÉMON EDICIÓN NEGRA 2 Y POKÉMON EDICIÓN BLANCA 2 (NDS/ N3DS)

En esta nueva entrega llegan más personajes, más trama, más regiones que explorar y 300 Pokémon disponibles. Los jugadores vivirán nuevas experiencias de juego gracias a Radar Pokémon y Pokédex 3D Pro, dos aplicaciones sólo disponibles en la eShop de Nintendo 3DS.



■ NEW SUPER MARIO BROS 2 (N3DS)

Mario y Luigi viven la fiebre del oro en el primer juego de Nintendo disponible tanto en formato físico como en descarga digital a través de la eShop. Su objetivo es rescatar a la Princesa Peach de las manos de Bowser, y se puede hacer de manera individual o jugando con Mario y Luigi en el modo cooperativo local.



■ NINTENDO PRESENTA: NEW STYLE BOUTIQUE (N3DS):

En New Style Boutique los jugadores deberán gestionar su propia tienda y convertirla en un imperio de moda. Hay que tener buen ojo para aconsejar a cada una de las clientas en función de sus diferentes gustos, para lo que se cuenta con cerca de 12.000 prendas distintas. El objetivo: conseguir que la boutique sea el referente de moda en toda la ciudad.



■ INAZUMA ELEVEN STRIKERS (WII):

La saga que comenzó en las portátiles de Nintendo da el salto a Wii. En Inazuma Eleven Strikers el jugador sabrá si tiene madera de entrenador, porque será el responsable de sacar el mayor partido posible a un equipo llamado a convertirse en la mejor plantilla del planeta. Deberá entrenar, diseñar las mejores estrategias y ayudar a sus jugadores a hacerse con la victoria.





SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ESPAÑA

■ EL LIBRO DE LOS HECHIZOS (PS3)

El Libro de los Hechizos sumerge al jugador en la escuela Hogwarts™ donde aprenderá increíbles hechizos y descubrir textos inéditos de J.K. Rowling. El juego abre un nuevo capítulo en la experiencia de juego de PlayStation®3, donde se emplea la tecnología de realidad aumentada. Acompañado por PlayStation®Move, Wonderbook™ se transforma en un libro de conjuros, con el que poder lanzar increíbles hechizos como un auténtico alumno de Hogwarts.



■ UNCHARTED: EL ABISMO DE ORO (PS VITA)

Con Uncharted los jugadores descubrirán el oscuro secreto que se esconde detrás de la masacre de una expedición española hace 400 años. Todo ello gracias a las pistas de una secta secreta. Su protagonista Nathan Drake está atrapado en medio de la rivalidad entre su antiguo amigo Jason Dante, y Marisa Chase, la nieta de un arqueólogo que ha desaparecido sin dejar rastro. Drake recorre peligrosas cuencas de ríos, desconocidas ruinas de templos y cavernas de América central en busca de la legendaria ciudad pérdida, viéndose empujado hasta el borde del Abismo Dorado.



■ LITTLEBIGPLANET VITA (PS VITA)

Un nuevo planeta, Carnivalia, se ha creado en el cosmo y atrae a los residentes de Craftworld hacia él. Pero no todo es lo que parece en este misterioso mundo ferial y ambulante... Entre bastidores, una misteriosa figura conocida como El Titiritero mueve los hilos de Carnivalia; una tierra que una vez estuvo llena de risa y que ahora solo existe para extraer la alegría y la felicidad de sus habitantes. Ahora es el momento para que Sackboy™ y un adorable elenco de personajes descubran los secretos de El Titiritero y devuelvan la diversión a la feria.



■ PLAYSTATION ALL-STARS: BATTLE ROYALE (PS3 / PS VITA)

El juego reúne a personajes como Kratos, PaRappa the Rapper, Nathan Drake o Fat Princess. En All-Stars: Batta Royale los universos van colisionando mientras forman entornos interactivos y en los que el jugador podrá disfrutar mientras compite con amigos o familiares ya sea de manera online o a través del sistema multiplataforma contra jugadores de PS Vita o participando en torneos online llenos de acción.



■ PHINEAS & FERB: A TRÁVES DE LA SEGUNDA DIMENSIÓN

El videojuego de Phineas y Ferb sigue la lucha contra el malvado Dr Doofenshmirtz y sus robots, para poder salvar el mundo. A través de distintas dimensiones Phineas y Ferb viven una fascinante aventura llena de combates, acción, artilugios actualizables, elementos acumulables y nuevos personajes que desbloquear.

TAKE TWO

■ BORDERLANDS 2

La secuela del juego de rol y acción regresa con su estilo, sus carismáticos personajes y su adictiva jugabilidad de saqueo incesante y cooperativo. En Borelands 2 cuatro nuevos buscadores de la Cámara luchan por liberar Pandora de las garras de Jack el Guapo, el astuto, carismático y despreciable presidente de la corporación Hyperion.



■ MAX PAYNE 3

Max Payne 3 continúa la historia del ex detective de Nueva York a quien da nombre el juego, Max Payne. Aún atormentado por los recuerdos de su traumático pasado, Max comienza una nueva vida trabajando en seguridad privada protegiendo a un rico empresario y a su familia en Sao Paulo, Brasil. Cuando las bandas fijan su objetivo en esta familia, Max se ve forzado a luchar para salvar a sus clientes y limpiar su nombre, en un intento, de una vez por todas, de librarse de los demonios que le han torturado durante tanto tiempo.



■ NBA® 2K13

Este año en 2K Sports JAY Z llega como Productor Ejecutivo del juego y lleva a la cancha virtual a un siguiente nivel. Incluyendo un modo Mi Carrera mejorado y nuevas opciones, NBA 2K13 permitirá enfrentar a los jugadores históricos de la NBA contra una nueva dinastía de talentos, incluyendo el debatido encuentro entre la selección masculina de baloncesto de Estados Unidos de 2012 y el legendario "Dream Team" de 1992. Además, la versión española de NBA® 2K13 contará con comentarios en español por primera vez en la historia de la franquicia e incluirá a Marc Gasol, jugador de los Memphis Grizzlies, en la portada del juego representando la gran calidad de los jugadores españoles en este deporte.



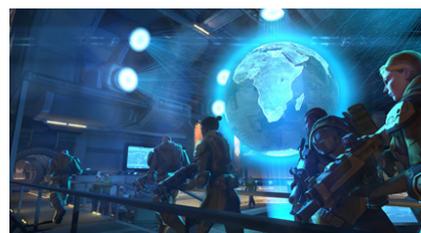
■ SPEC OPS: THE LINE

Han pasado 6 meses desde que Dubái ha sido borrada del mapa por una tormenta de arena. Se han perdido miles de vidas, incluidas aquellas de los soldados americanos que fueron enviados a evacuar la ciudad. La que fue en una época la ciudad más fantástica del mundo, ahora es su ruina más opulenta. Una señal de socorro misteriosa y débil se ha podido coger desde Dubái, y un equipo de agentes Delta es enviado a infiltrarse en la ciudad. Su misión es sencilla: encontrar supervivientes y la radio para evacuarlos. Pero lo que encuentran es una ciudad sumida en la guerra. Para salvar Dubái, tendrán que encontrar al coronel John Konrad, un hombre en plena crisis de locura.



■ XCOM: ENEMY UNKNOWN

Amenazados por un enemigo desconocido, los gobiernos de la tierra se unen para formar una organización paramilitar secreta, conocida como XCOM, cuyo objetivo será el de combatir este ataque extraterrestre. Como comandante de XCOM, se controlará al equipo mundial de defensa en una batalla contra una aterradora invasión extraterrestre. El destino de la raza humana está en los mandos del jugador mediante la creación y gestión de una base completamente operativa, investigando las tecnologías alienígenas, planificando misiones de combate y controlando el movimiento del soldado en la batalla.





UBISOFT

■ ASSASSIN'S CREED III

La última entrega de Assassin's Creed se sitúa en plena Revolución Americana. Corre el año 1775. Las colonias norteamericanas están al borde de la revuelta. El jugador se pone en el papel de Connor Kenway, un Assassin que ha jurado liberar a su pueblo y su nación y que se rebelará contra la opresión británica. Sus habilidades se pondrán a prueba mientras se embarca en una violenta misión que le llevará desde caóticos centros urbanos a sangrientos campos de batalla, y más allá.

■ JUST DANCE 4

En esta cuarta entrega de Just Dance se cuenta con un listado de canciones que mezcla los éxitos actuales con canciones bailables de todos los tiempos. Con Just Dance 4, la fiesta es cuando y donde el usuario quiera, ¡La fiesta es aquí!

■ GHOST RECON FUTURE SOLDIER

Equipados con la tecnología de combate más avanzada, los Ghosts son capaces de eliminar a los objetivos más peligrosos, en las zonas más conflictivas del planeta, luchando desde el anonimato y enfrentándose a cualquier tipo de situación adversa. Táctica, sigilo e infiltración, son las señas de identidad de la franquicia Ghost Recon. Con Ghost Recon Future Soldier todas esas características se elevarán al máximo nivel, donde el trabajo en equipo será el arma definitiva para cumplir con el objetivo. Los Ghost son la élite y no es una unidad a la que uno se pueda apuntar... Ellos te reclutarán a ti.

■ FAR CRY

Far Cry 3 es una mezcla de acción frenética, un extenso mundo abierto, una historia digna de Hollywood y un ambiente cargado de "DEMENCIA".

■ ROCKSMITH

Rocksmith es el juego que permite aprender a tocar la guitarra o el bajo con un instrumento real. Es el modo perfecto de aprender a tocar para aquellos que se están iniciando, al tiempo que es todo un reto para quienes ya saben tocar, puesto que el juego detecta su nivel y su progreso y adapta el nivel de dificultad. Una lista de canciones llena de imprescindibles del rock completa las características del título.

WARNER BROS INTERACTIVE

■ EL TESTAMENTO DE SHERLOCK HOLMES

1898, Londres. Todas las evidencias de la policía apuntan a Sherlock Holmes como el principal sospechoso en un caso de robo, fraude y traición. Incapaz de probar su propia inocencia, Holmes pierde rápidamente la confianza de Londres, incluso de su fiel Watson, mientras su comportamiento siembra mayores sospechas... ¿Podrá Holmes ir tan lejos como para cometer asesinatos?



■ FINAL FANTASY XIII-2

En la secuela del archiconocido Final Fantasy XIII el jugador tiene mayor libertad a la hora de elegir entre una variedad de posibilidades y caminos. Las decisiones de los jugadores afectan no sólo a su entorno sino también al espacio-tiempo.



■ LEGO BATMAN 2

Batman y Robin vuelven en LEGO® Batman™ 2: DC Super Heroes. Esta vez, al dúo formado por Batman y Robin se le unen otros conocidos superhéroes como Superman, Wonder Woman y Green Lantern, para ayudar a salvar Gotham de la destrucción a manos de los villanos Lex Luthor y Joker. Los seguidores de Batman de todas las edades pueden disfrutar de una original historia llena de acción y el característico humor de los videojuegos de LEGO.



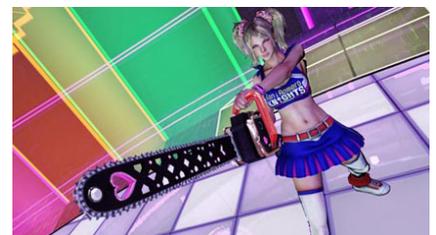
■ LEGO THE LORD OF THE RINGS

Basado en la trilogía cinematográfica de El Señor de los Anillos, LEGO® El Señor de los Anillos™ lleva a los jugadores a moverse por épicas aventuras de la Tierra Media. Con la peligrosa misión de destruir un antiguo anillo mágico que amenaza a la Tierra Media, Frodo deberá abandonar a la fuerza su pacífico hogar. Pero el anillo debe ser encontrado y el camino al Monte del Destino, el único lugar donde puede ser destruido, estará lleno de orcos y otras enigmáticas criaturas.



■ LOLLIPOP CHAINSAW

Lollipop Chainsaw es la historia de "no muertos" de la dulce y letal cazadora de zombis Juliet Starling que continúa su lucha por descubrir la raíz de un brote de zombis colosal. Armada con su motosierra, Juliet rebanará y troceará a todo aquel que se interponga en su camino hacia la verdad, aunque pronto descubrirá que esa multitud es sólo el acto de apertura de un festival zombi para acabar con ella.



10

Los más vendidos

Por tercer año consecutivo Call of Duty se convierte en el título más vendido. El segundo y tercer puesto lo ocupan las conocidísimas franquicias deportivas FIFA 2013 y Pro Evolution Soccer 2013, seguidas de un juego de carácter social -Just Dance 4- y de nuevo Call of Duty.

Acción, deporte y un juego de carácter social, en línea con el carácter social del ciudadano español, son los géneros más vendidos en nuestro país.

Un análisis algo más extenso sobre el TOP 20 de los títulos más vendidos, concluye además que el 65% de los títulos más exitosos ha sido catalogado con el código PEGI 3, 10% con el PEGI 12, 10% PEGI 16 y 15% PEGI 18.



Pos.	TÍTULO	PRODUCTO	EDITOR	DISTRIBUIDOR	GÉNERO	PEGI
1	CALL OF DUTY: BLACK OPS II	PS3	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
2	FIFA 13 (MOVE)	PS3	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
3	PRO EVOLUTION SOCCER 2013	PS3	KONAMI	KONAMI	SPORT	3
4	JUST DANCE 4	WII	UBI SOFT	UBI SOFT	SOCIAL GAMING: DANCE	3
5	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3	PS3	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
6	ASSASSIN'S CREED III	PS3	UBI SOFT	UBI SOFT	ACTION/COMBAT	18
7	NEW SUPER MARIO BROS. 2	NINTENDO 3DS	NINTENDO	NINTENDO	PLATFORM	3
8	FIFA 12	PS3	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
9	MARIO KART 7	NINTENDO 3DS	NINTENDO	NINTENDO	RACE/RALLY	3
10	SUPER MARIO 3D LAND	NINTENDO 3DS	NINTENDO	NINTENDO	PLATFORM	3
11	JUST DANCE 3	WII	UBI SOFT	UBI SOFT	SOCIAL GAMING: DANCE	3
12	DIABLO III	WINDOWS	BLIZZARD ENT	ATVI BLIZZARD	GRAPH.ADV./RPG	16
13	UNCHARTED 3: LA TRACION DE DRAKE	PS3	SONY	SONY	GRAPH.ADV./RPG	16
14	PRO EVOLUTION SOCCER 2012	PS3	KONAMI	KONAMI	SPORT	3
15	POKEMON EDICION NEGRA 2	NINTENDO DS	NINTENDO	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	3
16	NEW SUPER MARIO BROS.	WII	NINTENDO	NINTENDO	PLATFORM	3
17	WII PARTY	WII	NINTENDO	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
18	MARIO PARTY 9	WII	NINTENDO	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
19	INAZUMA ELEVEN 2: VENTISCA ETERNA	NINTENDO DS	NINTENDO	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	12
20	INAZUMA ELEVEN 2: TORMENTA DE FUEGO		NINTENDO DS	NINTENDO	NINTENDO GAMES: GRAPH.ADV./RPG	12
21	FIFA 13 (KINECT)	XBOX360	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
22	POKEMON EDICION BLANCA 2	NINTENDO DS	NINTENDO	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	3
23	WII PLAY MOTION + REMOTE PLUS RED	WII	NINTENDO	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
24	BATTLEFIELD 3	PS3	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	ACTION/COMBAT	18
25	GRAN TURISMO 5 PLATINUM	PS3	SONY	SONY	RACE/RALLY	3

Pos.	TÍTULO	PRODUCTO	EDITOR	DISTRIBUIDOR	GÉNERO	PEGI
26	MARIO & SONIC EN LOS JUEGOS OLIMPICOS - LONDON 2012	WII	SEGA	SEGA	SPORT	3
27	FORMULA 1 2012	PS3	CODEMASTERS	NAMCO BANDAI	RACE/RALLY	3
28	INVIZIMALS: LAS TRIBUS PERDIDAS	PSP	SONY	SONY	ACTION/COMBAT	7
29	INAZUMA ELEVEN: STRIKERS	WII	NINTENDO	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	12
30	CALL OF DUTY: BLACK OPS II	XBOX360	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
31	SKYLANDERS GIANTS	WII	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	GRAPH.ADV./RPG	7
32	ASSASSIN'S CREED: REVELATIONS	PS3	UBI SOFT	UBI SOFT	ACTION/COMBAT	18
33	FORMULA 1 2011	PS3	CODEMASTERS	NAMCO BANDAI	RACE/RALLY	3
34	PRO EVOLUTION SOCCER 2012	PSP	KONAMI	KONAMI	SPORT	3
35	FIFA 13	WII	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
36	SKYLANDERS: SPYRO'S ADVENTURE	WII	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	GRAPH.ADV./RPG	7
37	RESIDENT EVIL 6	PS3	CAPCOM	KOCH MEDIA	ACTION/COMBAT	18
38	FIFA 12	WII	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
39	MAX PAYNE 3	PS3	R*	TAKE 2	ACTION/COMBAT	18
40	NBA 2K13	PS3	2K GAMES	TAKE 2	SPORT	3
41	FIFA 13	PSP	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
42	PRO EVOLUTION SOCCER 2013	PSP	KONAMI	KONAMI	SPORT	3
43	WONDERBOOK: EL LIBRO DE LOS HECHIZOS (MOVE) + WONDERBOOK	PS3	SONY	SONY	GRAPH.ADV./RPG	7
44	UNCHARTED: EL ABISMO DE ORO	PS VITA	SONY	SONY	GRAPH.ADV./RPG	16
45	PRO EVOLUTION SOCCER 2012	PS2	KONAMI	KONAMI	SPORT	3
46	FIFA STREET	PS3	ELECTR. ARTS	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
47	GUILD WARS 2	WINDOWS	NCSoft	KOCH MEDIA	GRAPH.ADV./RPG	12
48	SUPER MARIO GALAXY NINTENDO SELECTS	WII	NINTENDO	NINTENDO	NINTENDO GAMES: PLATFORM	3
49	MARIO KART + WII WHEEL	WII	NINTENDO	NINTENDO	RACE/RALLY	3
50	ASSASSIN'S CREED III	XBOX360	UBI SOFT	UBI SOFT	ACTION/COMBAT	18

■ ACTIVISION BLIZZARD

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
CALL OF DUTY: BLACK OPS II	VERSIÓN PS3	ACTION/COMBAT	18
SKYLANDERS GIANTS	VERSIÓN WII	GRAPH.ADV./RPG	7
DIABLO3	VERSIÓN PC	GRAPH.ADV./RPG	16
ANGRY BIRDS: TRILOGY	VERSIÓN 3DS	GRAPH.ADV./RPG	3
PROTOTYPE 2	VERSIÓN PS3	ACTION/COMBAT	18

■ DISNEY INTERACTIVE STUDIOS

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
PHINEAS Y FERB: A TRAVES DE LA 2ª DIMENSION	PSP	GRAPH.ADV./RPG	3
CLUB PENGUIN: CUERPO DE PINGÜINOS DE ELITE	DS	GRAPH.ADV./RPG	3
EPIC MICKEY 2: EL RETORNO DE DOS HÉROES	Wii	GRAPH.ADV./RPG	3
EPIC MICKEY MUNDO MISTERIOSO	3DS	GRAPH.ADV./RPG	3
KINGDOM HEARTS 3D: DREAM DROP DISTANCE	3DS	GRAPH.ADV./RPG	3

■ ELECTRONIC ARTS

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
FIFA 13 (Move)	PS3	SPORT	3
FIFA 13 (KINECT)	Xbox 360	SPORT	3
FIFA 13	Wii	SPORT	3
FIFA 13	PSP	SPORT	3
FIFA STREET	PS3	SPORT	3

■ KOCH MEDIA

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
RESIDENT EVIL 6	PS3	ACCIÓN	18
GUILD WARS 2	WINDOWS PC	MMORPG	12
THE ELDER SCROLLS V: SKYRIM - MAP EDITION	PS3	RPG	18
RESIDENT EVIL: OPERATION RACoon CITY	PS3	ACCIÓN	18
LET'S SING 5 VERISON ESPAÑOLA + 2 MICROFONOS	WII	KARAOKE	12

■ MICROSOFT

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
HALO 4	XBOX360	ACTION/COMBAT	16
FORZA MOTORSPORT 4 (KINECT)	XBOX360	RACE/RALLY	3
GEARS OF WAR 3	XBOX360	ACTION/COMBAT	18
KINECT SPORTS SEGUNDA TEMPORADA (KINECT)	XBOX360	SPORT	3
KINECT STAR WARS (KINECT)	XBOX360	ACTION/COMBAT	12

■ NAMCO BANDAI PARTNERS IBÉRICA

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
FORMULA 1 2012	PS3	CARRERAS	3
MONSTER HIGH EL PATINAJE LABERINTICO	NDS	CARRERAS	3
MONSTER HIGH EL PATINAJE LABERINTICO	WII	CARRERAS	3
FORMULA 1 2012	XBOX360	CARRERAS	3
NARUTO SHIPPUDEN: ULTIMATE NINJA STORM GENERATIONS		LUCHA	12

■ NINTENDO

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
NEW SUPER MARIO BROS. 2	NINTENDO 3DS	GAMES: PLATFORM	3
MARIO KART 7	NINTENDO 3DS	GAMES: RACE/RALLY	3
SUPER MARIO 3D LAND	NINTENDO 3DS	GAMES: PLATFORM	3
POKEMON EDICION NEGRA 2	NINTENDO DS	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	3
NEW SUPER MARIO BROS.	WII	GAMES: PLATFORM	3

■ SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ESPAÑA

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
UNCHARTED 3: LA TRAICION DE DRAKE	PS3	GRAPH.ADV./RPG	16
GRAN TURISMO 5 PLATINUM	PS3	RACE/RALLY	3
INVIZIMALS: LAS TRIBUS PERDIDAS	PSP	ACTION/COMBAT	7
GRAN TURISMO	PSP	RACE/RALLY	3
WONDERBOOK: EL LIBRO DE LOS HECHIZOS (MOVE)			
+ WONDERBOOK	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7

■ TAKE TWO

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
BATMAN: ARKHAM CITY	PS3	ACTION/COMBAT	16
FINAL FANTASY XIII-2	PS3	GRAPH.ADV./RPG	16
EL SEÑOR DE LOS ANILLOS: LA GUERRA DEL NORTE	PS3	GRAPH.ADV./RPG	18
LEGO EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7
LEGO BATMAN 2: DC SUPER HEROES	PS3	ACTION/COMBAT	7

■ UBISOFT

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
JUST DANCE 4	WII	DANCE	3
ASSASSIN'S CREED 3	PS3	ACTION/COMBAT	18
JUST DANCE 3	WII	DANCE	3
ASSASSIN'S CREED LIBERATION	PSVITA	ACTION/COMBAT	18
SSASSIN'S CREED 3.	XBOX 360	ACTION/COMBAT	18

■ WARNER BROS INTERACTIVE

TÍTULO	PLATAFORMA	GENERO	PEGI
MAX PAYNE 3	PS3	ACTION/COMBAT	18
NBA 2K13	PS3	SPORT	3
NBA 2K12 (MOVE)	PS3	SPORT	3
GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES PLATINUM	PSP	ACTION/COMBAT	18
GRAND THEFT AUTO IV PLATINUM	PS3	ACTION/COMBAT	18

An orange, 3D-style sign with the number '11' in white. The sign is attached to a vertical orange line that runs down the left side of the page.

11

Presente y futuro de la industria

Actualmente la industria del videojuego se encuentra en una etapa de transición marcada por el momento “valle” en el ciclo de consumo en el que nos encontramos y por la falta de madurez de los nuevos modelos de negocio online. Sin embargo, las perspectivas a corto medio plazo son muy positivas. La próxima generación de consolas, unido al desarrollo de los canales de distribución online, la multiplicación de plataformas, la madurez del modelo publicitario “advergames” y la progresiva introducción de los videojuegos como herramienta tecnológica en múltiples áreas, serán las principales claves de este desarrollo.



Según datos del “Global Entertainment Media Outlook: 2012-2016” elaborado por PWC, a partir del próximo año el mercado evolucionará en positivo hasta alcanzar los 523M€ de consumo de videojuegos en 2016. Entraremos en una nueva etapa en la que el canal online ganará el peso específico con el que aún no cuenta. Esta consultora apunta un crecimiento principalmente en dos frentes: En primer lugar, el desarrollo de los juegos online para el que se espera un crecimiento del 9,7% entre 2012-16 y de los juegos wireless para el que se espera un +8,6%.

En segundo lugar, el crecimiento de la publicidad insertada en videojuegos que supondrá una importante fuente de ingresos para las compañías.



Ante este contexto de cambio, y la llegada de la nueva generación de consolas, las perspectivas mejoran relativamente. Aunque aún nos esperan algunos años de reajuste, básicamente por la lenta recuperación del consumo en línea con las tendencias macroeconómicas globales, la industria continuará innovando y ganando en términos de penetración, tanto por la multiplicación del perfil de usuario, como por la duplicidad de canales de distribución y mejora de accesibilidad con las nuevas plataformas.

Ahora bien, el cambio a estos nuevos modelos de distribución, hace necesario un esfuerzo normativo global que garantice la sostenibilidad del sistema y que además incentive la atracción de capitales a nuestro mercado.

Desde aDeSe, como miembro activo de ISFE, la patronal europea del videojuego, seguiremos insistiendo en la necesidad de establecer los mecanismos necesarios para incrementar el atractivo del mercado paneuropeo, y de España en particular, como entorno desarrollador, ganando en capacidad para la captación de inversiones a través de distintas medidas e incentivos.



Apostamos por el papel de la industria del videojuego en la nueva economía de la innovación y queremos que nuestro país se constituya como un verdadero foco de desarrollo de manera que pueda aprovechar las oportunidades de riqueza y creación de empleo asociadas a la industria tecnológica líder en potencial de crecimiento.

Por otra parte, la industria no puede sostenerse con cotas de piratería que superan el 7%. Es necesario un cambio en la estrategia y una revisión del desarrollo reglamentario de la Ley de Propiedad Intelectual para mejorar su eficacia. Se trata de generar una metodología realista y ajustada al medio en el que debe hacerse útil y que por tanto pueda hacer frente al carácter inmediato y global de la red.

Asimismo, en España se debe realizar una verdadera campaña de divulgación que cambie el concepto del “todo gratis” en el entorno digital.



12

ADESE

aDeSe, Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento, fue constituida en Madrid en el año 1997, y hoy integra a las empresas cuya actividad consiste en la producción, edición, importación y/o distribución de videojuegos en todo tipo de soportes y formatos, representando más del 90% del consumo en el mercado español.

aDeSe trabaja en la consecución de los siguientes objetivos estratégicos, actuando como asociación representativa y voz del sector ante las administraciones públicas, instituciones, medios de comunicación y opinión pública en general:

- Proyectar la fortaleza, liderazgo y proyección de futuro de la industria.
- Favorecer el desarrollo de una industria nacional, impulsando el papel de la industria del videojuego en la llamada economía de la innovación.
- Defender los intereses estratégicos de la industria en torno a asuntos como la protección de la propiedad intelectual o la piratería digital.
- Contribuir a reforzar una percepción positiva del sector entre la opinión pública y reforzar la imagen del videojuego como la principal opción de ocio entre cada vez más sectores poblacionales.

■ ORGANIZACIÓN

Los Órganos de Gobierno de la Asociación son la Asamblea General, el Comité Directivo y la Secretaría General.

En la Asamblea General, el órgano superior de la Asociación, están representadas todas las empresas integradas en aDeSe. Todas las compañías cuentan con un voto con el que se elige al Comité Directivo, de manera que todos sus miembros ostentan la misma capacidad en la adopción de las decisiones relativas a la representación, gestión y defensa de los intereses de la Asociación.

Presidente

D. Alberto Gonzalez Lorca (NAMCOBANDAI)

Vicepresidente

D. James Armstrong (SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ESPAÑA)

Tesorero

D. Bertrand Caudron (MICROSOFT)

Vocales

D. Antonio Temprano (UBISOFT)

D. Carlos Pombo (ACTIVISION)

D. Martin Sibille (ELECTRONIC ARTS)

D. Rafael Martínez (NINTENDO IBERICA)

Secretario General

D. Carlos Iglesias

■ MIEMBROS ASOCIADOS

ACTIVISION-BLIZZARD

DISNEY INTERACTIVE STUDIOS

ELECTRONIC ARTS

GAME

KOCH MEDIA

MICROSOFT

NAMCO BANDAI PARTNERS IBÉRICA

NINTENDO

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ESPAÑA

TAKE TWO INTERACTIVE

UBISOFT

WARNER INTERACTIVE ENTERTAINMENT

■ CONTACTO

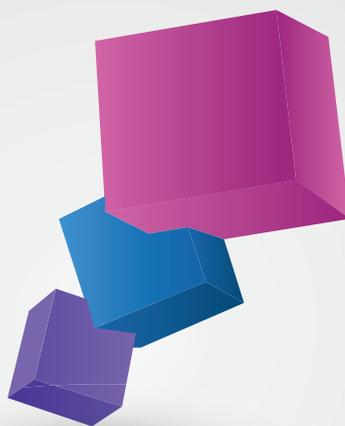
ADESE

C/ O'donnell, 34 3º D
28009 Madrid
Tel: 663 93 78 08
Fax: 915 213 742
info@adese.es

■ CONTACTO DE PRENSA

EVERCOM

C/ José Abascal, 53. 5º
28003 Madrid
Tel: 91 577 92 72
marta.frau@evercom.es
juangabriel.corral@evercom.es



www.adese.es

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento