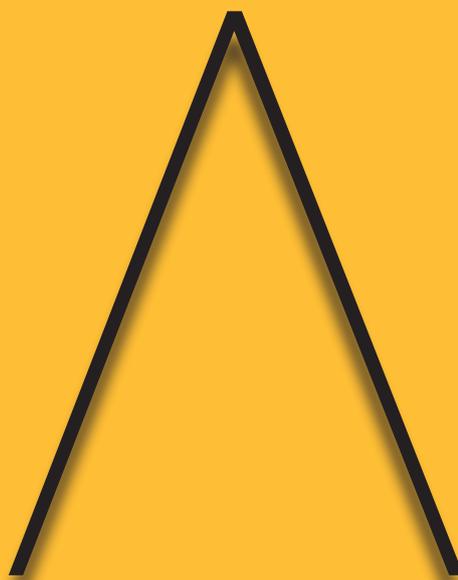




A E V I  
ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
VIDEOJUEGOS



14

ANUARIO DE LA INDUSTRIA  
DEL VIDEOJUEGO

1

Prólogo: Tribuna del  
Secretario de Estado Víctor  
Calvo- Sotelo 04

Introducción: Entrevista  
Alberto González 06

2

La visión  
de las compañías 10

5

El mercado mundial del  
videojuego 68

6

Penetración social del  
videojuego 76

7

Los títulos de 2014 82

10

Autorregulación 138

11

Propiedad Intelectual y  
Piratería 144

12

Las grandes citas  
del sector 148

3

Nace AEVI 56

4

Balance económico de la  
industria en España 60

8

Segunda edición  
de MGW 108

9

Una industria en  
movimiento 114

# PRÓLOGO/

## EL GRAN POTENCIAL DEL SECTOR DEL VIDEOJUEGO

**La revolución digital está teniendo un impacto directo sobre la economía y la sociedad que, entre otras cuestiones, está provocando un cambio en los modelos de negocio tradicionales así como la aparición de nuevos sectores, como el de los videojuegos, que se pueden considerar digitales en su totalidad. El sector de los videojuegos tiene un gran potencial industrial, decisivo para el crecimiento económico, capaz de generar empleo de calidad y de incrementar la exportación.**

A nivel mundial, el sector de los videojuegos es una de las industrias tecnológicas con mayor proyección de crecimiento. Esta tendencia se corrobora también a nivel nacional, puesto que se prevé que esta industria siga expandiéndose en España.

Más de la mitad de la facturación procede de las ventas realizadas fuera de nuestras fronteras, siendo la Unión Europea y los Estados Unidos nuestros principales socios comerciales. Este potencial exportador supone una revalorización de la Marca España en todo el mundo además de impactar positivamente en el nivel de competitividad de la economía española.

Por todas las razones comentadas anteriormente, la Agenda Digital para España aprobada en febrero de 2013 por el Consejo de Ministros ha recogido en el

Plan de Impulso de la Economía Digital y los Contenidos Digitales una serie de actuaciones que pretenden, entre otras cuestiones, fomentar e impulsar el sector de los videojuegos.

Por un lado, se han puesto en marcha diversas iniciativas de financiación con las que se pretende fomentar la actividad de este sector e incrementar su producción innovadora. Así, en noviembre de 2014 se aprobó la convocatoria de una línea de ayudas dirigida a la financiación de proyectos de I+D del sector de los videojuegos que ha conllevado la movilización de fondos por un importe de 21 millones de euros para financiar 33 proyectos desarrollados por 35 empresas (en su mayoría PYMES, 88%). Para el ejercicio 2015, se ha aprobado la convocatoria de una línea de ayudas a proyectos de I+D en el TIC y de los contenidos digitales por un importe de 200

## VÍCTOR CALVO-SOTELO

### Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

---



millones de euros de los que se podrán beneficiar proyectos con alto potencial de transformación del sector, así como la puesta en marcha de la Línea ENISA-Agenda Digital con un presupuesto de 15 millones de euros para financiar proyectos innovadores desarrollados por empresas pertenecientes al sector de los contenidos digitales. Las empresas pertenecientes al sector de los videojuegos podrán optar por estos instrumentos financieros complementarios en función de sus necesidades y de su fase de desarrollo empresarial.

Todas estas acciones se complementan con otras dirigidas al ámbito educativo con el fin de reducir la brecha existente entre la formación adquirida por los estudiantes y las habilidades demandadas por las empresas pertenecientes al sector de la economía digital (y entre las que se encuentran las empresas de videojuegos). De esta forma, en octubre de 2014 se constituyó el Comité de Innovación de

Ofertas Formativas Digitales cuyo objetivo principal es fomentar un debate entre la universidad y la industria que permita desarrollar el denominado Libro Blanco para el diseño de Titulaciones Universitarias en el ámbito de la Economía Digital. Este Libro será la guía del sector de la economía digital al recoger la oferta y demanda de perfiles profesionales, las diferentes tendencias del sector y las competencias y contenidos que se deberían impartir para poder contar con profesionales preparados para ingresar en el mercado laboral al finalizar sus estudios universitarios.

Con todas estas medidas se pretende potenciar a un sector estratégico donde la innovación, la creatividad y el talento juegan un papel esencial y que es capaz de atraer el espíritu emprendedor de muchos jóvenes.



01



AEVI,  
la visión de un año

# 01 /

## ¿Cómo ha sido el año 2014 para la industria del videojuego?

En 2014 el sector ha consolidado la mejora iniciada en 2013. El consumo de videojuegos ha ascendido un 6,8% respecto al ejercicio anterior, alcanzando los 996 millones de euros. Una de las principales razones ha sido la expansión de las llamadas *next gen*, que han supuesto un impulso de las ventas de las consolas de sobremesa, que han crecido un 8,5%, y el auge de la plataforma online, que está contribuyendo de forma notable al crecimiento y a la mayor aceptación social del videojuego. Cada vez llega a más públicos y traspasa las fronteras del ocio. En este sentido, ya se emplea en programas docentes o en el tratamiento de ciertas enfermedades.

Todos estos datos refuerzan la posición de los videojuegos como una de las principales opciones de ocio de los españoles, lo que nos hace pensar que durante este año la tendencia al alza se mantendrá.

## ¿Cuáles son las principales tendencias emergentes?

Nos encontramos en un escenario muy diversificado y en permanente evolución. Un claro ejemplo de ello es la aplicación de la tecnología 3D o la realidad virtual al sector de los videojuegos, herramientas con las que se podrá dar un paso más en la experiencia de usuario. Los

e-sports son otra tendencia que ha conseguido un importante espacio en la industria, hasta el punto de llegar a abrir incluso un nuevo territorio de profesionalización y todo un movimiento económico a su alrededor.

La clave radica en conseguir un escenario de convivencia en el que cada nueva realidad enriquezca a las que ya estaban presentes. Todo ello con el objetivo común de seguir contribuyendo a la reputación del videojuego como opción de entretenimiento y a la gamificación en general en numerosas parcelas de nuestra vida personal y profesional.

## Comentaba que hay mayor aceptación social del videojuego, ¿qué públicos se interesan cada vez más por él?

Por un lado cabe destacar que la presencia femenina es cada vez mayor. De los 14 millones de jugadores que hay en España, las mujeres representan el 46%. Por otro, el videojuego conquista cada vez más franjas de edad. Si bien es cierto que entre los 6 y los 34 años se concentra el mayor número de gamers, entre los 35 y 44 hay cada día más adeptos. De hecho, los padres muestran un creciente interés por esta forma de entretenimiento y el 80% juega a videojuegos.

## ¿Qué balance hace del primer año de AEVI?

AEVI nació con el firme objetivo de integrar a todos los actores de la cadena de valor del videojuego y es algo en lo que estamos centrando todos nuestros esfuerzos. Este sector tiene un gran potencial en nuestro país, como generador de riqueza y empleo. Y por eso, necesitamos el apoyo y colaboración de toda la industria. En este sentido, una empresa de desarrollo, Novarama, fue el primer asociado que sumamos en nuestra nueva etapa y queremos seguir contando con el apoyo de más compañías que nos ayuden a crear un modelo sostenible y de futuro para promover el desarrollo de la industria local y atraer inversión extranjera.

## En este sentido, ¿qué opinión le merece el desarrollo local español?

En España hay muchas posibilidades que debemos saber aprovechar. Somos el cuarto mercado de Europa en consumo de videojuegos y uno de los más relevantes a nivel mundial. Y esto es así porque tenemos lo principal, desarrolladores con un enorme talento. La convivencia de estudios de mayor trayectoria y tamaño con los denominados indies está enriqueciendo mucho el mercado español y la creatividad en los juegos.

El siguiente paso que hay que dar es obvio: apoyar y promocionar ese

## ALBERTO GONZÁLEZ LORCA, Presidente de AEVI



gran potencial. En este sentido, la implicación de las Administraciones Públicas es creciente. Con todo ello, conseguiremos que el mercado español de los videojuegos se configure como un sector estratégico y un auténtico motor de empleo. En este sentido, en AEVI ya estamos trabajando en diferentes iniciativas que materializan nuestro compromiso con el desarrollo local y que verán la luz en los próximos meses.

### **¿En qué grandes citas del sector ha tenido presencia AEVI durante 2014?**

AEVI ha sido promotora de importantes eventos tan relevantes como Madrid Games Week, que en la pasada edición recibió la visita de 55.000 personas, lo que la consolidó como la principal cita del sector en nuestro país, al nivel de las grandes ferias europeas. También apoyamos el festival de videojuegos español Fun&Serious, en el que se hizo hincapié en la importancia del desarrollo local. Con la participación en estas grandes citas queremos situar a España como un referente a nivel internacional.

### **En el panorama actual conviven múltiples dispositivos y modelos de distribución, ¿cree que es sostenible?**

Totalmente. Esta gran versatilidad enriquece aún más nuestro sector. La convivencia de diferentes dispositivos

y plataformas es posible, porque en muchos casos se complementan. En este sentido, asistimos a un gran impulso de lo digital. El año pasado, el consumo online creció un 41% respecto a 2013, algo que no impide que las consolas sigan teniendo gran éxito entre los consumidores. Esta realidad hace que un mismo usuario pueda demandar videojuegos online o por canal físico de forma indistinta, jugar en mobile o en consola, porque no son incompatibles. Cada una de ellas, tiene un valor añadido y diferenciador.

Y algo similar pasa con el modelo de comercialización. Un mismo jugador puede hacer uso del pago único, freemium o por actualizaciones.

### **¿Cuáles son los grandes retos a los que se enfrenta el sector?**

La innovación debe seguir siendo el objetivo primordial del sector, porque no sólo mejorará la experiencia de usuario, sino que además ayudará a seguir atrayendo a más públicos.

Encontrar un modelo rentable de comercialización, que tenga en cuenta las demandas de los consumidores y la realidad de las empresas, será otro de los retos a los que tendremos que dar respuesta. Y de igual modo, aunque hemos avanzado en la lucha contra la piratería, es necesario

seguir ahondando en este ámbito y conseguir las máximas garantías que protejan la propiedad intelectual.

Por último, tendremos que saber aprovechar las oportunidades laborales que nos brindará el sector: en 2017 podrían llegar a crearse alrededor de 5.000 empleos de alta cualificación. Es ahí donde está la clave, porque para cubrirlos será necesario adecuar los programas formativos a las necesidades de las compañías. Y es que un 63% de las mismas declara que hoy por hoy tiene dificultades para encontrar perfiles adecuados en el mercado español.



AEVI  
ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
VIDEOJUEGOS

02



# La visión de la industria

Las compañías asociadas a AEVI representan más del 90% del mercado, lo que hace que sean buenas conocedoras del sector y de su gran potencial de crecimiento en nuestro país. Todas coinciden en señalar que el 2014 ha marcado un punto de inflexión en la recuperación del sector y confían en que el 2015 se mantenga y consolide esta tendencia positiva.

02/

ACTIVISION | BLIZZARD

**CARLOS POMBO SILVA**  
*Director General*  
*Activision Blizzard Iberia*



Si algo debo destacar del mercado del videojuego en 2014, es la tendencia hacia la digitalización. Las plataformas de distribución digital amplían sus posibilidades y ofrecen más y mejores ofertas al jugador que, sabedor del relevante rol que juega en la industria, demanda un producto de mayor calidad, que satisfaga con creces su tiempo de ocio.

Las plataformas digitales de las first parties (eShop, Playstation Store y Xbox Live), siguen los pasos del modelo de negocio que sentó las bases, el de la distribución de PC a cargo de Steam. Y aunque todavía son muchos los que no faltan a la cita cada año para comprar sus títulos preferidos en formato físico, las posibilidades de expansión a través del formato DLC otorgan un mayor ciclo de vida a los productos. Es el caso de nuestro súper ventas Call of Duty, que año tras año aumenta las descargas de los packs de contenidos adicionales, que durante los meses siguientes al lanzamiento de una nueva edición, continúan garantizando horas de diversión para los más de 40 millones de jugadores que forman nuestra comunidad. Sabedor del éxito de este modelo de negocio y de las posibilidades que ofrece ampliando la vida de un juego, Bungie presentó en el mes de diciembre la Primera Expansión de Destiny: La Profunda Oscuridad. Y qué decir de Blizzard, que lidera el mercado de PC con las expansiones de sus clásicas franquicias como World of Warcraft, Diablo o StarCraft.

Otro claro ejemplo de la tendencia al digital lo tenemos en los productos descargables para móviles y tabletas, como Skylanders Lost Islands, que lleva registradas más de cuatro millones de descargas en iTunes. Productos perfectos para cubrir la necesidad de un usuario que demanda inmediatez y disponibilidad máxima, para disfrutar de sus juegos favoritos en cualquier momento y lugar.

Sabemos que la venta de unidades físicas se reduce, situación que ya afrontaron otros sectores como el de la música o la literatura; sin embargo, la rápida capacidad de adaptación a la demanda y las nuevas estrategias digitales, nos llevan a hablar de un momento dulce para la industria, en el que las posibilidades de las nuevas plataformas y las tendencias del mercado, amplían las posibilidades del sector y sus límites de expansión.



**ALBERTO GONZÁLEZ**  
*Director General de Bandai Namco  
Entertainment*

Tras el lanzamiento de las nuevas consolas en 2013, este año se han consolidado estas nuevas plataformas teniendo una transición muy rápida. Por otro lado, el PC se ha reforzado como soporte de juego acuñándose como la plataforma preferida por el público más Hardcore.

El sector de los videojuegos ha demostrado su gran fortaleza manteniendo, a pesar de la crisis, la facturación cada año y mejorando su posicionamiento con respecto al resto de opciones de entretenimiento. Se ha convertido en la primera opción de entretenimiento en nuestro país. A nivel de empresa, Bandai Namco Entertainment, este año se ha realizado un cambio no solo de nombre sino también de estrategia, centrándonos en el entretenimiento y ampliando el público objetivo de nuestros productos.

Nuestro público es cada vez más exigente, 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.



**ANA SÁNCHEZ**  
*Directora de The Walt Disney Iberia*

2014 ha sido para Disney un año muy productivo. La exitosa plataforma de juego, Disney Infinity, ha sido nuestro foco principal. Hemos mejorado la experiencia de juego e incorporando los personajes de MARVEL en la versión 2.0, con historias llenas de acción que permiten a los jugadores ponerse en la piel de algunos de los superhéroes más conocidos de todos los tiempos. Disney Infinity 2.0: Marvel Super Héroes ha hecho que Disney Infinity continúe su senda de éxitos un año después.

También durante este año nuestras licencias han dado unos excelentes resultados llegando a posicionarse entre los juegos familiares más vendidos de la campaña navideña. Y es que, el éxito de videojuegos tan dispares como Disney Magical World, Violetta, Lego Marvel y Kingdom Hearts demuestra que los personajes de Disney, clásicos, modernos, animados o de acción real, nos permiten llegar a una audiencia muy amplia y dispar. Y en este éxito, la implicación y esfuerzo de nuestros licenciatarios y distribuidores es clave y debemos agradecerles su esfuerzo y compromiso año tras año.

Club Penguin, el mundo virtual para niños comprometido con la seguridad en Internet, fue la propiedad que impulsó la presencia de Disney en el ámbito digital. En 2014 hemos querido ir un paso más allá y responder a los nuevos hábitos de los jugadores, donde se está imponiendo claramente el uso de los dispositivos móviles. En este sentido, la app para iOS de Club Penguin fue un éxito y este año ha desembarcado también en Android con un total en ambas plataformas de más de 660.000 descargas. Además, durante 2014 Disney ha consolidado su presencia digital gracias a los contenidos de Star Wars y a Apps como Star Wars Commander con más de 385.000 descargas para iOS y Android; Marvel: Avengers Alliance; el nuevo Toy Box de Disney Infinity 2.0 o por el conocidísimo Frozen Free Fall.

2015 se presenta como un año muy prometedor para Disney. Además de la previsión de crecimiento en la venta de software para la industria, Star Wars se une a la familia de Disney Infinity en el año en el que se estrena la película más esperada de los últimos tiempos, Star Wars: El despertar de la Fuerza. Con esta ilusionante perspectiva, nuestros distribuidores y licenciatarios están demostrando un nivel de apoyo que nunca antes habíamos visto. Un ejemplo es el lanzamiento de Star Wars Battlefront, un título clave para la saga y una espectacular apuesta en el sector del videojuego en nuestro país. También Marvel volverá con una nueva entrega del exitoso LEGO Marvel. Y todo esto unido a un ambicioso plan de lanzamiento de más de 30 Apps vinculadas a Star Wars, Disney y Marvel que supondrá para Disney un nuevo paso adelante en el posicionamiento como participante activo de la industria digital de entretenimiento. Que la Fuerza digital nos acompañe.



### **NÉSTOR PEQUEÑO**

*Director General de Electronic Arts Iberia*

Para Electronic Arts (EA) 2014 ha sido un buen año; tras una larga época de situación económica delicada, el mercado del ocio interactivo ha dado un cambio positivo y la estrategia de EA de poner al consumidor como centro de su objetivo está dando resultados. Históricamente en EA hemos querido contar con la opinión de los consumidores para introducir mejoras en nuestros videojuegos, pero con las opciones de conectividad de los últimos años, esa conversación con el consumidor es prácticamente diaria a través de nuestros perfiles en redes sociales; y sabemos quién juega, a qué juega, y qué experiencia está buscando. Lo que EA busca es satisfacer en la medida de lo posible las necesidades del jugador y que les brindemos experiencias adaptadas a todas las plataformas existentes. Cada vez los títulos se adaptan más al consumidor, dándoles la oportunidad de vivir experiencias más realistas, conectarse, compartir, y crear el juego a su gusto.

Por otro lado 2014 ha supuesto la vuelta de dos de nuestras franquicias más queridas por los fans; por un lado Los Sims han regresado con su cuarta edición y con una acogida muy positiva por parte de los millones de jugadores, demostrando que aún les queda un largo camino por recorrer y por otro, Dragon Age Inquisition ha hecho las delicias de los amantes de los videojuegos de rol, volviendo a situar la franquicia en una de las más destacadas dentro de su género, cosechando más de un centenar de premios y galardones alrededor de todo el mundo. Sin olvidar el superventas EA SPORTS FIFA 15 y su modo de juego FIFA Ultimate Team (FUT) que continúa haciendo realidad los sueños de millones de fans de vivir el fútbol como nunca antes.

Así pues, y de cara a 2015, en Electronic Arts seguiremos evolucionando a la vez que lo hace el mercado, que está en constante cambio, aprovechando cada una de las innovaciones y tendencias para darle al consumidor la mejor experiencia posible.

# GAME

**PABLO CRESPO**

*Director General de Game España*



Superando las dificultades por las que ha pasado la economía del país durante los últimos años, en 2014 podemos hablar de una consolidación de la Nueva Generación de consolas apoyada por lanzamientos específicos como pueden ser Mario Kart 8, DriveClub o después de Halo: The Master Chief Collection.

Además hemos visto la llegada de nuevas sagas que llegan para quedarse como Destiny o Watch Dogs, juegos que han tenido una gran acogida y han demostrado el potencial de las nuevas máquinas.

Las consolas portátiles siguen gozando de buena salud como demuestran las nuevas entregas de Pokémon y conviven con Smartphones y tabletas en un ecosistema de “juego de bolsillo”.

Por su parte la moda de las figuras interactivas iniciadas con Skylanders continúa con su éxito apoyado ahora con las figuras de Disney Infinity y los Amiibo de Nintendo.



**OSCAR DEL MORAL**

*Director de Marketing de Koch Media España*

## KOCH MEDIA

Terminó el año 2014 y parece que con él se fueron también las dos palabras que durante los últimos años han estado con nosotros como testigos mudos de lo que estaba ocurriendo en nuestro país: "crisis económica". Los últimos datos podrían indicar que esta vez sí que lo peor habría pasado ya y que durante los años venideros se producirá el tan deseado repunte que todos esperamos.

La industria ha cambiado, y mucho, durante los últimos años. Varias compañías han dejado de existir, otras han cerrado sus oficinas en nuestro país y han cambiado su modelo de distribución, las nuevas plataformas se han asentado –algunas con más fortuna que otras– y el consumidor sigue insistiendo en demandar contenido de calidad, a buen precio. La crisis ha cambiado los modelos de consumo y ha cambiado también la forma en la que los jugadores se acercan a los puntos de venta, así como su comportamiento, mostrándose muy activos y participativos en las redes sociales. El comercio electrónico ha crecido y no sólo nos referimos a la venta de cajas online, sino también a la descarga digital, aunque las consolas aún muestran una pequeña resistencia, frente a un PC que lidera en los rankings sin ningún tipo de pudor frente a la venta en los establecimientos físicos que cada vez es menor.

El párrafo anterior repite la palabra cambio muchas veces, pero en Koch Media no cambiamos: queremos seguir trayendo a nuestro mercado los mejores títulos, para que los jugadores disfruten en sus plataformas con entretenimiento de calidad y a buen precio. Nuestros representados –Capcom, Bethesda, Square Enix, Koei Tecmo, Sega, NC Soft, Piggyback, The Walt Disney Company, y Deep Silver, la marca propia del grupo Koch Media– llenaron 2.014 de grandes títulos: The Evil Within, Alien Isolation, Football Manager, las guías de Pokémon, Dead or Alive 5, Kingdom Hearts II.5 HD Remix, Thief, Murdered, Let's Sing 7, Metro Redux, Wolfenstein The New Order... Una larga lista de productos que vieron la luz en 2.014 y que en 2.015 darán mucho que hablar. Por otro lado, el futuro nos depara títulos en los que hemos estado trabajando a finales de 2.014 para que el nuevo año sea otro gran año para Koch Media en España: Just Cause 3, Final Fantasy Type 0, Dead Island 2, Final Fantasy X/X 2 HD Remastered, Let's Sing 8, Guild Wars 2 Heart of Thorns, Football Manager y algunos otros títulos que no podemos mencionar aún, pero que serán grandes éxitos, sin duda alguna.

No puedo cerrar estas líneas sin mencionar que el videojuego es una industria relevante en nuestro país, no sólo da trabajo a miles de personas (desde la distribución y el desarrollo hasta la venta y financiación, tanto offline como online) sino que además no deja de ofrecer productos innovadores y con una calidad muy elevada. Espero que todos los esfuerzos que se están haciendo desde el mundo académico con las posibilidades de formación que ofrecen, contribuya a que poco a poco dispongamos de mayor número de estudios de desarrollo locales, para que España sea, además de un gran consumidor de videojuegos, un gran productor de los mismos.



**BERTRAND CAUDRON**

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



**UN LIENZO EN BLANCO PARA LA CREATIVIDAD DE LOS DESARROLLADORES Y EL DISFRUTE DE LOS JUGADORES**

Estamos seguros de que 2015 será un año histórico para Microsoft y Xbox tendrá mucho que ver en ello. 2014 fue el año en el que se mostraron por primera vez algunas de las tecnologías más revolucionarias en la historia de la compañía, como Windows 10 o Hololens. También fue el de dar los primeros pasos en la nueva generación, con lanzamientos de grandes juegos exclusivos como "Halo: The Master Chief Collection," "Forza Horizon 2" o "Sunset Overdrive" para Xbox One.

Sin embargo, 2015 será el año de la consolidación, los grandes juegos y la exhibición de los catálogos más potentes. Xbox One recibirá nuevos capítulos de sagas que se han convertido ya en auténticos fenómenos culturales de masas, como "Halo 5: Guardians" o "Rise of the Tomb Raider". Pero también hay espacio para nuevos competidores, estudios independientes de cualquier tipo y tamaño que son capaces de hacer realidad proyectos tan grandes como "Ori and the Blind Forest". Gracias en parte a la evolución de las herramientas que Microsoft pone a su disposición de manera totalmente gratuita.

Y no hay duda de que el sector de los videojuegos se ha convertido en una industria clave en España, capaz de generar más de 996 millones de euros al cierre de 2014\* lo que convierte al país en uno de los cinco principales mercados europeos en términos de consumo.

Los videojuegos también se colocan a la cabeza del sector del entretenimiento, y su impacto se deja notar cada vez más en la cultura, el arte y el mundo del deporte. El crecimiento de los e-Sports en todo el mundo es una realidad y cada vez son más los que se suman a ellos no ya como participantes, sino como espectadores. Muestra de esto es que el canal estadounidense ESPN se convirtió a finales del pasado año 2014 en la primera cadena de televisión generalista de Estados Unidos en retransmitir una competición de deporte electrónico en directo.

Xbox siempre ha estado íntimamente relacionada con el universo competitivo, abanderando grandes torneos internacionales como el Campeonato Mundial de Call of Duty (CoD Championships), y ahora también adaptando nuevos títulos como "Halo 5" con la inclusión de un modo espectador para facilitar el disfrute del videojuego como espectáculo. Todo esto, junto al fenómeno YouTube y el éxito de tantas personas que generan contenido alrededor de los videojuegos, hace que cada vez haya más usuarios que escogen ver en lugar de jugar, como ocurre con los deportes tradicionales.

YouTube ha sido capaz incluso de elevar a algunos juegos al éxito gracias a la dedicación y el entusiasmo de los creadores de contenido. Es el caso de Minecraft, que se ha convertido en la segunda palabra más buscada en la plataforma, y cuyos vídeos han generado 47.000 millones de visualizaciones.

En España, país que supera los 14 millones de videojugadores\*, seguir ampliando la experiencia social, el juego multidispositivo y apostar por una plataforma en la que usuario sea el centro de todo es clave. Con Windows 10 construimos sobre la integración y dotamos al jugador de la libertad para decidir dónde comenzar su juego, en la consola o en el PC, y dónde acabarlo. Dos mundos que hasta ahora estaban separados, pero que con Microsoft se unen en un objetivo común. Las novedades apenas comienzan y el feedback de nuestros usuarios es imprescindible para seguir creciendo. Es la hora de innovar, de jugar y de revolucionar el entretenimiento. En 2015, los jugadores toman el poder con Windows y Xbox.

\* Datos extraídos del Anuario de la Industria del Videojuego 2013.



# PlayStation®

**JAMES A. ARMSTRONG**

*Vicepresidente Senior del Sur de Europa y Consejero Delegado para España y Portugal de Sony Computer Entertainment*

Me resulta especialmente satisfactorio escribir unas líneas para hacer balance del 2014 ya que, después de tanto tiempo, al fin puedo lanzar un mensaje optimista sobre la evolución de la economía en nuestro país. Pequeños indicios de mejora que aportan un soplo de aire fresco a la industria del videojuego en España.

PlayStation®4 continúa consolidándose como la plataforma líder del mercado, con unas cifras que superan los 20 millones de unidades vendidas a nivel mundial. Estas cifras son un reflejo de los óptimos resultados que estamos consiguiendo a nivel local y que convierten a PS4™ en la opción elegida por el 75% de los consumidores. Este hecho, sin embargo, carece de un entorno favorable que consiga afianzar el mercado del videojuego y que le permita ocupar el lugar que le corresponde.

Nuestra industria necesita un impulso que motive el crecimiento del mercado y para ello es imprescindible que todas las partes implicadas se coordinen y trabajen codo con codo. Se hace más necesario que nunca el apoyo multinacional para conseguir una mayor inversión en el sector y la participación activa de los stakeholders, como los medios de comunicación, para proporcionar el estímulo adecuado.

En PlayStation® nunca hemos cejado en nuestro empeño por situar el mundo del videojuego en una posición privilegiada, al frente de la innovación tecnológica. En 2014 celebramos el 20 Aniversario de la llegada de la primera PlayStation y, desde entonces, hemos seguido revolucionando el mercado del videojuego. Con PlayStation®4 abrimos el camino hacia un gran abanico de posibilidades tanto para desarrolladores, como para nuestros jugadores. En estos momentos, Morpheus ocupa un lugar fundamental en el panorama futuro de la compañía y estamos ansiosos por conocer las experiencias que será capaz de ofrecernos.

Como ya es tradición en nuestra trayectoria, desde PlayStation continuamos apostando por el talento local con el resultado de más de dieciocho proyectos a nuestras espaldas. En 2014 dimos un paso más con el programa PlayStation Awards que reconoce el trabajo de pequeños estudios independientes. Esta iniciativa aspira a convertirse en referencia nacional de apoyo al desarrollo local e impulso a proyectos independientes, originales y de calidad. También desde las Universidades, donde implementamos el programa PlayStation®First para impulsar la formación de videojuegos y dar soporte a través de kits de desarrollo. En PlayStation continuaremos trabajando en esta línea y ya tenemos en mente nuevos proyectos que refuerzan nuestro compromiso con el desarrollo de videojuegos en España.



**ANTONIO TEMPRANO**  
 Director General Ubisoft España



Nuestro destino está en nuestras manos. Esta sería la reflexión que mejor resumiría una de las principales enseñanzas que nos deja el 2014. Nuestro destino está en nuestras manos y los datos y las cifras registradas, así lo corroboran.

Arrancábamos el año fiscal con el lanzamiento de Watch Dogs, que con más de 10 millones de copias vendidas<sup>1</sup>, continúa siendo el lanzamiento más exitoso de una IP nueva en toda la región de EMEA. No obstante, tanto o más importante que estas cifras, es el hecho de que Watch Dogs fue desarrollado íntegramente en nuestros propios estudios, de forma que, a día de hoy, no sólo tenemos en nuestro poder una nueva y potente franquicia, sino que además hemos incrementado y mejorado nuestra experiencia in-house, tanto a nivel creativo como a nivel técnico.

Pero 2014 también ha sido un año clave para la consolidación de nuestras marcas más fuertes y conocidas. Este es el caso de títulos como Far Cry 4, "Mejor Shooter del Año" en la última edición de los "Videogame Awards", que con más de 7 millones de copias vendidas<sup>2</sup>, se alza como uno de los competidores más fuertes de su género. Con Assassin's Creed Unity sorprendimos a los fans de la saga con los gráficos más increíbles que jamás hayamos creado, gracias a un exclusivo motor para plataformas de nueva generación. Y mientras en los hogares españoles recibíamos la Navidad al ritmo de los éxitos y coreografías de Just Dance 2015 (el videojuego en formato físico más vendido en el mes de Diciembre en España, por tercer año consecutivo<sup>3</sup>), el equipo de desarrollo de The Crew pisaba a fondo el acelerador para ofrecer a los amantes del género de conducción, una innovadora experiencia MMO de mundo abierto con un importante componente online.

No obstante, los proyectos en los que hemos estado inmersos a lo largo del pasado año van mucho más allá del desarrollo y publicación de los títulos que mencionaba más arriba. Y es que 2014 será también para nosotros el año en el que realizamos una fuerte inversión en nuestro estudio de la ciudad de Quebec (Canadá), fortaleciendo su infraestructura y con el objetivo de reclutar cien nuevos talentos en los próximos tres años; o aquel en el que consolidábamos nuestra andadura en el mercado ruso con las apertura de Ubisoft Rusia; o aquel en el que dimos un paso más en nuestra relación con los jugadores, mediante la creación de un Centro de Relación con el Consumidor en Newcastle (Reino Unido).

Este destino, que vacilaba en nuestras manos a lo largo del 2014 y que hemos conseguido manejar con delicadeza y firmeza al mismo tiempo, es el pasado más reciente del que hoy hablamos satisfechos. El que nos permite afirmar que Ubisoft España ocupa la tercera plaza de editores independientes<sup>4</sup>. El mismo cuyas cifras corroboran que cerramos 2014 con un 13.3% de cuota de mercado<sup>5</sup>. El mismo, y no otro, que nos permite afirmar que la combinación de marcas, talento e innovación hacen posible que nuestro destino esté en nuestras manos.

<sup>1</sup> Cifras del sell-in

<sup>2</sup> Cifras del sell-in

<sup>3</sup> Fuente GFK: dato correspondiente a las ventas del mes de Diciembre de 2012, 2013 y 2014.

<sup>4</sup> Fuente GFK. Datos correspondientes a la venta de videojuegos físicos en el año 2014.

<sup>5</sup> Fuente GFK; cuota de mercado del 13.3% tanto en unidades como en valor económico. Datos correspondientes a la venta de videojuegos físicos en el año 2014.



**CARLOS RINCÓN**  
*Director General de Warner Bros.  
Home Entertainment España*

2014 ha sido un año de transición marcado por la consolidación de nuevas plataformas entre nuestros usuarios y la rápida evolución del consumo de contenidos digitales en nuestro mercado. Asimismo, ha estado lleno de continuos retos para Warner Bros. Interactive Entertainment. A pesar de que el número de lanzamientos ha sido inferior al de otros años, hemos conseguido aumentar nuestra cuota de mercado y ser una de las compañías del sector con mayor crecimiento gracias a una combinación de títulos atractivos para toda clase de usuarios, la calidad de nuestro catálogo y una oferta multiplataforma en todos nuestros principales juegos.

LEGO sigue siendo nuestra franquicia familiar por excelencia. La fortaleza de esta línea de negocio sigue creciendo año tras año y en 2014 hemos lanzado títulos basados en películas como LEGO La LEGO Película: El Videojuego o LEGO el Hobbit, series de televisión como LEGO Ninjago: Nindroids, o la tercera entrega de las aventuras de nuestro superhéroe, LEGO Batman 3: Más allá de Gotham, que esta vez transcurre fuera del planeta Tierra. Nuestro objetivo es seguir ofreciendo las mejores historias bajo la marca LEGO; de hecho ya hemos anunciado nuevas entregas para 2015 como LEGO Jurassic World o LEGO Vengadores.

Mención especial merece La Tierra-Media: Sombras de Mordor donde Monolith Studios ha logrado más de 50 premios "Juego del Año" en todo el mundo. Su innovador Sistema Némesis, donde las relaciones con los enemigos y sus características son moldeadas por las acciones y decisiones del jugador, ha conseguido llegar a más de 4 millones de jugadores.

Por si esto fuera poco, en 2015, preveemos una oportunidad de crecimiento gracias a títulos estrella para las consolas de nueva generación como la décima entrega de la saga de lucha Mortal Kombat, Mortal Kombat X, o la esperadísima llegada a dichas consolas del Caballero Oscuro en Batman Arkham Knight, el epílogo de la trilogía iniciada por los premiados Rocksteady con Batman Arkham Asylum y su secuela Batman Arkham City. Tampoco podemos olvidar nuestra presencia en juegos para móviles, tanto para iOS como Android, donde estamos replicando el éxito de nuestras franquicias más conocidas.

2015 será un año lleno de retos y oportunidades en el que nuestro principal objetivo seguirá siendo ofrecer la mejor experiencia de juego posible sea cual sea el dispositivo de acceso a nuestros productos y así continuar con el crecimiento de WBIE en este mercado.



# HITOS DE LAS COMPAÑÍAS EN 2014

Durante 2014 las compañías han hecho un gran esfuerzo por mantener la tendencia positiva iniciada el año anterior. Los grandes lanzamientos de títulos y las iniciativas dirigidas a los aficionados a los videojuegos han marcado el ritmo de este ejercicio.

Ese dinamismo se ha materializado además en la organización de premios y competiciones, y en la continua apuesta por la innovación, que ha vuelto a ser crucial para ofrecer nuevas herramientas que enriquezcan aún más la experiencia de los jugadores.

02/

## FEBRERO



Con motivo del lanzamiento de **Thief** se celebró una mesa redonda en El Corte Inglés de Callao con cuatro reconocidos periodistas del sector: Juan Garrido (IGN), Javi Sánchez (GAMES TM), Tomás McNulty (Alfabetajuega.com) y Javier Cortijo (Megaconsolas).



Warner Bros. Interactive entró en el mundo de Emmet con el lanzamiento de **LEGO La LEGO Película: El Videojuego**. El videojuego con un elenco de más de 90 personajes diferentes, se lanzó coincidiendo con el estreno de la película, la cual fue un gran éxito a nivel mundial.

## MARZO



**FIFA Ultimate Team** (FUT) cumplió cinco años y **Electronic Arts** lo celebró con una infografía que dio a conocer los datos más interesantes de este modo de juego de EA SPORTS FIFA. Desde su aparición en FIFA 09 hasta ese momento, se jugaron más de 725 millones de partidos.



Tim Wileman, Productor de TT Games, vino a presentar a nuestro país el nuevo título de la exitosa colaboración con Warner Bros. Interactive. **LEGO El Hobbit**, que sigue la historia de las dos primeras películas de la trilogía cinematográfica de El Hobbit. En este evento de presentación la prensa pudo probar el juego mientras Tim les comentaba detalles y curiosidades del desarrollo del mismo.



El 13 de marzo de 2014 **Xbox** presentó “**Kinect Sports Rivals**” en un evento de prensa que contó con la asistencia de más de 40 periodistas entre agencias, medios generalistas, económicos y de videojuegos. Nick Burton, New Technology Lead Engineer en Rare y Harry Robinson, Producer en Rare explicaron a los asistentes las novedades del juego y de su tecnología de reconocimiento de movimientos.

## ABRIL



**Adam Philips**, brand manager en **Square Enix**, presentó en Madrid el novedoso juego de misterio **Murdered Soul Suspect**.



**Final Fantasy® XIV: A Realm Reborn**, un verdadero juego de rol a escala masiva, de la legendaria saga, alcanzó la cifra de 2 millones de usuarios registrados.



Disney Interactive y Marvel Entertainment anunciaron en un webcast retransmitido en directo desde Los Ángeles a países de todo el mundo que los superhéroes más icónicos del planeta se alinean en la nueva entrega de Disney Infinity: Disney Infinity 2.0: Marvel Super Heroes. Esta nueva entrega incluye más de 20 figuras interactivas nuevas del universo Marvel, guiones originales del escritor de cómics Brian Michael Bendis, y un modo Toy Box con grandes mejoras que facilita aún más que los jugadores creen y compartan sus creaciones dentro del Toy Box con el resto de la comunidad. Además, todas las figuras y power discs de la primera entrega de Disney Infinity, lanzados en 2013, serían compatibles con el Toy Box de Disney Infinity 2.0.

## MAYO



Los principales medios generalistas y especializados fueron citados en exclusiva con los productores del juego **EA SPORTS FIFA 15** para probar sus nuevas características.



Koch Media anuncia **Homefront: The Revolution**, un shooter en primera persona ambientado en un mundo abierto en el que tendrás que liderar a la resistencia en una guerra de guerrillas contra una fuerza militar superior.

# JUNIO



Dos luchadores de artes marciales mixtas hicieron su aparición en la plaza de Callao de Madrid para promocionar el lanzamiento de **EA SPORTS UFC**. Simulando estar en un puesto de combate, fueron la atracción del centro de la capital.

Disney  
**INFINITY** 2.0  
EDITION



Los periodistas pudieron probar en el E3 la versión 2.0 de la mayor experiencia de juego interactiva que nunca antes había desarrollado **Disney**. Se presentan los diferentes starter packs basados en los personajes de Marvel.

02/

JULIO



La prensa internacional acudió a los estudios de Yager en Berlín, donde se jugó por primera vez a **Dead Island 2**, la secuela de la multitudinaria franquicia de Deep Silver.



**Evento Presentación TLOU Remasterizado.**- Sony Computer Entertainment España (SCEE) celebró un exclusivo evento en Madrid donde se presentó The Last of Us™ Remasterizado, la esperada edición del Juego del Año 2013 para PlayStation®4 (PS4™). El evento contó con la presencia de un representante de Naughty Dog, así como con Ashley Johnson, la actriz que dio vida a Ellie, la gran protagonista de la historia. La jornada se dividió en un evento dirigido a los medios de comunicación y una firma de autógrafos que reunió a todos los seguidores del título, un auténtico baño de multitudes que demostró que The Last of Us™ se ha convertido por méritos propios en todo un clásico de la historia de PlayStation®.

02/

AGOSTO



**Skylanders Trap Team™** participó en la segunda edición de la Tomatina Infantil, la versión para niños de la emblemática fiesta patronal española archiconocida en el mundo entero.



Warner Bros. Interactive amplió su gama de juegos para portátiles con **LEGO Ninjago: Nindroids**. La segunda entrega de la franquicia LEGO Ninjago ofrece acción a raudales y una experiencia de juego basada en la famosa serie de televisión y la línea de juguetes de LEGO Ninjago.

Los españoles David y Diego Escalona se convierten en ganadores del **Toy Box Summit celebrado en Salt Lake City**, Estados Unidos. Los hermanos Escalona son expertos miembros de la comunidad Infinity y grandes diseñadores del Toy Box.

## SEPTIEMBRE



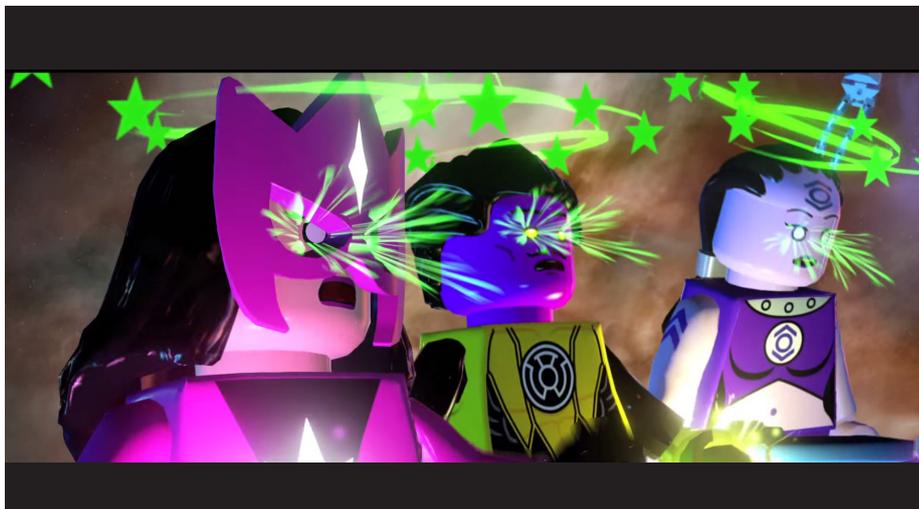
El 9 de septiembre a las 00:01 llegaba el esperado lanzamiento de **Destiny**, premio al Mejor Juego de Acción en Primera Persona, para ofrecer una experiencia innovadora en un mundo vivo y con un fuerte componente social. En España, Alex González estuvo presente en el evento celebrado la noche del 8 para dar la bienvenida a este título.



Durante el Tokio Game Show también se pudieron probar en Madrid algunos de los títulos allí presentados, como **Resident Evil Revelations 2** y **Lara Croft and the Temple of Osiris**.



Warner lanzó una nueva entrega de **Gauntlet**, el clásico juego de máquinas recreativas del año 1985, para Windows vía Steam. Completamente renovado y con nuevas características, los jugadores deberán bajar a las mazmorras en la que tendrán que luchar contra numerosas criaturas para completar cada nivel.



La exitosa saga de LEGO Batman sigue ampliando sus historias con esta tercera entrega llamada **LEGO Batman 3: Más allá de Gotham**. Ahora, Batman une fuerzas no sólo con los superhéroes del universo de DC, sino también con los malvados para acabar con una amenaza del espacio exterior que quiere acabar con nuestro planeta. El juego se presentó en nuestro país por el productor de TT Games, Matt Ellison.



Xbox presentó en España **“Forza Horizon 2”** en sus oficinas de La Finca (Madrid), en un evento de prensa al que asistieron 47 periodistas, incluyendo agencias, radio y medios de motor, tecnología y videojuegos. Además de probar el título en consolas Xbox One y en un playseat Thrustmaster, los asistentes pudieron hablar por Skype con Ralph Fulton, Founder and Creative Director en Playground Games.



Coincidiendo con la puesta a la venta de **Disney Infinity 2.0: Marvel Super Heroes**, se presentó el videojuego a los medios en Madrid. El evento contó con la presencia de Matt Pascual, experto en Disney Infinity, y los hermanos David y Diego Escalona.



Invizimals llegaba con energía renovada a Estados Unidos, gracias al relanzamiento que hizo Sony Computer Entertainment de la saga en PlayStation Network. **Invizimals**, **Invizimals: Shadow Zone** e **Invizimals: Las tribus perdidas** de Novarama se hacían compatibles con PSVITA. Y el nuevo Invizimals: la Alianza (PSVITA) e Invizimals: El Reino Escondido (PS3) también estaban incluidos en este relanzamiento que hizo la compañía.

02/

## OCTUBRE

Durante la celebración de MADRID GAMES WEEK, **Bandai Namco Entertainment** contó con un stand propio, con una superficie de 500 m<sup>2</sup> y un total de 23 juegos distribuidos en 48 puestos de juego. Más de 12.000 personas probaron los juegos y visitaron la sala de cine donde, a puerta cerrada, pudieron disfrutar de exclusivas imágenes del videojuego The Witcher 3.



**Skylanders Trap Team** llegaba a las tiendas de toda España para los sistemas de entretenimiento de Microsoft Xbox 360™ y Xbox One™, PlayStation® 3 y PlayStation® 4, Nintendo Wii™ y Nintendo Wii U™, y una aventura totalmente única para la portátil Nintendo 3DS™. Además, este lanzamiento marcaba un hito al trasladar la experiencia completa de juego en consola a las tablets, con la presentación de un Starter Pack compatible con iPad®, Kindle Fire y tablets Android.

**Namco Bandai Entertainment** estuvo presente en el **Salón del Manga de Barcelona**, el mayor evento manga de España y segundo de Europa. Por primera vez en este evento, la compañía tuvo un stand corporativo en el que jugaron más de 10.000 personas y que contaba con 26 puestos de juego. Los fans pudieron disfrutar de las licencias de corte japonés que distribuye la compañía y probar, por primera vez en Europa, algunos de sus títulos.



**Pokémon** fue protagonista absoluto del XX Salón del Manga de Barcelona. Durante la feria, se organizaron varias actividades en torno al lanzamiento de Pokémon Rubí Omega y Zafiro Alfa, entre ellos, una sesión de fotos de Pikachu por Barcelona, clase maestra sobre la profesión de desarrollador de videojuegos impartida por los creadores de Pokémon en el Colegio Lestonnac de Barcelona, concurso de Cosplay de Pokémon o la inauguración de la feria con el alcalde Barcelona.



**Enrique Colinet**, Diseñador de Niveles en Yager Development, estuvo en la Madrid Games Week para presentar **Dead Island 2**.



**Company of Heroes 2: Ardennes Assault** se presentó en Bastogne Barracks, Bélgica, el lugar donde la 101 Aerotransportada tuvo su cuartel general durante la 2ª Guerra Mundial.



Hajime Tabata, director de **Final Fantasy TYPE-0 HD** presentó las novedades del prestigioso título en París, ante la prensa internacional.



Durante la Madrid Games Week, la PlayStation® Arena se convirtió en el punto neurálgico de las competiciones de la feria. La recién estrenada Liga Oficial de PlayStation ofreció intensos torneos multijugador con títulos como NBA® 2K15, FIFA® 15, Call of Duty® Ghosts, DRIVECLUB™ o Invokers Tournament. Cerca de 1.000 personas participaron en los diferentes campeonatos celebrados durante toda la feria. Los juegos exclusivos de PlayStation®4 también fueron protagonistas en Madrid Games Week, donde miles de jugadores disfrutaron de títulos como Until Dawn™, The Order 1886™, Bloodborne™, Resident Evil® Revelations 2 o Dead Island™ 2. El desarrollo local también se convirtió en protagonista y los asistentes tuvieron la oportunidad de probar y votar su proyecto favorito entre los 25 finalistas de los PlayStation® Awards. El proyecto ganador logró hacer realidad su sueño de desarrollar un título para las plataformas de PlayStation®.



Parte del equipo de desarrollo del estudio **Monolith Productions** presentó **La Tierra-Media: Sombras de Mordor** en un evento en las oficinas de Warner Bros. Interactive. Los periodistas pudieron experimentar por primera vez el vibrante mundo de nueva generación y el innovador Sistema Némesis. Gracias a este Sistema, las relaciones con los enemigos y sus características serán moldeadas por las acciones y decisiones del jugador para crear archienemigos que recuerdan y se adaptan a nuestro estilo de juego y se comportan de diferente manera en cada sesión.



La Liga Oficial PlayStation®, presentada en un encuentro multitudinario celebrado en el Estadio Santiago Bernabéu, arrancó el 16 de octubre apoyada por las compañías más importantes de la industria para ofrecer torneos de juegos como **FIFA™15**, **Battlefield™4**, **Call of Duty™Ghosts** y **War Thunder™**, un catálogo al que se irán añadiendo progresivamente otros títulos como **Driveclub™**, **NBA 2K™15**, **Battlefield™ HardLine** o **Invokers Tournament™** entre muchos otros. La Liga Oficial PlayStation nace con la máxima de dar cabida a todo tipo de jugadores para que todos, independientemente de su nivel, puedan disfrutar de los mejores juegos de la nueva generación.



Durante Madrid Games Week, Xbox presentó a prensa y usuarios **“Sunset Overdrive”**, una de sus nuevas exclusivas. El acto de presentación contó con la participación de Brandon Winfrey, Associate Community Manager en Insomniac Games, que ofreció una interesante conferencia de la que disfrutaron más de 60 periodistas y más de 50 usuarios. Xbox formó parte de Madrid Games Week, cita clave para los amantes de los videojuegos en España, con más de 55.000 asistentes. Durante la feria, los asistentes al stand de Xbox pudieron probar juegos exclusivos como “Sunset Overdrive” o “Halo: The Master Chief Collection” y títulos multiplataforma como “Call of Duty: Advanced Warfare”. Durante el día solo para profesionales, 35 medios y más de 50 periodistas disfrutaron de citas en el stand de Xbox con Lidia Pitzalis (PR Manager Consumo at Microsoft) y Carlos Villasante (PR & Social Media Specialist Xbox).



Durante el festival MIPCOM, celebrado en Cannes del 13 al 16 de octubre, Novarama anunció un acuerdo con Al Jazeera para emitir la serie inspirada en la saga de videojuegos Invizimals. De esta forma, la compañía llegaba a la audiencia árabe, después de haber hecho lo propio con las de España, Francia, Portugal, Italia, Grecia y Australia.

02/

## NOVIEMBRE



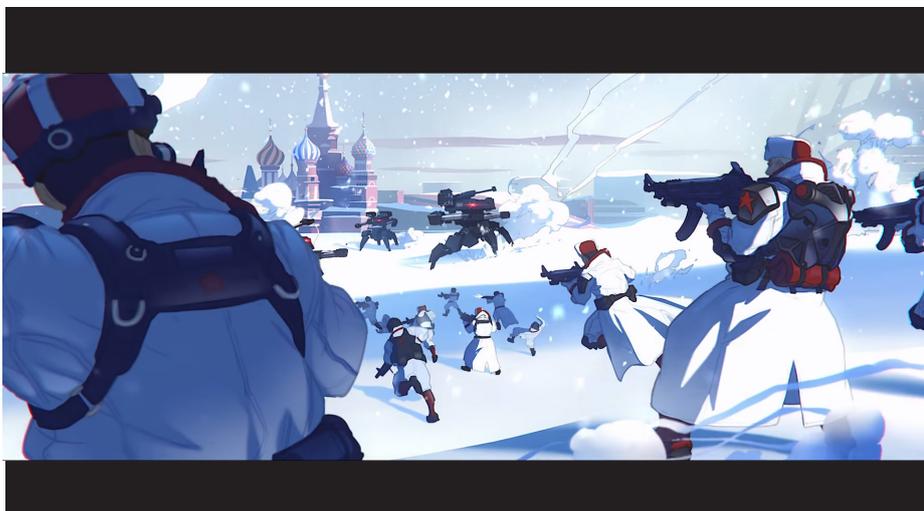
Durante el lanzamiento de **Dragon Age Inquisition**, una de las cosplayers más conocidas del país, Laura Sánchez, creó y desarrolló el traje de Morrigan, un personaje principal de este título, con el que luego visitó las redacciones de videojuegos regalando una copia de este fantástico juego de rol.

Llegaba la disponibilidad mundial de **Day Zero Edition de Call of Duty®: Advanced Warfare**. Fans de todo el mundo acudieron a las aperturas nocturnas que se produjeron durante la madrugada, para ser los primeros en tener acceso a este título.





Se presentaba el casco de Jorge Lorenzo con el diseño de **Call of Duty: Advanced Warfare** y que utilizó en el premio de MotoGP (Cheste en Valencia).



El 7 y 8 de noviembre se celebró **BlizzCon 2014**, la octava edición del evento que la compañía Blizzard organiza para sus fans, donde se pudieron jugar las versiones de los últimos juegos de la compañía y se repartieron más de 720.000 dólares en premios en los torneos oficiales de eSports de World of Warcraft, StarCraft II y Hearthstone. La ceremonia de clausura corrió a cargo del mítico grupo de rock, Metallica. Además, durante este evento se anunció Overwatch, la primera nueva IP de la compañía, en los últimos 10 años, y la primera incursión de Blizzard en el género de los FPS.



El 23 de noviembre **World of Warcraft** cumplió 10 años y Blizzard celebró con eventos conmemorativos dentro del juego (nuevos campos de batalla, nueva mascota,...) y con eventos de comunidad en varios países de todo el mundo. Además, estrenó World of Warcraft: Looking for Group, para describir las vivencias del equipo de desarrollo y la comunidad de jugadores del juego en estos 10 años.



Después de 125 años, Nintendo volvía al mundo del juguete con el lanzamiento de figuras amiibo, compatibles con varios videojuegos de la compañía.



Bajo el paraguas de la página web, [suprimeraconsola.es](http://suprimeraconsola.es), Nintendo recopiló varias historias de instituciones educativas que utilizan videojuegos como caballo de Troya para enseñar a niños de Primaria desde educación emocional (con Tomodachi Life), economía (con Animal Crossing) o a responsabilizarse de una mascota (con Nintendo+cats).



**Far Cry 4** recibió el premio al “Mejor Shooter del Año” en la última edición de los “Videogame Awards”.



Sony Computer Entertainment Europe (SCEE) colaboró por primera vez con Movember y PlayStation® puso en marcha una serie de iniciativas clave como por ejemplo que los jugadores pudieran dejarse bigote junto a Galahad, el protagonista de *The Order: 1886™*, asimismo, el famoso ilustrador Tom Mac diseñó una selección de ilustraciones de edición limitada inspiradas en los personajes más queridos de PlayStation® mientras participan en Movember (Sackboy de *LittleBigPlanet™*, Ellie de *The Last of Us™* o Delsin de *InFamous™*). Además, PlayStation® España se ha unió a la iniciativa creando su propio equipo en [Movember.com](http://Movember.com) para concienciar a toda la comunidad de jugadores de la importancia de cuidar la salud masculina y animarles a que se dejarasen crecer el bigote como muestra de apoyo.



El 22 de noviembre de 2014, **Xbox One** celebró **su primer año en el mercado** y para celebrarlo Microsoft organizó todo tipo de actividades con los fans, incluyendo el sorteo de juegos y suscripciones Xbox Live Gold. Además, también realizó un vídeo conmemorativo para compartir con los fans todo lo que habían vivido juntos durante el primer año de Xbox One y compartió una infografía destacando los logros conseguidos.

02/

## DICIEMBRE



A mediados de mes, **Electronic Arts** anunciaba la colaboración con la diseñadora española Leyre Valiente para el videojuego Los Sims 4. Al anuncio de esta colaboración fueron varios fans del título y tuvo lugar en un espacio muy especial: el showroom de la diseñadora, situado en el centro de Madrid.

A final de año, Electronic Arts participaba, a través de EA SPORTS FIFA 15, en el partido solidario **Champions For Life**, celebrado el 29 de diciembre en el estadio Vicente Calderón. EA celebró, previo a este partido, un evento en el que tanto los jugadores como el cuerpo técnico, medios de comunicación y fans pudieron sumarse a esta iniciativa solidaria marcando goles con EA SPORTS FIFA 15.





Juan Mata, jugador del Manchester United F. C., equipo de la Premier League de Inglaterra, y de la Selección Española de Fútbol participaba en una sesión con **Skylanders Trap Team™**, de la que se declaraba gran seguidor.



En el último mes del año, Koch Media celebró un multitudinario concurso musical del videojuego **Let's Sing 7** Versión Española en la Fnac Callao de Madrid.

**Alien: Isolation** fue galardonado con los premios al Mejor juego de Terror y Mejor Banda Sonora en el Fun & Serious Game Festival de Bilbao.

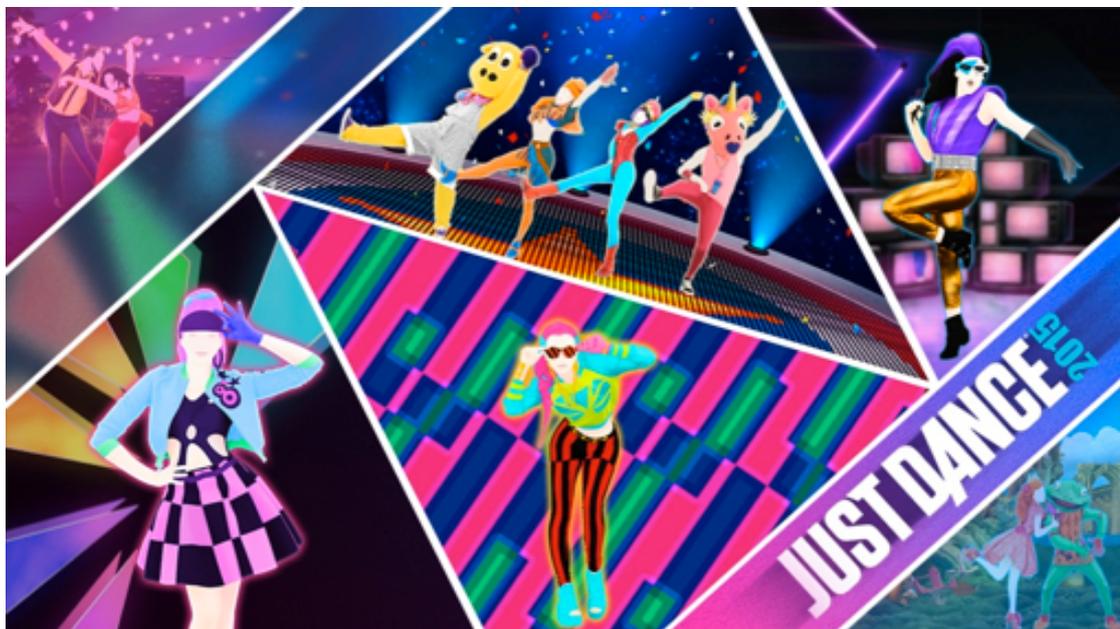


El Museo Británico de Londres acogió la **Cumbre internacional de Total War**, la reputada franquicia de Creative Assembly.



**Watch Dogs** cierra el año como el lanzamiento más exitoso de una IP nueva en toda la región de EMEA con 10 millones de copias vendidas.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Cifras del sell-in



**Just Dance** volvió a ser el videojuego en formato físico más vendido en el mes de diciembre por tercer año consecutivo.<sup>2</sup>



La franquicia **Assassin's Creed** se consolida con **91 millones de copias vendidas** en el mundo.

<sup>2</sup> Fuente GFK: dato correspondiente a las ventas del mes de Diciembre de 2012, 2013 y 2014.



En el Fun and Serious Games Festival 2014, Bilbao **La Tierra-Media: Sombras de Mordor de Warner Bros. Interactive** ganó Mejor Juego del Año y Mejor Juego de Acción y Aventura. Además de los premios de Fun and Serious, este título obtuvo más de 50 premios Juego del Año globalmente.



El 3 de diciembre de 2014 se cumplían 20 años desde que **PlayStation** lanzase su primer modelo en Japón. Para conmemorar una fecha tan significativa, Sony Computer Entertainment Inc. (SCEI) puso a la venta **PlayStation®4 (PS4™)** “Edición 20 Aniversario”. Una edición especial de la consola en color “Original Grey” con una caja conmemorativa especial. La Edición 20 Aniversario se limitó a 12.300 unidades con un precio de 499€ en Europa. Además, se realizó una subasta benéfica en la que 4.028 personas pujaron por conseguir una de las 375 **PlayStation®4 “Edición 20 Aniversario”**. Los beneficios de la subasta ascendieron a un total de 117.108 €, que se repartieron íntegramente a Unicef y Juegaterapia.



**Entrega de PlayStation® Awards** que proclamó ganador a Dogchild, título que está siendo desarrollado por los españoles Animatoon. El equipo ganador recibió 10.000 € en metálico para financiar el proyecto, kits de desarrollo de PlayStation® y una campaña de promoción y marketing en medios propios valorada en 200.000 €. **PlayStation® Awards** es una iniciativa de PlayStation® que aspira a convertirse en referencia nacional de apoyo al desarrollo local e impulso a proyectos independientes, originales y de calidad. La I Edición de **PlayStation® Awards** fue presentada oficialmente el 9 de julio de 2014 y concluyó con un rotundo éxito de participación: más de 100 equipos presentaron sus trabajos.



Con el objetivo de reforzar el sentimiento de unión entre los usuarios de Xbox One, Microsoft lanzó en diciembre la **campaña #YosoydeOne** en redes sociales, que invitaba a los jugadores a compartir videos explicando con este hashtag su razón para ser de Xbox One. El éxito de la actividad fue inmediato. Para celebrar el buen resultado de la campaña, Microsoft grabó un video unificando algunos de los mejores videos que los usuarios habían compartido.

**Disney Interactive** anuncia que los personajes originales de Disney Lilo, Stitch y Mérida entre otros se unen a Disney Infinity a través de un starter pack específico y muchas más figuras de Disney. El modo Toy Box de Disney Infinity 2.0 se convierte en el paraíso de los fans de Disney, Disney·Pixar y Marvel, un espacio donde pueden reunir a muchos de los personajes más emblemáticos de la compañía.

03



# Nace AEVI

En abril de 2014 se presenta en sociedad la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), que marca el inicio de una nueva etapa en el sector. La refundación de aDeSe nace con el objetivo de representar a todos los agentes implicados en la cadena de valor del videojuego en nuestro país. Por eso, además de los 12 asociados con los que contaba, AEVI suma Novarama, la primera compañía de desarrollo en incorporarse a la asociación. Así, las empresas que aglutina suponen el 90% del consumo del mercado español.



AEVI  
ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
VIDEOJUEGOS

Una de las citas más destacadas de 2014 fue, sin duda, el nacimiento de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI). La refundación de aDeSe se presentó en sociedad en abril, en un acto respaldado por el Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, así como por representantes de todo el sector, asociaciones sectoriales de otras industrias culturales, compañías editoras y de desarrollo.



Y es que AEVI nace con la intención de aglutinar a todos los agentes implicados en la cadena del videojuego en nuestro país y convertirse así en su máximo representante. En este sentido cabe destacar la incorporación de Novarama, la primera compañía de desarrollo que se integra en la asociación, y que se suma a

los 12 asociados con los que ya contaba (Activision-Blizzard, Disney Interactive, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Bandai Namco Entertainment, Nintendo, Sony Computer Entertainment, Take Two Interactive, Ubisoft y Warner Interactive). Los asociados de AEVI representan más del 90% del consumo en el mercado español.

Además de ese objetivo integrador, la asociación se ha marcado otros:

**Promover** el desarrollo de la industria local en nuestro país, favoreciendo el atractivo de inversión en España y contribuyendo a la generación de riqueza y empleo en el sector del videojuego.

**Colaborar** con las Administraciones Públicas e instituciones con competencia en el desarrollo de programas e iniciativas para el impulso de una industria local del videojuego en España.

**Defender** los intereses de los todos agentes implicados en la cadena de producción de la industria.

**Velar** por un modelo sostenible y de futuro para el sector, que pasa por la defensa de la propiedad intelectual y la innovación en las fórmulas de oferta y comercialización de productos en un entorno de convivencia entre el mercado físico y el online.

**Seguir construyendo** la reputación del videojuego como una de las alternativas de ocio, así como a la gamificación, que hace que el videojuego esté cada vez más presente en diversos ámbitos de nuestras vidas.

De esta forma, AEVI se configura como una asociación empresarial aglutinadora, que suma fuerzas, ideas, intereses y, en definitiva, que hace industria.

## AEVI nace con el objetivo de aglutinar a todos los agentes de la cadena del videojuego en nuestro país



Entertainment

GAME

KOCH MEDIA



NEVERGAMB



COMPUTER ENTERTAINMENT

04



# Balance económico 2014 de la industria en España

Durante el pasado año, el mercado de los videojuegos en nuestro país consolidó la mejoría iniciada en 2013. Con un consumo de 996 millones de euros, un 6,8% más respecto al ejercicio anterior, esta industria se sitúa como la primera de ocio audiovisual e interactivo en nuestro país. Una tendencia al alza que la Asociación Española de Videojuegos espera que se mantenga durante el presente año.

## 04/

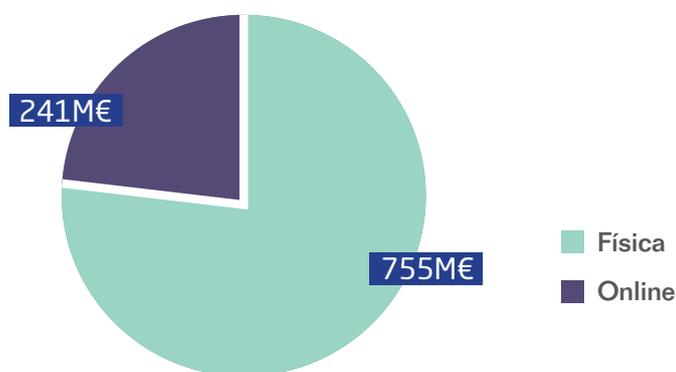
El consumo en el sector del videojuego en España alcanzó en 2014 la cifra de 996 millones de euros, sumando la venta física, 755 millones (fuente Gfk), y la online, valor estimado de 241 millones (fuente Gametrack –ISFE-). Así, el sector se consolida como la primera industria de ocio audiovisual e interactivo en nuestro país.

Esta cifra supone un incremento del 6,8% en comparación con 2013, período en el que el consumo global off y online se situó en 932 millones de euros, 762 millones de euros en el

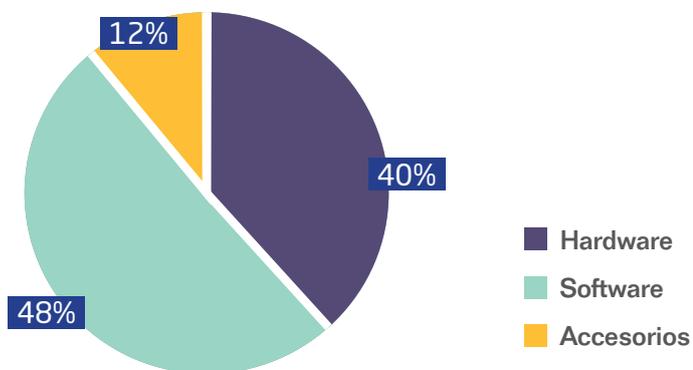
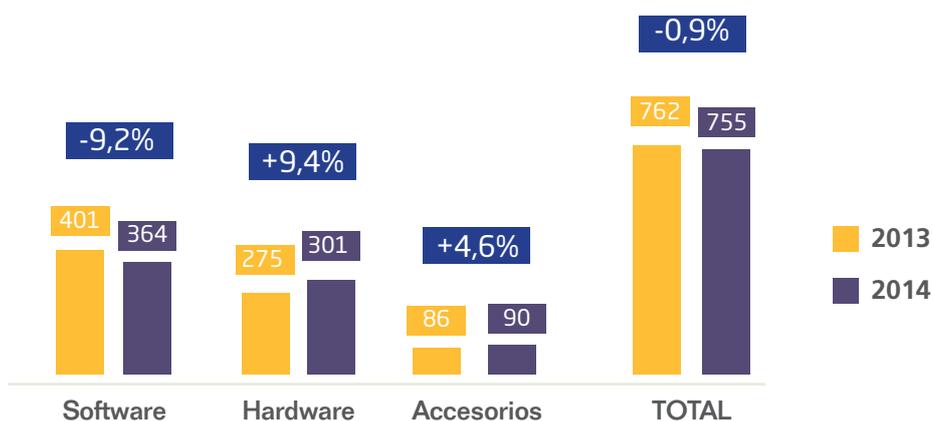
canal físico y 170 millones de euros en el online. De esta forma, el sector estabiliza su nivel de ventas y pone fin a varios ejercicios consecutivos de descenso, consecuencia de la crisis económica que tampoco ha sido indiferente para este sector.

Por segmentos, el software generó 364 millones de euros, el hardware 301 millones y los accesorios y periféricos 90 millones de euros, según los datos publicados por AEVI y facilitados por Gfk.

### VENTAS POR PLATAFORMA (Millones de euros)



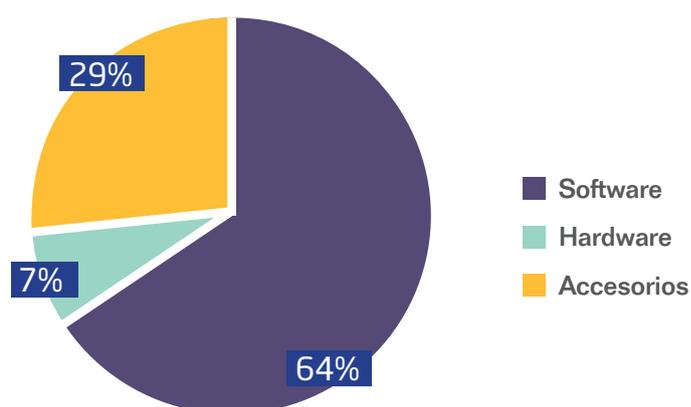
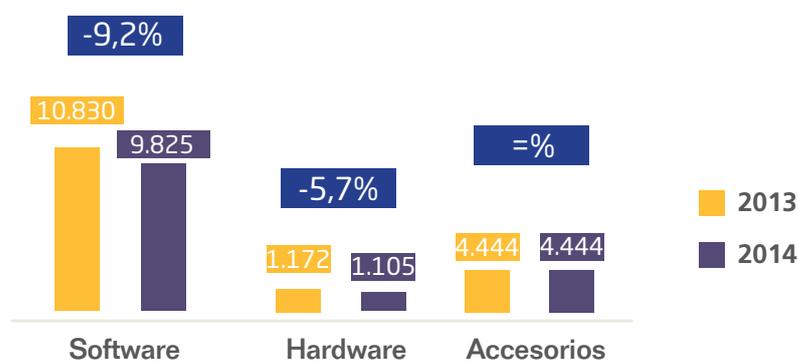
**VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO**  
(Millones de euros)



En este sentido, el impulso de las consolas de nueva generación ha supuesto que 2014 sea el primer año desde 2007 en el que los españoles han gastado más dinero en hardware, al que destinaron 301 millones de euros, un 9,4% más que en 2013. Asimismo, el pasado año también fue el primero desde 2010 en el que invirtieron más en periféricos, 90 millones de euros, un 4,6% más que el ejercicio anterior. Las ventas físicas de software supusieron 364 millones de euros en 2014, con un descenso del 9,2%.

### VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO (Miles de unidades vendidas)

Sin embargo, teniendo en cuenta el número de unidades vendidas por el canal físico, el hardware desciende un 5,7% con 1.105.000 de consolas comercializadas en 2014, mientras que el software, con 9.825.000 videojuegos físicos vendidos, desciende un 9,2%. Por otra parte, la venta de periféricos y accesorios se mantuvo en cifras idénticas a 2013, con 4.444.000 unidades vendidas.



En el último año se vendieron en España un total de 9.825.000 unidades de videojuegos, 1.105.000 consolas y 4.444.000 periféricos

## HARDWARE: VENTAS DE LAS CONSOLAS

La consolidación de la nueva generación de consolas (PS4, Xbox One y Wii U) ha sido un impulsor del segmento de consolas de sobremesa, que ha experimentado un importante crecimiento durante 2014 tanto en unidades (751.000, un 8,5% más) como en volumen de negocio (243 millones de euros, un 25,2% más). Por su parte, el segmento de portátiles experimenta descensos tanto en unidades vendidas (354.000, un 26,4% menos) como en valor (58M€, un 27,5% menos).

	UNIDADES En miles	13/14 Variación	VALOR Millones € €	13/14 Variación
Portátil	354	-26,4%	58	-27,5%
Sobremesa	751	8,5%	243	25,2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.105</b>	<b>-5,7%</b>	<b>301</b>	<b>9,4%</b>

En 2014, los españoles gastaron 243M€ en consolas de sobremesa y 58M€ en consolas portátiles

## 04/

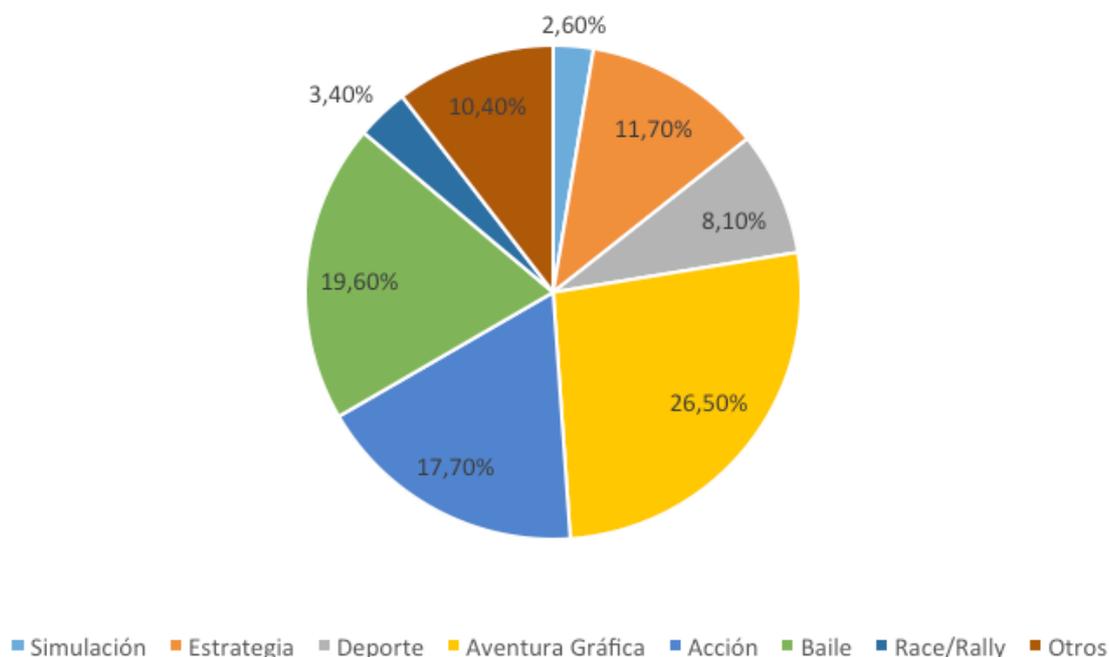
## VENTAS DE SOFTWARE (VIDEOJUEGOS)

En cuanto a juegos por plataforma, el número de juegos vendidos para PS4 ha experimentado un importante crecimiento (451,2%), así como los de Xbox One (266,7%), plataformas lanzadas a finales de 2013. Una tendencia repetida en Wii U (73,4%), PS Vita (24,5%) y 3DS (8,2%), lanzadas en años anteriores.

	UNIDADES En miles	12/13 Unidades	VALOR Millones €	12/13
Juegos PC	706	-25,5%	18	-5,3%
Juegos PC educativos	20	-55,6%	0	-100%
Consola	9.099	-7,5%	346	-9,2%
<b>TOTAL SOFT</b>	<b>9.825</b>	<b>-9,2%</b>	<b>364</b>	<b>-9,2%</b>

En relación al software, PS3, 3DS, PS4, Wii y Xbox 360 lideran las ventas en formato físico

### SEGMENTACIÓN DE TIPOLOGÍA DE VIDEOJUEGOS POR UNIDADES VENDIDAS



En relación a las ventas de software –tanto en unidades vendidas como en valor–, PS3, 3DS y PS4 lideraron el ranking global.

	UNIDADES En miles	13/14 Variación	VALOR Millones €	13/14 Variación
PS3	2.999	-25,9%	111	-38,3%
3DS	1.371	8,2%	50	8,7%
PS4	1.323	451,2%	74	393,3%
Wii	1.100	-21,2%	36	-28%
Xbox 360	874	-30,2%	28	-40,4%
PS Vita	463	24,5%	14	7,7%
Wii U	366	73,4%	15	50%
Xbox One	220	266,7%	12	200%
PSP	218	-63,3%	2	-75%
DS	123	-59,2%	2	-71,4%
<b>VIDEOJUEGOS PARA CONSOLA</b>	<b>9.099</b>	<b>-7,5%</b>	<b>346</b>	<b>-9,20%</b>

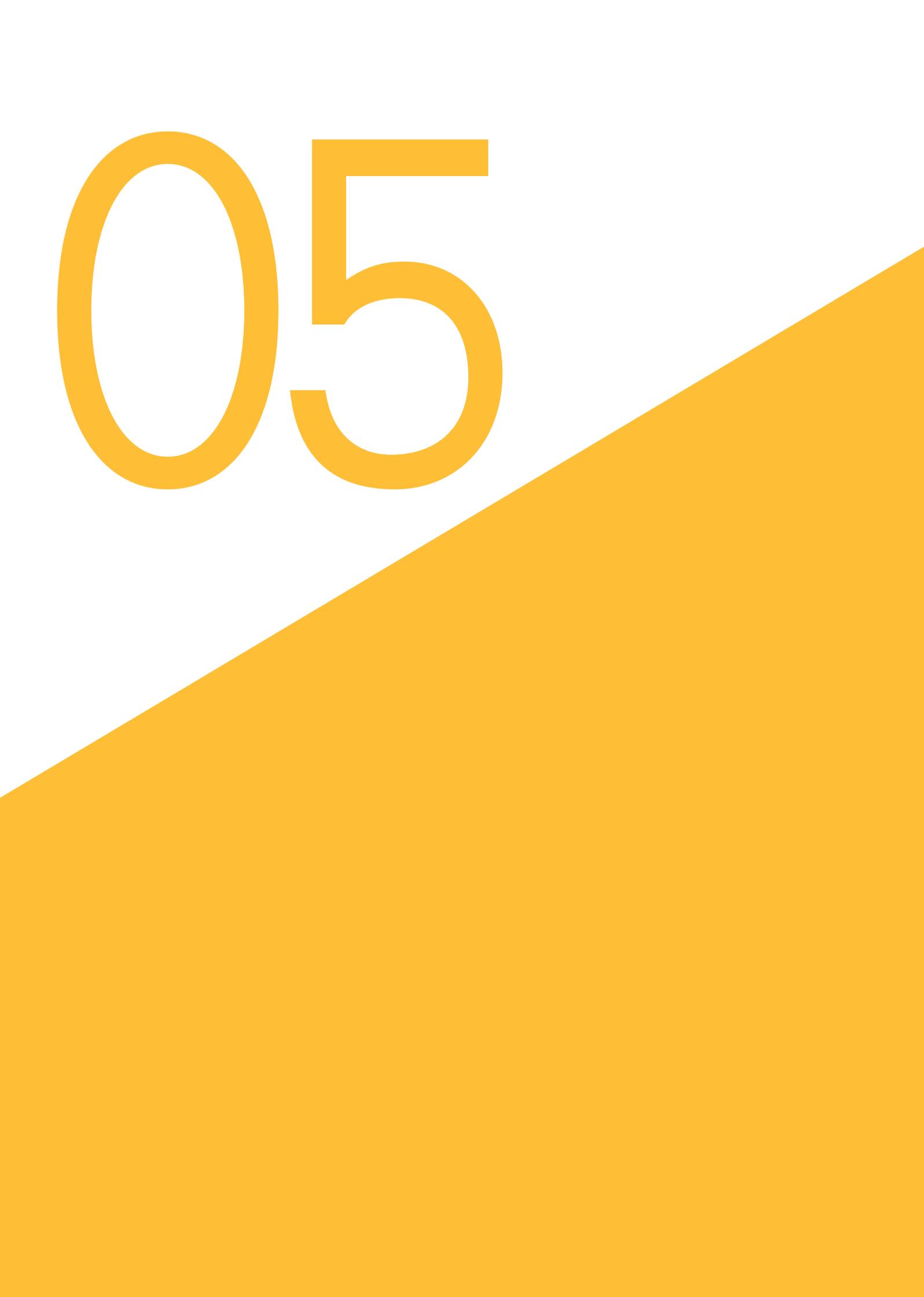
## Consumo online

Según los datos del Gametrack elaborado por ISFE (Interactive Software Federation of Europe), el valor estimado del consumo online de videojuegos en 2014 fue de 241 millones de euros, entre apps (dispositivos móviles) y el resto de plataformas online. De todo el global online, los videojuegos adquiridos desde dispositivos móviles (apps) representaron un valor estimado de 90 millones de euros, mientras que el valor estimado de consumo desde el resto de plataformas y servicios online de distribución se situó en 151 millones.

En comparación con 2013, cuando el valor global del consumo online se situó en 170 millones según el Gametrack, el incremento ha sido del 41%.

Este estudio de consumo online se realiza a través de una encuesta digital entre una muestra de 6.000 usuarios de internet con edades de entre 6 y 64 años, reforzado con 1.000 entrevistas offline entre población adulta, en las que se incluyen preguntas relacionadas con los videojuegos que consumen sus hijos con edades comprendidas entre 6 y 17 años.

05



# El mercado del videojuego

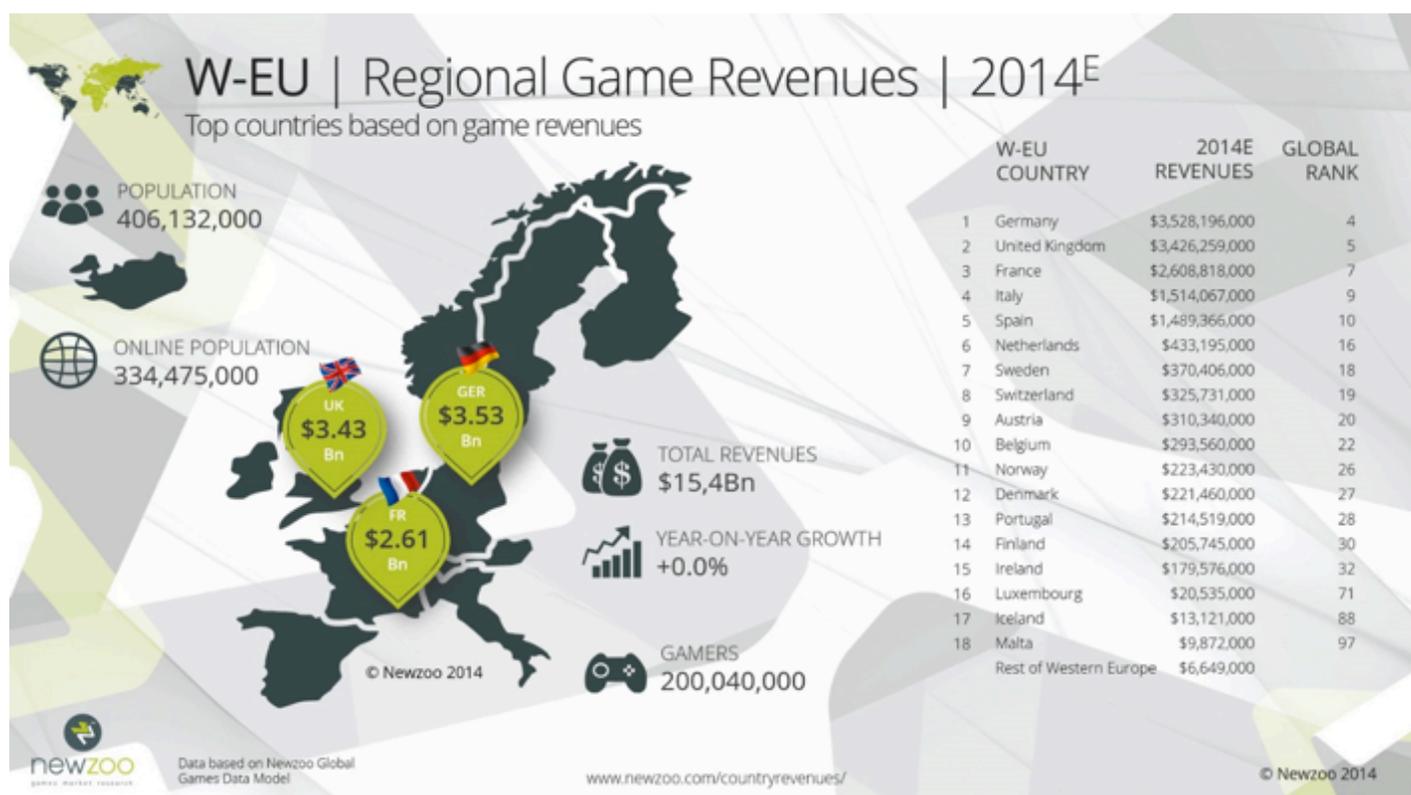
En 2014 el consumo estimado en el sector superó los 81.500 millones de dólares, más de 71.800 millones de euros.

(Fuente: Newzoo)

España continúa siendo uno de los cinco grandes mercados europeos, junto con Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.

05/

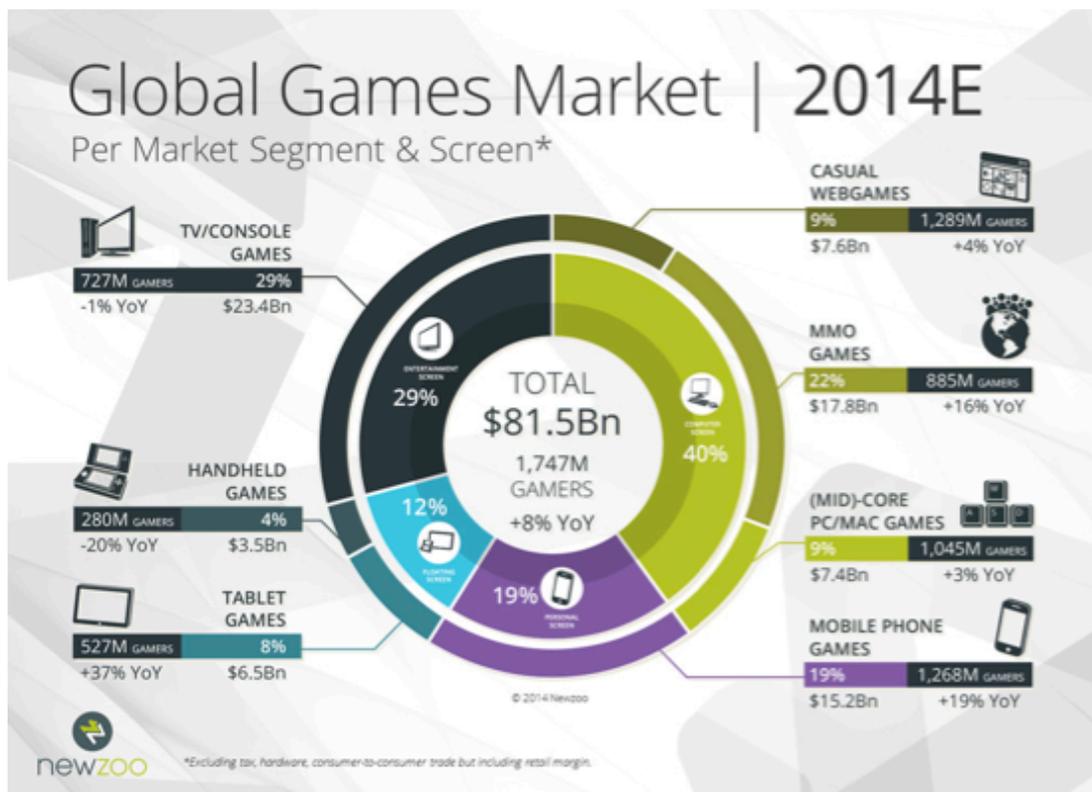
## EL MERCADO EUROPEO



El mercado de videojuegos en Europa supone en 2014 un 22% de los ingresos totales del sector del videojuego a nivel mundial. Un año más, los cinco países europeos que más ingresos aportan al sector son Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido.

En cuanto a la evolución respecto a 2013, las cifras de mercado son superiores a las del año pasado. El valor de mercado en UK ha aumentado un 13%, el de Francia un 3%, el de España un 6,8% y el de Alemania un 6%. Italia aún no ha publicado sus datos oficiales.

## EL MERCADO A NIVEL GLOBAL



En 2014 el mercado internacional de videojuegos ha superado los 81.000 millones de dólares (71.600 millones de euros), cuando la previsión era alcanzar esta cifra en 2016. Se espera cerrar 2015 con un valor superior a los 91.000 millones de dólares (80.500 millones de euros). Estas cifras están generadas por el crecimiento constante de la comunidad de jugadores, que en 2014 fue de 1.700 millones de personas, y que al cierre de 2015 superará los 1.900 millones.

El segmento que mayor volumen de negocio ha generado durante 2014 ha sido el de juegos para ordenador, con un 40% del total. Los juegos para consolas suponen un 33% del volumen de negocio a nivel mundial, representando el 29% el sector de videojuegos para consolas de sobremesa y un 4% el mercado de videojuegos para consolas portátiles.

El mercado de videojuegos y tablets sigue creciendo y supone en 2014 un 27% del mercado de videojuegos a nivel global (un 19% los juegos para smartphone y un 8% los juegos para tablets).



En cuanto a las áreas geográficas, en 2014 la región que ha experimentado un mayor crecimiento en 2014 ha vuelto a ser Asia-Pacífico, cuyo valor se ha situado en los 36.800 millones de dólares (32.500 millones de euros), manteniendo su posición como primer área en volumen de negocio mundial. América Latina es la segunda región que ha experimentado mayor aumento, del 14%, respecto al valor de mercado del año pasado.

Norteamérica continúa siendo la segunda área en volumen de negocio mundial. Ha experimentado un crecimiento del 1%, manteniendo su valor de mercado en cifras muy similares a las del año pasado con 22.200 millones de dólares (19.630 millones de euros). Europa vuelve a ser el tercer entorno en valor, con 19.100 millones de dólares (16.900 millones de euros) y un crecimiento del 2%.

## ALGUNOS MERCADOS INTERNACIONALES DESTACADOS

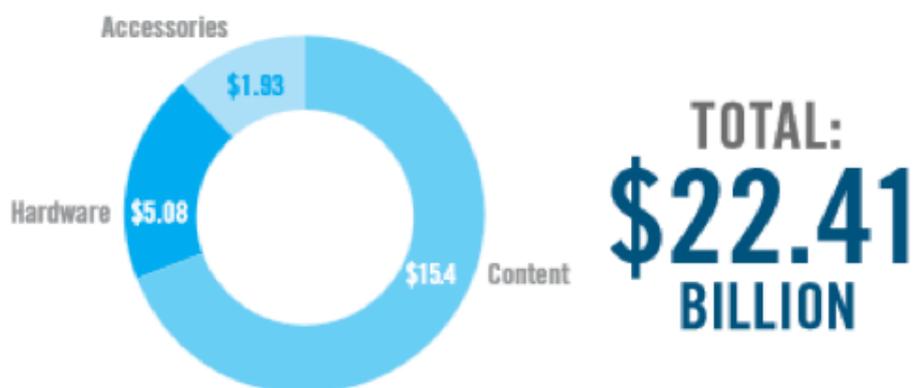
### EEUU

2014 ha sido un buen año para el mercado del videojuego en EEUU. Según datos de la ESA (Entertainment Software Association) y la consultora NPD Group las ventas de videojuegos y consolas en Estados Unidos fueron de más de 22.000 millones de dólares (19.460 millones de euros), manteniendo así la tendencia positiva que se inició en 2013.

Los gamers estadounidenses gastaron 5.300 millones de dólares (4.687 millones de euros) en videojuegos físicos para consolas, 170 millones de dólares (150 millones de euros) en juegos físicos para ordenador y 9.900 millones de dólares (8.756 millones de euros) en software digital, que incluye juegos, contenido para descargar, suscripciones, juegos móviles y juegos en las redes sociales. Las ventas de hardware sumaron 5.080 millones de dólares (4.493 millones de euros) y las de accesorios y periféricos, 1.930 millones de dólares (1.707 millones de euros).

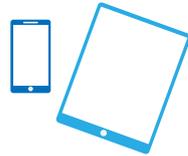
### Total Consumer Spend on Games Industry 2014

DOLLARS IN BILLIONS



Source: The NPD Group/Games Market Dynamics: U.S.

# 05/



SMARTPHONES  
TABLETS

**+145%**  
respecto 2013

**11.730**  
millones de dólares  
de facturación 2014

**18.480**  
millones de dólares  
valor de mercado

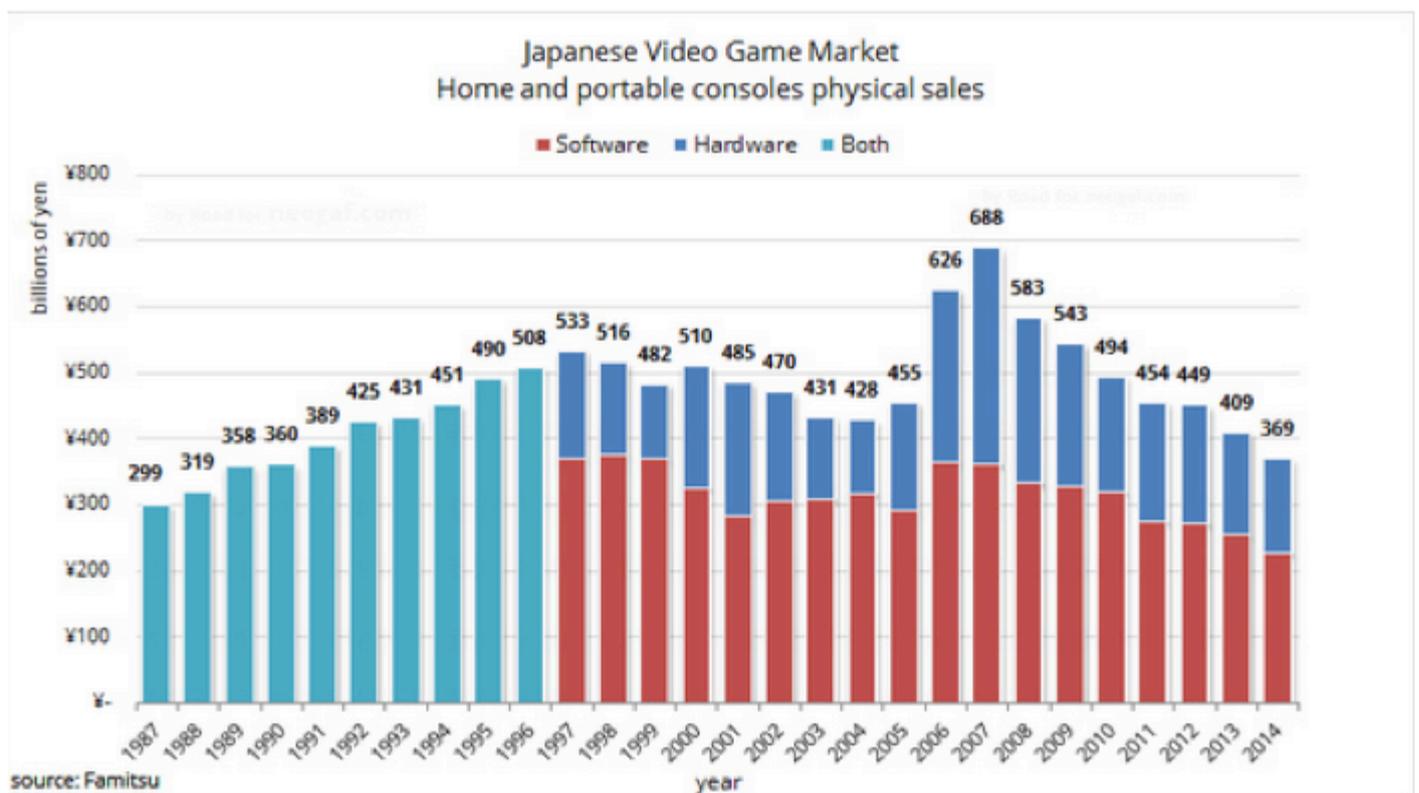
**+34%**  
crecimiento respecto 2013



## CHINA

El mercado de videojuegos de China continúa en plena expansión, creciendo un 34% con respecto al año pasado y alcanzando en 2014 un valor de mercado de 18.480 millones de dólares (16.345 millones de euros). (Fuente: Xinhua News Agency.)

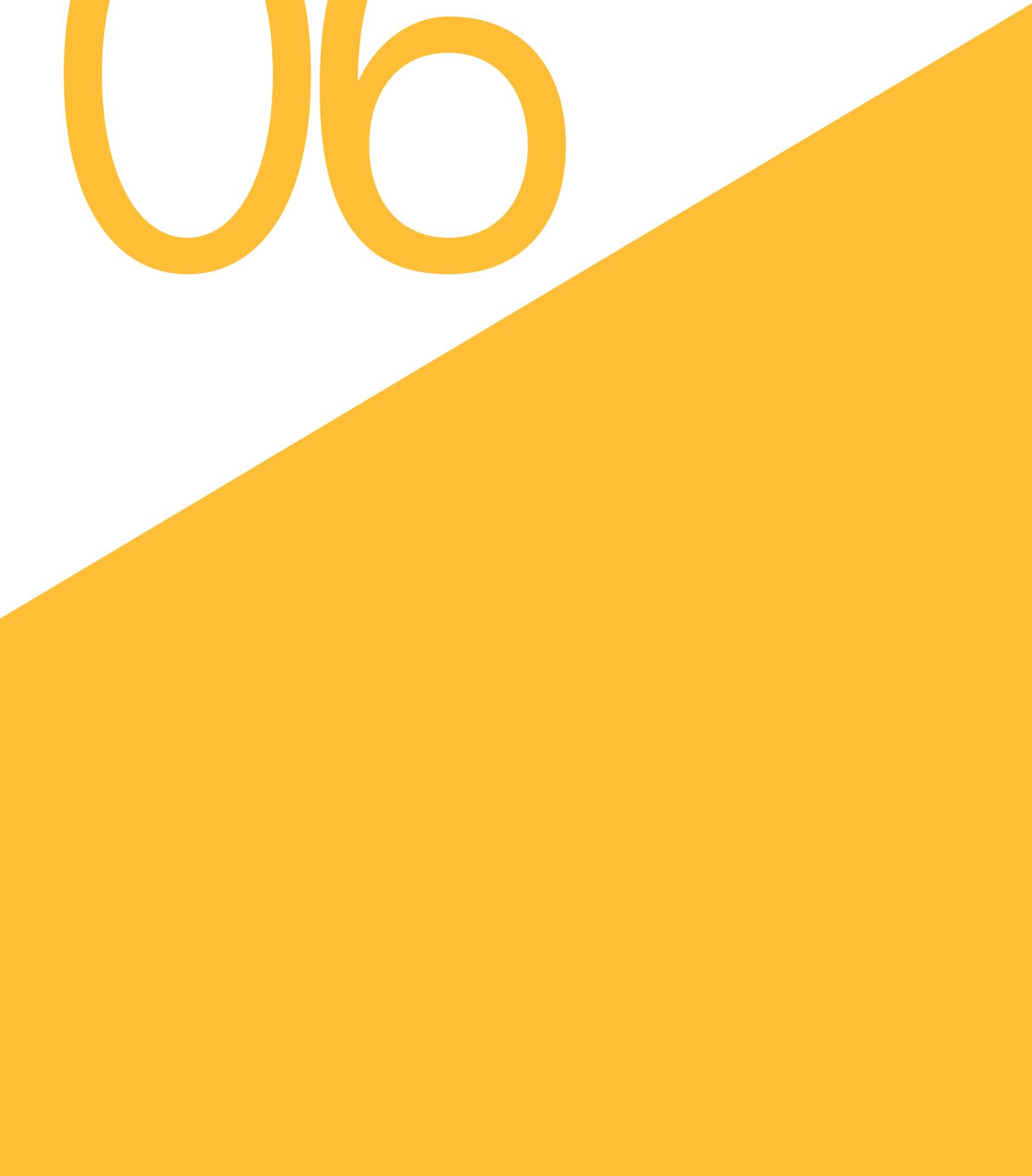
El segmento que más ha crecido en el gigante asiático ha sido el de juegos para smartphones y tablets, que ha aumentado un 145% desde el año pasado y ha facturado 11.730 millones de dólares (10.375 millones de euros).



## JAPÓN

Según cifras de la revista especializada en videojuegos, el mercado de consolas y videojuegos físicos ha caído por séptimo año consecutivo, alcanzando en 2014 un valor de mercado de 2.945 millones de dólares (2.605 millones de euros), casi un 10% menos que en 2013. (Fuente: Famitsu).

06



# La penetración social del videojuego en España

España se configura como un gran mercado internacional en el sector de los videojuegos, tanto en términos de consumo como de penetración social. En este sentido, nuestro país se encuentra entre los cuatro de Europa con más jugadores y con mayor consumo en múltiples pantallas. Ya hay 14 millones de jugadores españoles, un 40% del total de la población.



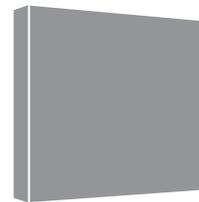
El PC **23%**  
y las consolas **20%**

son las plataformas preferidas  
de los españoles



**14 millones**  
de videojugadores

**40%**  
de la población española



**20%**

El formato físico sigue  
siendo el favorito

Según datos de ISFE (La Federación Europea de Software Interactivo), en España ya hay 14 millones de usuarios de videojuegos, un 40% del total de la población. Esta cifra posiciona a nuestro país entre las cuatro plazas europeas con mayor número de usuarios, sólo por detrás de Francia, Alemania y Reino Unido. Los gamers españoles de entre 11 y 64 años dedican de media 5,7 horas semanales a jugar videojuegos.

Por grupos de edad, el 77% de los gamers españoles con edades comprendidas entre los 11 y 14 años consumen videojuegos

en cualquier formato y pantalla, seguidos del 75% de los 6 a los 10 años, el 66% de los 15 a los 24, y el 48% de entre los 25 y 34 años. Los videojugadores que menos juegan son los de edades comprendidas entre los 35-44 (35%) y entre los 45-64 (15%).

Con respecto al tipo de juego, los videojugadores españoles se decantan a partes iguales por los juegos físicos y los online, que cuentan con 7 millones de usuarios cada uno. Por su parte, las aplicaciones móviles son la opción preferida de 6 millones de jugadores.



## LAS CONSOLAS Y EL PC, LAS PLATAFORMAS MÁS POPULARES

A la hora de elegir la plataforma en la que jugar, los gamers españoles lo tienen claro. Los ordenadores y las videoconsolas, con un 23% (8 millones de usuarios) y un 20% (7 millones) respectivamente, son las opciones preferidas. Les siguen los teléfonos inteligentes, la plataforma que elige el 19% de jugadores entre los 6 y 64 años (7 millones). Las tablets y las consolas portátiles son la alternativa que eligen 4 millones de usuarios (el 10%).

## LOS VIDEOJUEGOS CONQUISTAN A MÁS PÚBLICOS

El videojuego llega cada vez a más personas. Las mujeres representan ya el 46% del total de los usuarios de nuestro país, por delante de otros como Reino Unido (44%). Asimismo, según el estudio "Padres y videojuegos hoy", elaborado por AEVI, el 80% de los padres afirma jugar a videojuegos, y para un 68% de los padres el juego en familia es una motivación para jugar a videojuegos.



## A NIVEL EUROPEO



Reino Unido

**20 millones**  
videojugadores

Es el país europeo donde más tiempo se invierte en jugar. La media semanal se sitúa en 8,3 horas.



Francia

**31 millones**  
videojugadores

El país de Europa con más penetración gamer (el 62% de la población), el que más juega en PC, el 45% de los usuarios, y en el que las más mujeres superan a los hombres videojugadores, el 51% frente al 49%.



Alemania

**34 millones**  
videojugadores

El país europeo con mayor número de usuarios.

07

Los títulos de 2014

## LOS MÁS VENDIDOS

FIFA 15, uno de los lanzamientos de 2014, se posiciona doblemente en el podio de los videojuegos más vendidos. Le sigue Minecraft y la saga que lideró el top 20 de ventas de 2013, Grand Theft Auto V. Los juegos colaborativos, como Just Dance, siguen siendo una de las opciones preferidas de los gamers españoles. Con respecto a sus géneros predilectos y las sagas comerciales más exitosas, la tendencia es similar a la de 2013. La principal novedad de la tabla la encontramos en el puesto nueve con la irrupción del título de simulación real, TOMODACHI LIFE.

## TOP 20 EN UNIDADES VENDIDAS EN 2014

Pos.	TÍTULO	PLATAFORMA	DITRIBUIDOR	GÉNERO	PEGI
1	FIFA 15	PS3	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
2	MINECRAFT	PS3	SONY	STRATEGY	7
3	FIFA 15	PS4	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
4	GRAND THEFT AUTO V	PS3	TAKE 2	ACTION/COMBAT	18
5	CALL OF DUTY: ADVANCED WARFARE	PS3	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
6	JUST DANCE 2015	WII	UBISOFT	DANCE	3
7	JUST DANCE 2014	WII	UBISOFT	DANCE	3
8	CALL OF DUTY: GHOSTS	PS3	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
9	TOMODACHI LIFE	NINTENDO 3DS	NINTENDO	LIFE SIMULATION	3
10	FIFA 14 (MOVE)	PS3	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3
11	CALL OF DUTY: ADVANCED WARFARE	PS4	ATVI BLIZZARD	ACTION/COMBAT	18
12	ANIMAL CROSSING: NEW LEAF	NINTENDO 3DS	NINTENDO	LIFE SIMULATION	3
13	SUPER SMASH BROS.	NINTENDO 3DS	NINTENDO	ACTION/COMBAT	12
14	GRAND THEFT AUTO V	PS4	TAKE 2	ACTION/COMBAT	18
15	POKEMON RUBI OMEGA	NINTENDO 3DS	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	7
16	WATCH DOGS	PS4	UBISOFT	ACTION/COMBAT	18
17	POKEMON ZAFIRO ALFA	NINTENDO 3DS	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	7
18	FAR CRY 4 LIMITED EDITION	PS3	UBISOFT	ACTION/COMBAT	18
19	ASSASSIN'S CREED IV: BLACK FLAG	PS3	UBISOFT	ACTION/COMBAT	18
20	GRAN TURISMO 6	PS3	SONY	RACE/RALLY	3

07/

## TOP 5 VENTAS POR COMPAÑÍA

**ACTIVISION-BLIZZARD**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
CALL OF DUTY: ADVANCED WARFARE	PS3	ACTION/COMBAT	18
CALL OF DUTY: GHOSTS	PS3	ACTION/COMBAT	18
CALL OF DUTY: ADVANCED WARFARE	PS4	ACTION/COMBAT	18
DESTINY	PS4	ACTION/COMBAT	16
SKYLANDERS TRAP TEAM + STARTER PACK	WII	GRAPH.ADV./RPG	7

**DISNEY INTERACTIVE**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
DISNEY INFINITY + STARTER PACK	WII	GRAPH.ADV./RPG	7
DISNEY INFINITY 2.0: MARVEL SUPER HEROES + STARTER PACK	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7
EPIC MICKEY MUNDO MISTERIOSO	NINTENDO 3DS	GRAPH.ADV./RPG	7
DISNEY INFINITY + STARTER PACK	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7
EPIC MICKEY 2: THE POWER OF TWO (MOVE)	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7

**ELECTRONIC ARTS**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
FIFA 15	PS3	SPORT	3
FIFA 15	PS4	SPORT	3
FIFA 14 (MOVE)	PS3	SPORT	3
FIFA 14	PS4	SPORT	3
FIFA 15	XBOX360	SPORT	3

## KOCH MEDIA

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
LET'S SING 6 VERSION ESPAÑOLA + 2 MICROPHONES	WII	SING	12
FINAL FANTASY X/X-2 HD REMASTER	PS3	GRAPH.ADV./RPG	12
LET'S SING 7 VERSION ESPAÑOLA + 2 MICROPHONES	WII	SING	12
LIGHTNING RETURNS: FINAL FANTASY XIII	PS3	GRAPH.ADV./RPG	16
KINGDOM HEARTS HD II.5 REMIX	PS3	GRAPH.ADV./RPG	12

## MICROSOFT IBÉRICA

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
MINECRAFT	XBOX360	STRATEGY	7
GEARS OF WAR - JUDGMENT	XBOX360	ACTION/COMBAT	18
RYSE SON OF ROME	XBOXONE	ACTION/COMBAT	18
FORZA MOTORSPORT 5	XBOXONE	RACE/RALLY	3
FORZA MOTORSPORT 4 (KINECT)	XBOX360	RACE/RALLY	3

## BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
FORMULA 1 2013 CLASSIC EDITION	PS3	RACE/RALLY	3
MOTO GP14	PS4	RACE/RALLY	3
40 PRINCIPALES: KARAOKE PARTY + 2 MICROPHONES	WII	SING	12
FORMULA 1 2013	PS3	RACE/RALLY	3
MONSTER HIGH 13 MONSTRUO-DESEOS	NINTENDO DS	GRAPH.ADV./RPG	7

## 07/

**NINTENDO**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
TOMODACHI LIFE	NINTENDO 3DS	LIFE SIMULATION	3
ANIMAL CROSSING: NEW LEAF	NINTENDO 3DS	LIFE SIMULATION	3
SUPER SMASH BROS.	NINTENDO 3DS	ACTION/COMBAT	12
POKEMON RUBI OMEGA	NINTENDO 3DS	GRAPH.ADV./RPG	7
POKEMON ZAFIRO ALFA	NINTENDO 3DS	GRAPH.ADV./RPG	7

**SONY**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
MINECRAFT	PS3	STRATEGY	7
GRAN TURISMO 6	PS3	RACE/RALLY	3
MINECRAFT PLAYSTATION VITA EDITION	PS VITA	STRATEGY	7
THE LAST OF US REMASTERED	PS4	ACTION/COMBAT	18
MINECRAFT PLAYSTATION 4 EDITION	PS4	STRATEGY	7

**TAKE2**

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
GRAND THEFT AUTO V	PS3	ACTION/COMBAT	18
GRAND THEFT AUTO V	PS4	ACTION/COMBAT	18
GRAND THEFT AUTO V	XBOX360	ACTION/COMBAT	18
NBA 2K14	PS3	SPORT	3
NBA 2K15	PS3	SPORT	3

## UBISOFT

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
JUST DANCE 2015	WII	DANCE	3
JUST DANCE 2014	WII	DANCE	3
WATCH DOGS	PS4	ACTION/COMBAT	18
FAR CRY 4 LIMITED EDITION	PS3	ACTION/COMBAT	18
ASSASSIN'S CREED IV: BLACK FLAG	PS3	ACTION/COMBAT	18

## WARNER INTERACTIVE

TÍTULO	PLATAFORMA	GÉNERO	PEGI
LA TIERRA MEDIA: SOMBRAS DE MORDOR	PS4	GRAPH.ADV./RPG	18
LEGO MARVEL SUPER HEROES	PS3	ACTION/COMBAT	7
LEGO MARVEL SUPER HEROES	PS VITA	ACTION/COMBAT	7
BATMAN: ARKHAM ORIGINS	PS3	ACTION/COMBAT	16
LEGO MOVIE: THE VIDEOGAME	PS3	GRAPH.ADV./RPG	7

## PRINCIPALES LANZAMIENTOS

Durante el 2014, las compañías han seguido reforzando su oferta con títulos muy esperados. Los usuarios han podido disfrutar de multitud de posibilidades en cuanto a géneros y formatos.

### ACTIVISION-BLIZZARD



#### HEARTHSTONE HEROES OF WARCRAFT

Disponible para PC y MAC (lanzados el 12 de marzo), iPad (disponible desde el 16 de abril) y Tablet Android (lanzado el 17 diciembre). El F2P de Blizzard ha sido para muchos la sorpresa del año en cuanto a videojuegos se refiere, y ha sido galardonado en todo el mundo ('Mejor juego online' y 'Mejor juego Móvil' en los Fun&Serious Awards de España, 'Mejor juego multijugador' en los BAFTA de Inglaterra, ...). En su primer año de vida, Hearthstone ha alcanzado más de 30 millones de jugadores, y dispone ya de varias expansiones de contenido y packs de aventura.



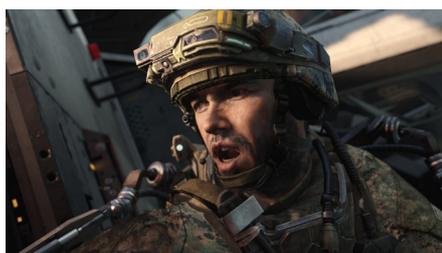
#### WARLORDS OF DRAENOR

Coincidiendo con la semana del 10º Aniversario de World of Warcraft, sale a la venta el 13 de noviembre la quinta expansión de World of Warcraft, el juego de rol multijugador masivo online de suscripción nº 1 del mundo. Durante las 24 primeras horas de venta se vendieron más 3,3 millones de copias de esta expansión, y se superaron los 10 millones de suscriptores en todo el mundo, con un crecimiento en las regiones principales.



#### DIABLO III REAPER OF SOULS

El 25 de marzo sale a la venta la expansión de Diablo III, que vendió 2,7 millones de copias durante la primera semana de su lanzamiento.



### **CALL OF DUTY: ADVANCED WARFARE DAY ZERO EDITION**

Es el primer título Call of Duty® que ha contado con el liderazgo de Sledgehammer Games, así como con un ciclo de tres años en su desarrollo. Advanced Warfare también presenta por primera vez el exoesqueleto, el mayor cambio en lo referente al movimiento, producido en la historia de la franquicia. Con el poder del exo los jugadores pueden aumentar el alcance de sus saltos, esquivar y golpear más fuerte y más rápido a través de una historia con un importante componente emocional. Con una experiencia multijugador totalmente renovada y un nuevo modo cooperativo, el título garantiza la diversión que solo Call of Duty puede ofrecer.



### **SKYLANDERS TRAP TEAM™**

Disponible para Microsoft Xbox 360™ y Xbox One™, PlayStation® 3 y PlayStation® 4, Nintendo Wii™ y Nintendo Wii U™ y Nintendo 3DS™, Skylanders Trap Team marca un hito al trasladar la experiencia completa de juego en consola a las tablets, con la presentación de un Starter Pack compatible con iPad®, Kindle Fire y tablets Android. Skylanders Trap Team permite a los fans perseguir y derrotar a los villanos más buscados de Skylands, sacarlos del juego y traerlos hasta sus casas capturándolos en Trampas mágicas. Una vez derrotados, los jugadores podrán colocar una Trampa en el nuevo portal de Traptanium™ para capturar a los villanos, que pueden ser enviados de nuevo al juego para pelear por el bien. También podremos escuchar a los villanos dentro de las Trampas, una novedad que de verdad permite a los juguetes cobrar vida.



### **DESTINY**

Destiny, el juego de acción fruto de la colaboración ente Bungie y Activision Blizzard, llegó en septiembre de 2014 al mercado arrasando. Es la franquicia de videojuegos de nueva creación con más reservas y mayores ventas de todos los tiempos y ha conseguido más de 180 premios y nominaciones. Durante su primera semana, los jugadores registraron más de 100 millones de horas de juego online, poniendo a Destiny a la altura de los líderes de la industria.

## BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT



### LOS 40 PRINCIPALES: KARAOKE PARTY

Distribuido exclusivamente en España. El videojuego oficial de Los 40 Principales se ha desarrollado en estrecha colaboración con la emisora musical más importante de nuestro país e incluye 40 éxitos del panorama musical nacional e internacional más reciente. El juego, además, está presentado por dos locutores de la cadena musical líder en España: Tony Aguilar y Cristina Boscá.



### PAC-MAN Y LAS AVENTURAS FANTASMALES 2

Es uno de los títulos más relevantes de la compañía y que ha actualizado la figura de Pac-Man. El lanzamiento del videojuego ha estado apoyado por la serie de televisión, con récords de audiencia, y por una serie de actividades de la licencia que van a culminar en 2015 con el estreno de la película Pixels.



### MOTOGPTM14

Primer título en consolas de nueva generación lanzado por la compañía. Esta última edición del simulador del campeonato del mundo de motociclismo ha dado lo mejor de sí mismo no solo en PlayStation 4, sino también en las plataformas de la generación anterior. Un título completo y acabado de calidad a la altura de los fans más exigentes.



### DARK SOULS II

Considerada la serie más desafiante de la generación de consolas, este videojuego de rol de acción tiene lugar en un mundo abierto y ha sabido mantener la esencia de sus predecesores añadiendo interesantes novedades.

# DISNEY INTERACTIVE



## DISNEY INFINITY 2.0: MARVEL SUPER HEROES

Disney Infinity 2.0: Marvel Super Heroes es la segunda entrega de Disney Infinity, un título de aventura y acción, que ahora protagonizan más de 20 personajes del universo Marvel.



## DISNEY INFINITY 2.0: TOY BOX COMBO PACK

Disney Infinity 2.0: Toy Box Combo Pack incluye el videojuego, la base y las figuras de Merida y Stitch. Y además, es posible conseguir por separado el resto de figuras disponibles: Aladdín, Pato Donald, Baymax, Hiro, Campanilla y Maléfica.



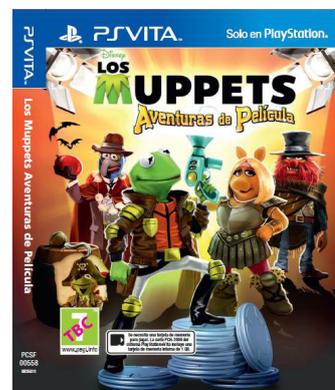
## KINGDOM HEARTS HD 2.5

Kingdom Hearts HD 2.5 ReMIX es una recopilación de tres juegos de la saga Kingdom Hearts remasterizados en HD y la continuación de Kingdom Hearts HD 1.5 ReMIX. Incluye las remasterizaciones HD de Kingdom Hearts II Final Mix y Kingdom Hearts Birth by Sleep Final Mix, así como las escenas remasterizadas en HD de Kingdom Hearts Re:coded.



## VIOLETTA

Conviértete en Violetta con este título repleto de ritmo y música. Incluye 8 de las canciones más populares de la serie de televisión. También, podrás viajar por tres lugares distintos del mundo, vestirte con ropa de Violetta y los puntos te ayudarán a desbloquear sus secretos. Además, el juego incluye el resto de los personajes de la serie.



## MUPPETS PS VITA

Acompaña a la rana Gustavo, Miss Piggy, el gran Gonzo y a Animal, entre otros Muppets, en un viaje por Hollywood repleto de risas, caos y aventuras. Podrás crear mágicas películas con los Muppets, en géneros tan populares como el mar, el Oeste, el terror, los cuentos de hadas y la ciencia ficción. También es posible utilizar la pantalla táctil y el panel táctil trasero para resolver rompecabezas y completar misiones. Y además, descubre áreas secretas y objetos ocultos, como entradas doradas, rollos de película y estrellas de la fama.

# 07/

## ELECTRONIC ARTS



### PLANTS VS. ZOMBIES

Los "shooters" de la mano de Plants Vs. Zombies se han vuelto locos, con una nueva experiencia de acción donde los zombis vuelan por los aires, se siembran plantas y donde encontrarás nuevos personajes. Ponte en acción con tus amigos en el modo cooperativo y multijugador y empezad a sembrar la ¡victoria! De qué lado estarás... ¿Zombi o Planta?



### TINTANFALL

Este juego propone tomar parte en el conflicto existente entre dos facciones, IMC y la Milicia, en un lugar interestelar remoto llamado La Frontera. El jugador tendrá que decidir sobre la marcha si recurre a pilotos de asalto o a titanes para salir airoso de situaciones complicadas y si opta por la confrontación... o por una huida que garantice su supervivencia.



### EA SPORTS COPA MUNDIAL DE LA FIFA BRASIL

¡Escribe el destino de tu Selección Nacional con el Videojuego Oficial del Mundial! Experimenta toda la emoción, la diversión y el drama del mayor evento futbolístico del mundo con sus mejoras de jugabilidad y las nuevas características. ¡Atrévete a sumergirte en el mayor evento futbolístico del mundo!



### LOS SIMS 4

¡Los Sims han vuelto con más personalidad que nunca! En esta nueva edición de Los Sims, estos divertidos personajes son más inteligentes, más identificables y emocionalmente más conscientes. Los jugadores controlan la mente, el cuerpo y las emociones de estos nuevos Sims, que traen sus historias a la vida con una riqueza que nunca antes había sido posible.



### **FIFA 15**

EA SPORTS FIFA 15 recrea con todo detalle el fútbol para que los aficionados sientan la emoción del deporte rey como nunca antes. Toques más precisos, emociones de los jugadores en función de la situación del partido, porteros con más reflejos y estadios llenos de vida.



### **DRAGON AGE INQUISITION**

Dragon Age Inquisition sumerge al jugador en un mundo oscuro de fantasía donde tendrá que crear y vivir su propia experiencia, teniendo que tomar decisiones que variarán el rumbo de la historia. Este videojuego combina una narración profunda y personalidades definidas, con extensos mundos a explorar por los jugadores.



### **EA SPORTS UFC**

¡Atrévete a vivir la lucha dentro del Octagon™ como nunca antes en un videojuego de lucha deportiva! Los luchadores se desgastan en tiempo real, podrás realizar movimientos que te dejarán boquiabierto, como patadas giratorias, golpes apoyándote en la jaula ¡y mucho más!

# 07/

## KOCH MEDIA



### ALIEN ISOLATION

Estremecedora experiencia de terror y supervivencia en primera persona que recupera el horror y la tensión inigualable de la película original de Ridley Scott. Enfrentate a una atmósfera agobiante y lucha por tu supervivencia ante un Alien impredecible y despiadado que acecha desde la más profunda oscuridad.



### THE EVIL WITHIN

Creado por Shinji Mikami, responsable de la influyente serie Resident Evil, The Evil Within abraza la esencia más pura del género del survival horror. Adéntrate en una realidad perturbadora, enfrente a malvadas criaturas y experimenta el auténtico terror, todo ello amplificado por una iluminación y animación de corte vanguardista gracias al motor id Tech 5.



### LET'S SING 7 VERSIÓN ESPAÑOLA

La célebre franquicia de karaoke regresa con 35 grandes éxitos del panorama nacional e internacional y más voces que nunca. Tú eres la voz y la estrella en Let's Sing 7 Versión Española, demuestra lo que vales con tu mejor actuación en familia y disfruta interpretando todo tipo de bombazos musicales de primera fila con vídeos originales.



### LIGHTNING RETURNS: FINAL FANTASY XIII

Con una historia, mundo y personajes nuevos junto a un sistema de juego mejorado, LIGHTNING RETURNS: FINAL FANTASY XIII es el broche de oro para la decimotercera entrega de la saga. Maneja a la emblemática heroína Lightning en un entorno en constante cambio y expansión, mientras tratas de impedir la total destrucción de un mundo condenado.



### THIEF

La reinención de una franquicia que logró definir todo un género y que permite a los jugadores de nueva generación meterse en el papel de Garrett, el experto ladrón. Cuando su ciudad se ve amenazada, Garrett debe salir de las sombras y descubrir la verdad. Una aventura en primera persona con un diseño inteligente que permite a los jugadores tomar el control absoluto.



### WILDSTAR

Un sorprendente MMORPG con un hermoso y característico estilo de animación, un sistema robusto de alojamiento personalizado y combates trepidantes. Con un marcado sentido del humor que se solapa con un misterio que muestra que en el planeta Nexus están sucediendo más cosas de las que parece. Disfruta de un nivel de exploración y descubrimiento del mundo sin precedentes.

# MICROSOFT IBÉRICA



## FORZA HORIZON 2

La evolución del avanzado motor gráfico de Forza permite poner en pantalla, por primera vez en la saga, ciclos completos día-noche con espectaculares cambios meteorológicos, una iluminación tremendamente realista y efectos visuales de nueva generación. Permite cambiar entre el modo un jugador y multijugador online al instante, sin salas de espera ni tiempos de carga y ponerse al volante de más de 200 coches, una increíble selección de los mejores vehículos del planeta.



## HALO: THE MASTER CHIEF COLLECTION

Por primera vez, toda la saga del Jefe Maestro en una única consola. Incluye una versión completamente remasterizada de Halo 2: Anniversary, Halo: Combat Evolved Anniversary, Halo 3 y Halo 4 recreados con la fidelidad gráfica de Xbox One y a 60 fps, la nueva serie digital Halo: Nightfall y acceso a la Beta de Halo 5: Guardians. Incluye un total de 45 misiones de Campaña y más de 100 mapas multijugador (incluyendo los mapas originales de Halo: Combat Evolved) y todas las misiones de Spartan Ops. Además cuenta con nuevas secuencias de prólogo y epílogo que enlazan la historia con los acontecimientos de Halo 5: Guardians. Sin duda, la experiencia Halo definitiva.



## KILLER INSTINCT: SEGUNDA TEMPORADA

Este título supone la vuelta de la legendaria franquicia de juegos de lucha con gráficos de nueva generación, acción a raudales, un grupo salvaje de luchadores, música cañera y ultra combos. Elige entre un grupo de contendientes salvajes con animaciones fluidas, tácticas de combate exclusivas y ataques especiales deslumbrantes. Usa un sistema de combos abierto para encadenar combos gigantes mientras tu rival busca cómo contraatacar y cambiar las tornas del combate. Conéctate y ponte a prueba frente a jugadores de todo el mundo o perfecciona tus habilidades de combate gracias a los tutoriales detallados.



## MINECRAFT XBOX ONE EDITION

Minecraft, uno de los juegos más populares de Xbox 360, llega a Xbox One. Crea y explora un mundo cuyos límites los marca tu imaginación, pero asegúrate de construir un buen refugio antes de que llegue la noche y así poder mantenerte a salvo de los monstruos. Juega en solitario o con hasta 4 jugadores en una pantalla dividida, o con hasta 8 en línea.



## PROJECT SPARK

Project Spark desata la imaginación al proporcionar un modo potente, pero sencillo de construir mundos, historias y juegos propios, de jugar a ellos y de compartirlos con el mundo. Es lo último en mundos abiertos virtuales, un lugar donde podrás crear los juegos con los que siempre has soñado, jugar a juegos creados por una comunidad global y modelar el futuro de la creación de juegos. Además, tendrás al alcance de la mano cientos de géneros, nuevos juegos y mecánicas de juego, disponibles para un acceso inmediato, ilimitado y gratuito.



## SUNSET OVERDRIVE

Sunset Overdrive es un trepidante shooter que posee una personalidad y estilo únicos, y es diferente a cualquier otro shooter que hayas visto – vibrante, irreverente, emocionante y explosivo. Situado en una colorida ciudad, llena de delirantes enemigos y armas tan poderosas como poco convencionales, "Sunset Overdrive" transforma el apocalipsis en un lienzo en blanco de carnaza y destrucción mutante. Rebosante del sentido del humor satírico, sello personal de "Insomniac Games", "este título rompe con las reglas y da un giro completo a los convencionalismos del género.

07/

NINTENDO



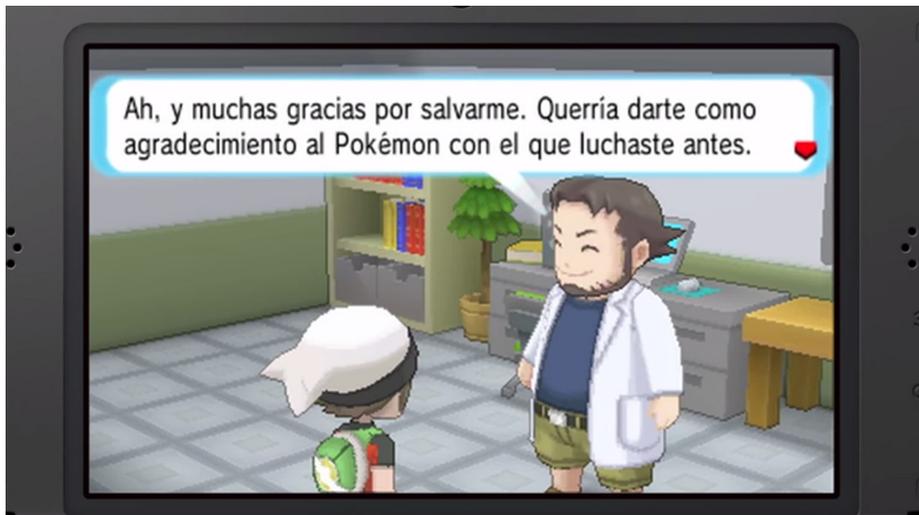
### AMIIBO

Nintendo recupera los juguetes físicos para enriquecer el mundo de los juegos digitales. El 28 de noviembre, la compañía lanzaba amiibo, los nuevos juguetes de Nintendo compatibles con varios videojuegos de la compañía. Son compatibles con títulos como Super Smash Bros. for Wii U, con los que se puede entrenar a los personajes amiibo o jugar contra ellos; con Mario Kart 8, en el que se puede desbloquear nuevos ítems en las carreras; o conseguir nuevas armas en Hyrule Warriors. Otros juegos con los que se pueden utilizar son Captain Toad: Treasure Tracker, en Mario Party 10, Kirby y el Pincel Arcoiris, Splatoon o Yoshi's Woolly World. Amiibo también es compatible con New Nintendo 3DS, y más adelante con Nintendo 3DS y Nintendo 2DS.



### SUPER SMASH BROS. FOR WII U

El objetivo de Super Smash Bros. for Wii U es proporcionar nuevas formas de jugar que generen nuevas experiencias de juego. Super Smash Bros. for Wii U es, junto a Mario Kart 8 e Hyrule Warriors, el primer videojuego de Nintendo compatible con amiibo. Al colocar tu amiibo en el GamePad aparecerá en la pantalla de la televisión como un personaje más, como tu aliado o como tu enemigo. Además, por primera vez en un videojuego de lucha, no solo más de cuatro jugadores pueden verse las caras en un videojuego, sino que en Super Smash Bros. for Wii U hasta ocho jugadores. También está disponible para Nintendo 3DS.



### POKÉMON RUBÍ OMEGA & POKÉMON ZAFIRO ALFA

La nueva generación de jugadores que llega con Nintendo 3DS ya tiene su videojuego insignia: Pokémon Rubí Omega & Pokémon Zafiro Alfa, donde podrán encontrar más de 700 Pokémon. El jugador puede jugar solo, pero perderá muchas de las ventajas que le proporcionará jugar con sus amigos: para poder capturar a nuevos Pokémon y avanzar rápido en el juego, no le va a quedar otra que jugar con tus amigos.



### TOMODACHI LIFE

La clave de este título, disponible para Nintendo 3DS y Nintendo 2DS, es tener empatía con los personajes de su isla. Por eso mismo, el jugador deberá escoger a quién se llevará a su isla Tomodachi: amigos, familia o personajes. Este videojuego no solo permite customizar a los avatares con una fisonomía particular, sino también dotarles de una voz que habla en perfecto castellano y de una personalidad a través de la definición de varios rasgos de carácter. El jugador tendrá que cuidar de los personajes Mii que meta en la isla, darles de comer y descubrir cuáles son sus gustos. Sólo cuidando de ellos y ayudándoles a resolver sus dudas podrá ayudarles a ser más felices.



### **INAZUMA ELEVEN GO! LUZ & INAZUMA ELEVEN GO! SOMBRA**

Disponible para Nintendo 3DS y Nintendo 2DS, en Inazuma Eleven Go! hay más de 1000 jugadores para formar al equipo perfecto. El jugador tendrá que fichar a los mejores haciendo de ojeador profesional y aprenderse bien sus fichas de estadísticas y condiciones de prima antes de hacer una oferta: sólo así podrá crear su once ideal y ganar todos los partidos.



### **MARIO KART 8**

Este título redondea una saga con más de 20 años de historia. Incluye gráficos en alta definición (a constantes 60 frames por segundo), circuitos puestos patas arriba y horas y horas de competición online con nuevos circuitos. Además, cuenta con posibilidades de personalización y objetos que harán las delicias de los más competitivos. Mario Kart 8 está disponible para Wii U.

# SONY COMPUTER ENTERTAINMENT



## DRIVECLUB

El esperado título de carreras exclusivo para PlayStation®4 (PS4™) llegaba a las tiendas el 8 de octubre de 2014. En él, los pilotos descubrirán una nueva manera de disfrutar las carreras. Basado en una dinámica de clubes, está abierto a todo tipo de jugadores y apasionados de los videojuegos de carreras, una filosofía llena de diversión en la que cuantos más usuarios participen los desafíos disponibles serán mucho mayores.



## LITTLEBIGPLANET 3

Se trata del debut en PS4™ de la famosa franquicia de PlayStation®, que ha vendido casi seis millones de juegos en toda Europa y más de medio millón en España y Portugal desde su primer lanzamiento en 2008. LittleBigPlanet™3 hace uso de novedosas herramientas de creación para expandir como nunca las posibilidades del contenido generado por el usuario, con el que podrá dar vida a su propio mundo en el juego y explorar las creaciones de los demás jugadores de la comunidad, además de tener acceso a todos los niveles ya creados en las anteriores plataformas. También incluye un modo aventura, diseñado solo con herramientas de creación, y la posibilidad de jugar con hasta cuatro amigos.



## SINGSTAR MEGAHITS

La nueva entrega de la franquicia musical de PlayStation continúa fiel a su filosofía de reunir a grandes artistas nacionales e internacionales de ayer y de hoy, SingStar™ MegaHits contiene 30 éxitos tan conocidos como: 'Me Fui' de Malú, 'Emocional' de Dani Martín, 'Diez mil maneras' de David Bisbal o 'Vivir Así Es Morir De Amor' de Camilo Sesto. El videojuego permite por primera vez el uso de smartphones a modo de micrófonos a través de una aplicación gratuita, desde la cual se podrán gestionar también las listas de reproducción y poner canciones en la cola. Los jugadores más tradicionales podrán optar los micrófonos SingStar™ de siempre.



### TLOU REMASTERIZADO

La esperada edición del Juego del Año 2013 para PlayStation®4 (PS4™) llegaba a las tiendas el 30 de julio de 2014. Esta apasionante aventura categorizada dentro del género del survival-horror supone un verdadero salto tecnológico y visual para el ya mítico juego desarrollado por Naughty Dog. El juego traslada al jugador a un escenario desolado por una plaga que diezmó la civilización veinte años atrás. Los supervivientes se aferran a la vida en duras zonas de cuarentena. En el exterior les esperan feroces infectados y despiadados bandidos humanos. El título incluye Left Behind, un capítulo adicional para un jugador que pone a prueba la habilidad del jugador con un nuevo modo de dificultad y mapas multijugador adicionales.



### LOS MUPPETS: AVENTURAS DE PELÍCULA

La nueva aventura gráfica protagonizada por los icónicos personajes televisivos de trapo, exclusiva para PlayStation®Vita (PS Vita), es uno de los proyectos en los que SCE España está trabajando con Disney. Desarrollado por los españoles Virtual Toys, este título de plataformas cuenta con el mundo del cine como telón de fondo. La rana Gustavo, la cerdita Peggy, Gonzo y Animal se convertirán en famosos actores de Hollywood para rodar las más peligrosas y trepidantes escenas de cinco géneros cinematográficos distintos.



### INFAMOUS SECOND

Prepárate para explorar la realista ciudad de Seattle de la mano de un joven que de repente adquiere extraordinarios poderes en inFAMOUS™, que regresa para PS4™. Cuando las cosas se ponen feas, de ti depende el camino a elegir.

# UBISOFT



## ASSASSIN'S CREED UNITY

Desde la Toma de la Bastilla hasta la ejecución del rey Luis XVI, Assassin's Creed Unity recrea el París de la Revolución Francesa a escala real 1:1 y permite al jugador ayudar al pueblo francés a forjar su nuevo destino. Este título incluye la potencia del renovado motor gráfico Anvil lo que hace posible revivir este acontecimiento histórico como nunca antes se había hecho.



## FAR CRY 4

Galardonado con el premio "Mejor Shooter del Año" en los Videogames Awards 2014, Far Cry 4 ofrece la experiencia más amplia e inmersiva hasta la fecha, con un mundo de juego enorme y completamente nuevo, que incita a explorar todos los rincones del Himalaya.



## JUST DANCE 2015

Con 40 nuevas canciones y divertidas coreografías, Just Dance ha vuelto a convertirse en el videojuego en formato físico más vendido en España en el mes de Diciembre, por tercer año consecutivo<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Fuente GfK: dato correspondiente a las ventas del mes de Diciembre de 2012, 2013 y 2014.

07/

## WARNER INTERACTIVE



### LA TIERRA-MEDIA: SOMBRAS DE MORDOR

Ofrece un entorno de juego dinámico donde el jugador deberá orquestrar su propio plan de venganza asumiendo el papel de Talion, un valiente explorador que volverá a la vida gracias al espíritu de venganza para destruir a los que le arrebataron todo lo que quería. Con un vibrante mundo de nueva generación incluye el novedoso y multipremiado Sistema Némesis.



### LEGO BATMAN 3: MÁS ALLÁ DE GOTHAM

En esta aventura cargada de acción que se desarrolla fuera de este planeta, el Cruzado de la Capa une fuerzas con superhéroes del universo de DC Comics y despega hacia el espacio. Viaja a diferentes mundos Lantern para recolectar los Anillos de Poder e intentar detener al malvado Brainiac antes de que sea demasiado tarde.



### LEGO EL HOBBIT

Los jugadores vivirán una increíble aventura en la Tierra Media en la que se unirán a Bilbo Bolsón, Gandalf el Gris y Thorin Escudo de Roble. Bilbo deberá dejar su confortable vida en Hobbiton para embarcarse en una aventura con una compañía de Enanos que reclama su reino perdido en la Montaña Solitaria.



### LEGO LA LEGO PELÍCULA: EL VIDEOJUEGO

Entra en el mundo de Emmet, un ciudadano medio, completamente ordinario, y que sigue las reglas a rajatabla, pero que será confundido con una de las personas más extraordinarias del mundo y la clave para salvar al mundo. Una épica aventura para detener a un malvado tirano en un viaje para el que Emmet no está preparado.



### LEGO NINJAGO: NINDROIDS

¡Vuelve la popular saga de videojuegos LEGO® Ninjago™ con acción a raudales y repleta de aventuras! Con rápidos combos de ataques, movimientos de combate únicos, armas especiales y nuevos vehículos, los ninjas deberán luchar con todas sus fuerzas para salvar a Ninjago en consolas portátiles.

## TAKE TWO



### GTAV

Cuando un joven estafador callejero, un ladrón de bancos retirado y un psicópata aterrador se ven involucrados con lo peor y más desquiciado del mundo criminal, el gobierno de los EE.UU. y la industria del espectáculo deberán llevar a cabo una serie de peligrosos atracos para sobrevivir en una ciudad implacable en la que no pueden confiar en nadie. Y mucho menos los unos en los otros.



### BORDERLANDS THE PRE-SEQUEL

Este título permite a los jugadores descubrir la historia que hay tras Jack el Guapo, el villano de Borderlands 2, y su ascenso al poder. Situada entre el Borderlands original y Borderlands 2, la precuela de la secuela ofrece una nueva experiencia de juego en la que se puede disfrutar de la característica fusión de shooter y juego de rol.



### WWE 2K15

Este título recoge toda la acción, las Superestrellas y el entretenimiento de la WWE. Con WWE 2K15 vivirás la experiencia de juego WWE más realista hasta la fecha. Incluye un nuevo modo MiCARRERA, un realismo extremo gracias a un nuevo sistema de iluminación y modelado, 2k Showcase y un sistema de creación y universo WWE, que permite crear una Superestrella o personalizar la favorita de la WWE.



### NBA2K15

NBA 2K15 es la última entrega del videojuego mejor valorado de simulación de la NBA líder en ventas. Tras las 70 nominaciones al premio como Juego del Año de NBA 2K14, la franquicia de NBA 2K es la mejor experiencia de simulación de baloncesto. Con el MVP de la NBA Kevin Durant en la portada y una banda sonora ecléctica seleccionada por Pharrell Williams, el artista y productor de fama internacional, NBA 2K15 salta a la cancha con unos gráficos de un realismo sin precedentes, una jugabilidad hiperrealista de la NBA y mucho más.



### CIVILIZATION BEYOND EARTH

Sid Meier's Civilization®: Beyond Earth™ es una nueva incorporación de ciencia ficción a la galardonada saga de Civilization, esta vez ambientada en el futuro. Los sucesos globales han desestabilizado al mundo de tal forma que provoca el derrumbamiento de la sociedad actual, la creación de un nuevo orden mundial y la llegada de un futuro incierto. Como parte de una expedición que ha sido enviada para encontrar un hogar más allá de la Tierra, el jugador escribirá el siguiente capítulo de la humanidad mientras lidera a su pueblo hacia nuevas fronteras y crea una nueva civilización en el espacio. Este título incluye modo multijugador.

07/

NOVARAMA

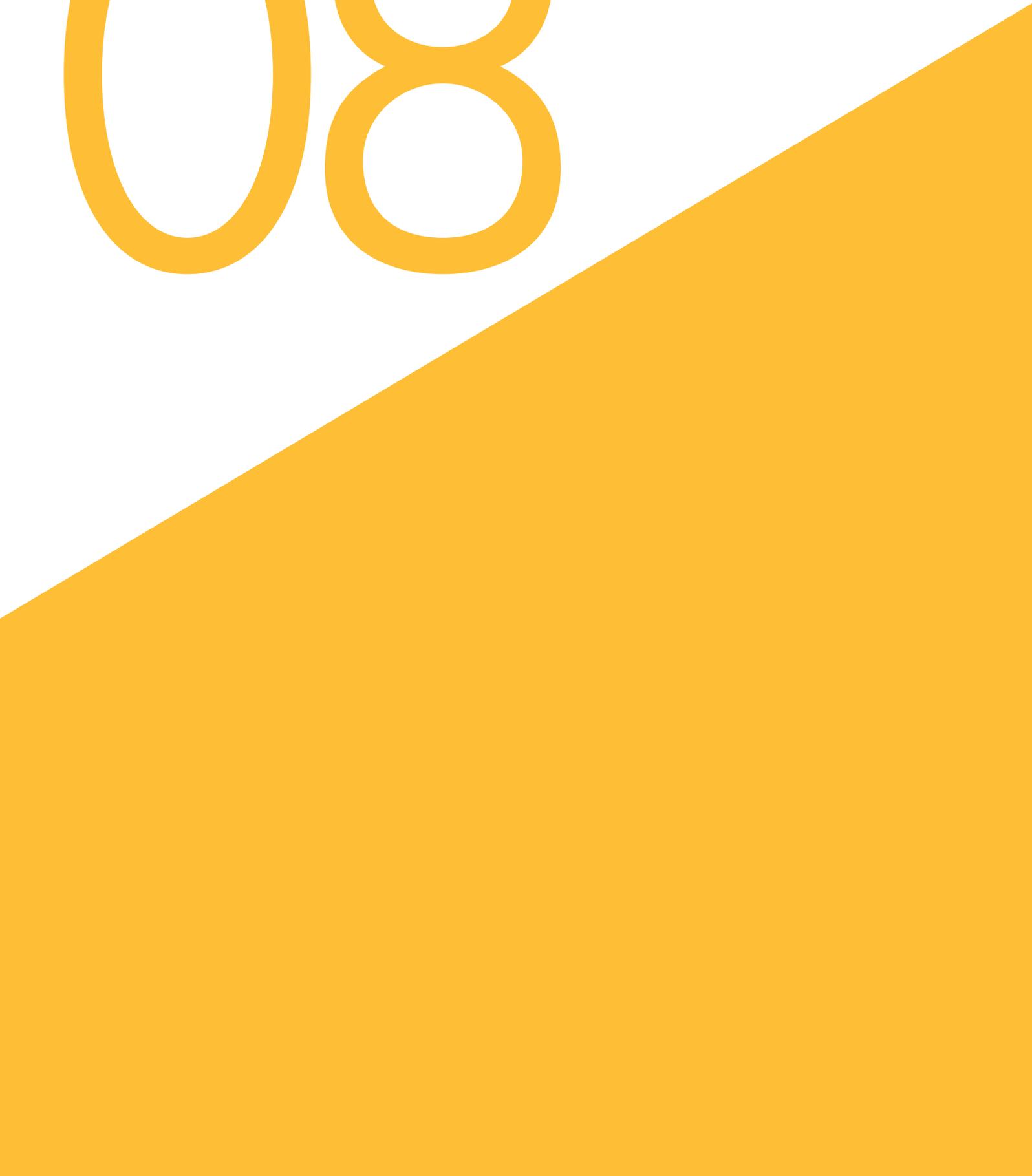


### **INVIZIMALS: LA RESISTENCIA**

Llega una nueva entrega de la saga Invizimals, de Novarama, en la que podrás capturar y entrenar a más de 150 criaturas. En esta nueva aventura, podrán andar libremente por el entorno de realidad aumentada sin necesidad de marcadores, gracias a la tecnología SmartAR.



08



# Segunda edición de MGW

Madrid Games Week 2014, la gran feria del videojuego, organizada por IFEMA y promovida por AEVI, finalizó su segunda edición consolidándose como la principal cita del sector en el país y poniéndose al nivel de las grandes ferias europeas. Durante los cuatro días del evento, más de 55.000 personas visitaron el Pabellón 8 de IFEMA, sobre el que se colgó el letrero de "No hay entradas" durante todos los días en los que Madrid Games Week 2014 estuvo abierta al público, superando con creces las cifras de asistencia de la edición anterior.



Si bien la primera edición de Madrid Games Week destacó por ser la primera en que los aficionados podían probar ya toda la oferta de consolas next gen (WiiU, PS4 y Xbox ONE), esta segunda fue la de los grandes títulos, ya que las principales compañías de videojuegos aprovecharon el evento para dar a conocer más de 240 juegos. Para esta tarea se dispusieron más de 90 stands, más del triple que en la primera edición de la gran feria del videojuego.

La feria contó con 39 marcas expositoras, entre las que se encuentran cinco grandes corporaciones integradas en AEVI: Bandai Namco Entertainment, GAME, Microsoft Ibérica, Nintendo Iberia, Sony Computer Entertainment y

Warner Interactive, así como otras como BadLand Games, LG o Wargaming Europe. Además, contó con la importante colaboración del Consorcio de Transportes de la Comunidad de Madrid, Endesa, JUST EAT y Telefónica Flagship Store.

Madrid Games Week 2014 volvió a ser un año más la cita de la industria que reunió a los sectores del videojuego. Así, a los grandes publishers del sector se sumó la Zona de Desarrolladores, que congregó a 55 estudios indie de desarrollo, con 65 títulos y 59 puestos de juego. Dentro de esta misma zona, liderada por Gamelab, también expusieron algunos de sus títulos empresas desarrolladoras de videojuegos de Polonia, como Flying Wild Hog e Incuvo.



Los youtubers también tuvieron un papel muy especial en la gran feria del videojuego, siendo protagonistas de varias actividades en Madrid Games Week 2014, que sirvió de puente para que los aficionados a Youtube conocieran a algunos de sus ídolos, como El Rubius, Mangel, Alexby11 o Alexelcapo.

Además, la feria estuvo llena de actividades relacionadas con el mundo del videojuego, celebradas en los distintos stands o Madrid Games Week Stage, el escenario de la gran feria del videojuego amenizado por el DJ y analista de videojuegos Sensession. Desde concursos de Cosplay para niños y para adultos hasta competiciones de robótica, pasando por competiciones en juegos musicales o de danza y por torneos de algunos de los videojuegos competitivos más populares de las distintas plataformas.

Madrid Games Week, la gran feria del videojuego, contó también con dos espacios de debate y análisis: AEVI Fórum y Gamelab Academy. El AEVI Fórum auspició en 2014 importantes temáticas como los retos de la industria del videojuego en España, emprendimiento, formación o también periodismo en el sector, de la mano de un valioso elenco de profesionales de la industria. La zona Gamelab Academy por su parte albergó durante los tres días en que la feria estuvo abierta al público un programa de conferencias que contó con las intervenciones de los representantes más notables del desarrollo en España como Enric Álvarez (Castlevania) o Raúl Rubio (Tequila Works).

Todas estas acciones dieron un toque de color a Madrid Games Week 2014, y la convirtieron verdaderamente en la gran cita española de la industria del videojuego.



### AEVI FÓRUM

AEVI Fórum fue el gran espacio de análisis y debate de Madrid Games Week. Durante los cuatro días de la feria fueron cientos los visitantes que acudieron a las distintas conferencias que se celebraron en el Centro de Convenciones Norte de IFEMA. AEVI Fórum acogió una serie de encuentros que abordaron diferentes temáticas de gran interés tanto para la industria como para los visitantes de la gran feria del videojuego.

La primera de estas conferencias se celebró el 16 de octubre, día en el que la feria sólo abrió sus puertas a profesionales. Bajo el título "Retos de la Industria Española del Videojuego", representantes de la industria del videojuego, de las empresas desarrolladoras y de la Administración Pública debatieron sobre la situación actual de la industria del videojuego en España, analizando las fortalezas y debilidades del sector, sus amenazas y sus oportunidades de futuro, haciendo de la conferencia un punto de inflexión para abordar el apoyo institucional al sector, la percepción ciudadana o la presencia mediática.



El viernes 17 de octubre tuvo lugar la segunda conferencia de AEVI Fórum. “La aventura de emprender en el videojuego”, una mesa de debate que reunió a representantes de distintas empresas relacionadas con el emprendimiento en videojuegos en España, en un coloquio que trató temas como los riesgos a la hora de emprender en el sector del videojuego y aspectos y ayudas a tener en cuenta.

El sábado 18 de octubre les tocó el turno a las principales universidades y centros de estudios que ofrecen titulaciones relacionadas con la creación y desarrollo de videojuegos. La mesa redonda “Trabajar en el mundo del videojuego. ¿Dónde

puedes estudiar?” sirvió para que los asistentes, en su gran mayoría jóvenes con ganas de ganarse la vida creando videojuegos, conocieran los diferentes planes estudios que pueden llevarles a conseguir su sueño.

Por último, el 19 de octubre, día en que Madrid Games Week se despidió hasta su siguiente edición, periodistas de los principales medios especializados en videojuegos del país explicaron a los asistentes cómo era el día a día en una redacción, la importancia de la prensa del videojuego en la actualidad y las relaciones entre periodistas e industria en la conferencia “Informar sobre videojuegos”.



09

# España: una industria en movimiento

En España existen hoy alrededor de 400 compañías de desarrollo de videojuegos, concentradas sobre todo en Madrid y Barcelona, que suman más de la mitad del total nacional. La industria local tiene un gran potencial y junto a las compañías que integran AEVI ayudará a dinamizar el sector.

Los grandes publishers internacionales integrados en AEVI representan hoy en torno al 90% del total del consumo de videojuegos en nuestro país. Grandes compañías como Activision-Blizzard, Bandai Namco Entertainment, Disney Interactive, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Nintendo, SONY, Take Two Interactive, Ubisoft y Warner Interactive, mantienen su papel de dinamizadores de la industria y el mercado del videojuego, liderando mes a mes las listas de consolas y videojuegos más vendidos del país. También hay exitosos ejemplos en el sector de la edición, en este caso nacional, como es BadLand Games, que también ha iniciado su andadura en el mundo del desarrollo.

A estas grandes empresas se han unido en los últimos años numerosas desarrolladoras. Actualmente conviven en España compañías de larga trayectoria, como Mercury Steam, Novarama, Pyro Mobile o FX Interactive entre otras, con multitud de estudios más jóvenes pero con gran éxito en el mercado como pueden ser Tequila Works, Evilmind, Hydra Interactive Entertainment, A Crowd of Monsters, Beautifun Games, Deconstructeam o Bitoon, que son sólo ejemplos de una larga lista.

En España existen hoy alrededor de 400 compañías de desarrollo de videojuegos, concentradas sobre todo en Madrid y Barcelona, que suman más de la mitad del total nacional. La mayoría de estas empresas son muy jóvenes, ya que desde 2011 se han creado 285 nuevas desarrolladoras (Fuente: [www.danielparente.net](http://www.danielparente.net)). Actualmente las empresas de desarrollo de videojuegos emplean a más de más de 3.000 personas en toda España. (Fuente: [www.stratos-ad.com](http://www.stratos-ad.com)).

Uno de los factores que ha influido en el crecimiento de la industria del videojuego en nuestro país es la proliferación de motores gráficos, que hacen mucho más sencilla la tarea de diseñar un videojuego que con los tradicionales lenguajes de programación. El más extendido es Unity 3D, pero también existen otros muy populares como GameMaker Studio, Torque y Shiva 3D.

A la hora de publicar, durante los últimos años se han multiplicado los soportes que permiten que una compañía lance su producto. Además de la clásica descarga digital desde la web del desarrollador, actualmente existen distintas plataformas que permiten a los desarrolladores dar a conocer su juego, tanto en consolas (Microsoft Store, Nintendo eShop, PlayStation Store) como en PC (Steam Greenlight). Además, existen muchos portales que permiten a las empresas desarrolladoras de videojuegos publicar sus videojuegos directamente en la web para que se pueda jugar sin necesidad de descargas, como Minijuegos en España o ArmorGames y Kongregate a nivel internacional.



El sector de juegos para móviles y tablets es uno de los que más ha crecido en los últimos años, por lo que muchas compañías españolas se han lanzado a desarrollar videojuegos para estos formatos. Dentro de las tiendas virtuales de Android e iOS se pueden encontrar multitud de videojuegos hechos en España, algunos de ellos auténticos superventas. La App Store de Apple incluso incorporó temporalmente una sección dedicada a videojuegos creados en nuestro país.

La evolución de la industria española de videojuegos ha venido acompañada de un cambio en el modo en el que muchas desarrolladoras obtienen los fondos necesarios para poner sus productos a la venta. Cada vez más empresas de desarrollo optan por realizar campañas de crowdfunding, procesos de micromecenazgo o financiación colectiva mediante las cuales cualquier persona puede aportar una cantidad monetaria destinada a que el proyecto siga adelante.

Para incentivar las donaciones, las desarrolladoras suelen dar recompensas a los usuarios según el dinero que donen y ofrecen nuevos contenidos en caso de que se supere cierta cantidad de dinero. En caso de que el proyecto no llegue a la petición mínima de inversión las plataformas de crowdfunding devuelven el dinero a los donadores.

La plataforma de crowdfunding más importante a nivel internacional es Kickstarter, que acoge campañas para financiar todo tipo de productos. Otro tipo de plataformas son exclusivas para financiar videojuegos, como por ejemplo IndieGoGo. En España algunas de las plataformas más importantes como Verkami o Lánzanos incluyen una categoría con desarrolladoras que buscan financiación colectiva para sus videojuegos.

Además del crowdfunding, en los últimos años han aparecido plataformas que ayudan a los desarrolladores a vender y a dar visibilidad a su producto, como Indiefan, que permite al desarrollador saber si su proyecto tiene el apoyo de la comunidad – y si lo tiene la plataforma lanza una nota de prensa informativa sobre el juego – o Made in Spain Games, plataforma que sirve de

escaparate y de punto de venta para los videojuegos desarrollados en España.

Otra forma que tienen las empresas de videojuegos españolas de financiar su proyecto son las ayudas concedidas por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que en 2014 supusieron la movilización de 21,97 millones de euros y financiaron un total de 34 empresas, la mayor parte de ellas PYMEs.

En 2015 el Ministerio de Industria, Energía y Turismo volverá a conceder ayudas al sector del videojuego, integradas en el programa de ayudas 2015 destinado al sector TIC y Contenidos Digitales. El presupuesto específico de este año para proyectos enfocados a los videojuegos es de 15 millones de euros. La concesión de estas ayudas forma parte del Plan de Impulso de la Economía Digital y los Contenidos Digitales, integrado dentro de la Agenda Digital para España.

El crecimiento de la industria del videojuego hace que muchos jóvenes quieran estudiar desarrollo y/o diseño de videojuegos. Ante esta necesidad diferentes universidades y centros de estudios, tanto públicos como

privados, han creado titulaciones dedicadas completamente a la creación de videojuegos, que van desde el Ciclo Superior en Animación 3D, juegos y entornos interactivos hasta el grado en Desarrollo y Diseño de Videojuegos, además de una multitud de cursos universitarios, titulaciones propias y Masters relacionados con el sector. Algunos de los centros que ofrecen estudios relacionados con el mundo del videojuego son U-Tad, la Universidad Politécnica de Barcelona, CICE, la Universidad Jaume I de Castellón, la Universidad Pompeu Fabra, Digipen, ESNE o la Universidad Complutense de Madrid.

La importancia cada vez mayor de la industria del videojuego en España se refleja en la cantidad de eventos dedicados al sector que cada año se celebran por toda la geografía española, desde grandes ferias dedicadas al aficionado a los videojuegos como Madrid Games Week a eventos pensados para los desarrolladores como la Global Game Jam.

## / EVENTOS DE VIDEOJUEGOS CELEBRADOS EN ESPAÑA EN 2014

### Alicante

Elchejuega	27 y 28 de septiembre
------------	-----------------------

### Barcelona

Gamelab	25 a 27 de junio
---------	------------------

### Bilbao

Fun & Serious Games	28 de noviembre a 3 de diciembre
---------------------	----------------------------------

Hoplay	27 de noviembre a 3 de diciembre
--------	----------------------------------

Euskal Encounter	24 a 27 de julio
------------------	------------------

### Madrid

Madrid Games Conference	Durante todo el año
-------------------------	---------------------

Madrid Games Week	16 a 19 de octubre
-------------------	--------------------

Gamergy	27 a 29 de junio 5 a 7 de diciembre
---------	----------------------------------------

### Málaga

Gamepolis	25 a 27 de julio
-----------	------------------

Playfest	11 a 14 de septiembre
----------	-----------------------

### Tenerife

Tenerife LAN Party	15 a 20 de julio
--------------------	------------------

### Valencia

Dreamhack	17 a 20 de julio
-----------	------------------

### Vizcaya

Pintxo Developer	Durante todo el año
------------------	---------------------

### Zaragoza

You Win Zaragoza	3 a 6 de abril
------------------	----------------

### Varias

Global Game Jam	Durante todo el año
-----------------	---------------------

## LA VISIÓN DEL SECTOR



**Luis Quintans**  
CEO de BadLand Games

---

España rebosa talento y experiencia si de la creación de videojuegos hablamos, pero carece de la visión como industria de los mismos. Durante años, muchos de los estudios españoles han tenido que buscar financiación y editores fuera de nuestras fronteras para hacer realidad sus proyectos, o lo que es peor, desapareciendo al no poder encontrarlos. Es hora de cambiar la tendencia y apostar por el producto autóctono dotado de la suficiente calidad y creatividad como para competir con el resto de productos a nivel mundial. Adaptarse a las nuevas formas de comercialización de videojuegos será también un factor importante en la consecución de este ambicioso objetivo.



## Daniel Parente

**CEO de Hydra Interactive Entertainment**

---

La industria del videojuego española ha atravesado un fuerte bache durante los últimos años, pero fruto del talento, creatividad de los creadores, aliados a una cada vez mayor preparación/formación y una visión global, está de vuelta con más potencial de que nunca, y con capacidad para volver a consolidar este nuevo renacer potencialmente una nueva edad de oro o porque no platino, de nuestra joven historia de creación de videojuegos.



## Miguel Montesinos

**CEO de Evil Mind**

---

Estamos viviendo una de las mejores épocas para el desarrollo de juegos a nivel mundial. Los smartphones han atraído a millones de nuevos jugadores a nuestro mercado, la nueva generación de consolas nos permite ser más ambiciosos que nunca y el buen estado del PC y las ventas digitales nos permite apostar por hacer juegos diferentes. Es indiscutible que los videojuegos son uno de los mercados con más potencial, sin embargo, son muchos los escollos a los que nos enfrentamos en este país (financiación, fiscalidad, fuga de cerebros o internacionalización, entre otros) y aunque la situación mejora poco a poco, nos llevan ventaja y nos va a costar remontar.



## Antonio Fernández

**Secretario General de DEV**

El videojuego ha sabido salir de su nicho expandiéndose a un público amplio y heterogéneo, al amparo de la explosión de los dispositivos móviles, lo que ha permitido superar sectores como el cine y la música. En España también asistimos a esta explosión, pero hasta el momento no hemos sabido convertirla en un pilar en la industria tecnológica española. Seguimos observando complacidos la popularidad de los videojuegos y el destacado ránking del consumo español dentro del contexto europeo, sin preocuparnos de cuántos se han creado y desarrollado en nuestro país. Es el momento de una apuesta real y definitiva por el talento de nuestro desarrollo de videojuegos y proyectar los grandes activos que siempre hemos tenido: nuestra creatividad y la alta cualificación técnica de nuestros profesionales, para poner nuestra industria al nivel que merece. Si todos los actores del sector no entendemos que la clave está en la sincronización de la industria del desarrollo, con la formación en las disciplinas más avanzadas, las políticas públicas de apoyo y la necesaria financiación privada, estaremos confundiendo los retos del desarrollo español de videojuegos: la creación de empleo joven y especializado, la atracción de inversión internacional, la generación de tecnología, innovación y, sobre todo, de riqueza.



## Ignacio Pérez Dolset

**Presidente y fundador de U-tad y de Pyro Mobile Games**

El desarrollo técnico y artístico del sector de los videojuegos sigue acelerándose y los entornos virtuales son la próxima barrera que está por caer. La creatividad, el talento y la ilusión de nuestros jóvenes no se merece un sistema educativo tan rígido que no permita su adaptación a la realidad en la que vivimos. Necesitamos un sistema educativo flexible y que facilite la integración. Flexible para adaptarse a la realidad que vivimos, y que permita la integración tanto externa, con las empresas del sector; como la interna, permitiendo que futuros artistas, ingenieros, diseñadores y gestores trabajen conjuntamente durante su proceso educativo, con las tecnologías más avanzadas. Las universidades juegan un papel fundamental porque sin ellas no se desarrollará el necesario ecosistema que permita transformar todo nuestro talento.



## Ignacio Otalora

**Director de Digipen**

---

Tenemos ante nosotros un reto de gran magnitud, las previsiones apuntan a que en los próximos años habrá una creciente demanda de profesionales en la industria de contenidos digitales que actualmente no existen. Si queremos no perder esta oportunidad, necesitamos imperiosamente formar a los profesionales con los conocimientos, habilidades, competencias y destrezas que esta industria tan altamente competitiva y globalizada realmente exige. Además, en un sector de actividad que se caracteriza por la introducción constante de innovaciones, es imperioso que las Universidades se impliquen activamente en la generación de nuevo conocimiento a través del impulso de proyectos de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico y que, además, integren éste de manera periódica en su oferta curricular.



## Federico Peinado

**Investigador en Narración Digital Interactiva y Creatividad Computacional**

---

Todos los que trabajamos para la industria del videojuego celebramos, con cautela y moderado entusiasmo, el progreso que hemos visto en España estos últimos años. Queda mucho por hacer, pero hoy podemos hablar con naturalidad sobre reconocimiento social e institucional, consolidación de asociaciones y eventos, oferta de financiación pública y privada, e incluso formación profesional y universitaria. De manera natural están surgiendo sinergias entre los estudios de desarrollo y los centros de formación: apostamos por las mismas herramientas y metodologías de producción -como Unity, Unreal... o Scrum- y afrontamos los mismos desafíos tecnológicos -como el desarrollo multiplataforma y nativo para la Web, o la integración con dispositivos de realidad virtual-. Es hora de demostrar que podemos recorrer juntos este camino.



## Jaime Gonzalo

**Experto en formación en Economía Digital y asesor del Ministerio de Industria**

La digitalización de los Mercados es una realidad imparable, que se extiende a todos los sectores de la Industria. Videojuegos es la punta de la lanza dentro de los Contenidos Digitales, tanto por facturación como por perspectivas de crecimiento.

Esta explosión de los Ecosistemas Online ha supuesto una ruptura con los modelos de negocio antiguos, abriendo paso a la producción dinámica o “Industria 4.0”, y a una comunicación con comunidades de usuarios en canales virales, mientras los productos se convierten en servicios.

El Ministerio de Industria (SETSI) puso de manifiesto la necesidad de actualizar la cualificación del profesional español para responder a esta demanda emergente, a la que algunos de los mejores profesionales del sector del Videojuego respondieron ayudando a crear puentes de colaboración entre Universidad, Empresa y Administración.

Con este esfuerzo se pretende contrarrestar el informe emitido por la Unión Europea, en el que se estima que entre el 2015 y 2020, más de 900.000 puestos de trabajo se quedarán sin cubrir a causa de una falta de cualificación en este ámbito de la Economía Digital.



## Juan Manuel Moreno

**Co-Creador de Nivel Oculto e Indiefan**

Mientras la mayoría mirábamos hacia el horizonte en busca de esa nueva hornada de creadores destinados a cambiar la concepción del videojuego en este nuevo siglo, resulta que dentro de nuestras fronteras se estaba formando una comunidad de desarrolladores destinada a formar la Nueva Edad de Oro del Videojuego Español. La utopía está ahí, la estamos tocando con la punta de los dedos. Ahora sólo falta la reivindicación, no por nacionalidad -que también- sino por calidad. Por el respeto que merece este grupo de inconformistas que contra viento y marea construye una industria de la nada en tiempos tan difíciles. El videojuego independiente español no es el futuro, es el ahora, y es nuestro imperativo moral cuidarlo.



## Fernando Ortega

**Fundador de Made In Spain Games**

---

Durante los cuatro años que llevamos ayudando y acompañando a desarrolladores independientes españoles hemos podido comprobar la gran cantidad de talento y creatividad que existe en nuestro país. Este auge creativo que han venido demostrando los desarrolladores independientes les está permitiendo conseguir algo de relevancia internacional. Podríamos decir que estamos viviendo una segunda “edad dorada” del videojuego español, protagonizada por pequeños estudios de desarrollo polivalentes y con una gran capacidad de trabajo. Todavía queda mucho trabajo por hacer y hay mucho campo para mejorar la situación que viven la mayoría de los estudios independientes.



## Miguel de Vega

**Product Owner de Gaming TV**

---

La forma en que están influyendo los cambios en la tecnología en el consumo de ocio, ofrece un nuevo contexto donde los usuarios serán también protagonistas en la generación de contenidos. El sector tiene entre sus características principales el dinamismo, por lo que la flexibilidad seguirá siendo un factor clave en los próximos años. El streaming de videojuegos supone una forma de disfrutar de lo mejor de la experiencia individual, enriquecida por una máxima interacción con la comunidad afín al streamer y al juego en cuestión.

## / LISTADO DE EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS ESPAÑOLAS

## Madrid

1981 Creations – VELBOX MOBILE	<a href="http://1981creations.com/">http://1981creations.com/</a>
4Stones Games Studio	<a href="http://www.4stones.es">http://www.4stones.es</a>
89bits entertainment	<a href="http://www.89bits.es/">http://www.89bits.es/</a>
Afrodude Works	<a href="http://afrodude.works/">http://afrodude.works/</a>
Aheartfulofgames	<a href="http://www.aheartfulofgames.com/">http://www.aheartfulofgames.com/</a>
Alpixel Games	<a href="http://www.alpixelgames.com/">http://www.alpixelgames.com/</a>
Animatoon Indie-Pendent Studios	<a href="http://62.81.188.203/animatoon/home.html">http://62.81.188.203/animatoon/home.html</a>
Astute Games	<a href="http://www.astutegames.com/">http://www.astutegames.com/</a>
Background Games	<a href="http://www.backgroundgames.es/">http://www.backgroundgames.es/</a>
BadLand Dev Studio	<a href="http://www.badlandgames.com/">http://www.badlandgames.com/</a>
Be Great	<a href="http://www.begreat.es/">http://www.begreat.es/</a>
Beebrite	<a href="http://edu.beebrite.com/">http://edu.beebrite.com/</a>
Bestia Estudios	<a href="http://bestiaestudios.com/">http://bestiaestudios.com/</a>
Bitoon	<a href="http://www.bitoon.com/">http://www.bitoon.com/</a>
Black Sun Studios	<a href="http://blacksunstudios.co//">http://blacksunstudios.co//</a>
Boombang	<a href="http://www.boombang.tv/">http://www.boombang.tv/</a>
Brainbeard Games (Congelada)	<a href="http://www.brainbeard.com/">http://www.brainbeard.com/</a>
Circle of Creators	<a href="http://www.circleofcreators.es/">http://www.circleofcreators.es/</a>
CMY Multimedia	<a href="http://www.cmymultimedia.com/">http://www.cmymultimedia.com/</a>
Cometa Studio	<a href="https://www.facebook.com/app.simpix">https://www.facebook.com/app.simpix</a>
Crema Games	<a href="http://www.cremagames.com/">http://www.cremagames.com/</a>
Crocodile Entertainment	<a href="http://www.crocoware.net/es">http://www.crocoware.net/es</a>
Cupra Studios	<a href="http://www.cuprastudios.com/">http://www.cuprastudios.com/</a>
Damn Code	<a href="http://damncode.com/es/">http://damncode.com/es/</a>
Digital Lighting Studios	<a href="http://dlsgames.com/">http://dlsgames.com/</a>
Dragon Jam Studios	<a href="http://www.dragonjamstudios.com">http://www.dragonjamstudios.com</a>
Drakhar Studio	<a href="http://www.drakharstudio.com/es/">http://www.drakharstudio.com/es/</a>
Dreaming Soul Games	<a href="http://dreamingsoulgames.es/">http://dreamingsoulgames.es/</a>
Dreamwalker Studio	<a href="http://www.dreamwalker-studio.com/">http://www.dreamwalker-studio.com/</a>
Duermes y me olvidas	<a href="http://www.duermesymeolvidas.com/">http://www.duermesymeolvidas.com/</a>
Echoboom	<a href="http://www.echoboom.com/">http://www.echoboom.com/</a>
Eclipse Games	<a href="http://www.eclipse-games.net/">http://www.eclipse-games.net/</a>
Essence Interactive Center (antes BetyByte)	<a href="http://essence-grp.com/about/innovative-ventures/essence-interactive-center">http://essence-grp.com/about/innovative-ventures/essence-interactive-center</a>
Evil Mind Entertainment	<a href="http://www.evil-mind.com/">http://www.evil-mind.com/</a>
Evolve Games	<a href="http://www.evolvegames.es">www.evolvegames.es</a>
Fictiorama Studios	<a href="http://www.deadsynchronicity.com/">http://www.deadsynchronicity.com/</a>

## Madrid

Fluff Studio	<a href="http://www.fluff.es/">http://www.fluff.es/</a>
Fluzo Studios	<a href="http://www.fluzostudios.com">http://www.fluzostudios.com</a>
Freedom Factory Studios	<a href="http://www.freedomfactorystudios.com/">http://www.freedomfactorystudios.com/</a>
Frozen Skies Studios	<a href="https://frozenskiesstudios.wordpress.com/">https://frozenskiesstudios.wordpress.com/</a>
FrWare	<a href="http://frware.com/">http://frware.com/</a>
FX interactive	<a href="http://www.fxinteractive.com/">http://www.fxinteractive.com/</a>
G4M3 Studios	<a href="http://www.g4m3studios.com/es/">http://www.g4m3studios.com/es/</a>
Gabel Studios	<a href="http://gabel.es/web/">http://gabel.es/web/</a>
Gameloft	<a href="http://www.gameloft.es">http://www.gameloft.es</a>
Games GI	<a href="http://www.gamesgi.com/">http://www.gamesgi.com/</a>
Gametopia	<a href="http://www.gametopia.es/">http://www.gametopia.es/</a>
Geardome	<a href="http://www.geardome.com">http://www.geardome.com</a>
Hydra Interactive Entertainment	<a href="http://www.hydra-interactive.com/">http://www.hydra-interactive.com/</a>
Ilitia Games	<a href="http://www.ilitia.com/">http://www.ilitia.com/</a>
IMAGINARTE Juegos	<a href="http://www.imaginatejuegos.com/">http://www.imaginatejuegos.com/</a>
Immersive	<a href="http://www.immersive.es/">http://www.immersive.es/</a>
Indiefferent Games	<a href="http://indiefferent.com/">http://indiefferent.com/</a>
Jackpot Studios	<a href="http://jackpotstudios.es">http://jackpotstudios.es</a>
Jemchicomac	<a href="http://www.jemchicomac.com">http://www.jemchicomac.com</a>
Joju Games (California/Madrid)	<a href="http://www.jojugames.com/">http://www.jojugames.com/</a>
Lab Cave	<a href="http://labcavegames.com/">http://labcavegames.com/</a>
Magma Games	<a href="http://www.magmagames.es/">http://www.magmagames.es/</a>
Materia Works	<a href="http://materiaworks.com/">http://materiaworks.com/</a>
MercurySteam Entertainment	<a href="http://company.mercurysteam.com/">http://company.mercurysteam.com/</a>
Meridiem Games	<a href="http://meridiem-games.com/">http://meridiem-games.com/</a>
Micronet	<a href="http://www.micronet.es">http://www.micronet.es</a>
Mind the Pixel	<a href="http://www.mindthepixel.com/">http://www.mindthepixel.com/</a>
Monkey Toons	<a href="http://www.monkeytoons.com">http://www.monkeytoons.com</a>
Monsters Pit	<a href="http://www.monsterspit.com/">http://www.monsterspit.com/</a>
MundoFeliz Games	<a href="http://www.mundofeliz.com//">http://www.mundofeliz.com//</a>
Next Stage	<a href="http://www.nextstage.tv">http://www.nextstage.tv</a>
Noobware	<a href="http://noobware.net/">http://noobware.net/</a>
Numatian Games	<a href="http://numantiangames.com/">http://numantiangames.com/</a>
Nurendsoft	<a href="http://www.nurendsoft.es/">http://www.nurendsoft.es/</a>
One Click	<a href="http://www.oneclick.es/">http://www.oneclick.es/</a>
OPQA Studios	<a href="https://opqa.com/">https://opqa.com/</a>
Over the Top	<a href="http://www.overthetopgames.com">http://www.overthetopgames.com</a>

Madrid	
Owari Studios	<a href="http://owaristudios.com/">http://owaristudios.com/</a>
PadaONE Games	<a href="http://www.padaonegames.com/">http://www.padaonegames.com/</a>
Pandereta Estudio	<a href="http://www.panderetaestudio.com/">http://www.panderetaestudio.com/</a>
Pandora Interactive	<a href="http://www.pandorainteractive.com/">http://www.pandorainteractive.com/</a>
Péndulo Studios	<a href="http://www.pendolo-studios.com/">http://www.pendolo-studios.com/</a>
Protocol Games	<a href="http://www.songofhorror.com/">http://www.songofhorror.com/</a>
Pyxel Arts	<a href="http://www.pyxelarts.com/">http://www.pyxelarts.com/</a>
RaLight Solutions	<a href="http://ralightsolutions.com/">http://ralightsolutions.com/</a>
Rawflesh Games	<a href="http://www.rawfestival.es/">http://www.rawfestival.es/</a>
RECO Technology	<a href="http://www.recotech.es/">http://www.recotech.es/</a>
Rendercode Games	<a href="http://www.rendercodegames.com/">http://www.rendercodegames.com/</a>
Retromade Games Studio	<a href="http://www.retromadegames.com/">http://www.retromadegames.com/</a>
Risin' Goat	<a href="https://risingoat.com/">https://risingoat.com/</a>
Senda Games	<a href="http://www.sendagames.com/">http://www.sendagames.com/</a>
Sokoh Studios	<a href="http://www.sokohstudios.com/">www.sokohstudios.com</a>
Stage Clear Studios	<a href="http://www.stageclearstudios.com/">http://www.stageclearstudios.com/</a>
StrangeLight Games	<a href="http://www.strangelightgames.com/es/">http://www.strangelightgames.com/es/</a>
The Floating Room	<a href="http://www.thefloatingroom.com/">http://www.thefloatingroom.com/</a>
The Vanir Project	<a href="http://www.thevanirproject.com/">http://www.thevanirproject.com/</a>
Tizona Interactive	<a href="http://tizonainteractive.com/">http://tizonainteractive.com/</a>
Totemcat	<a href="http://totemcat.com/">http://totemcat.com/</a>
Trazosoft Sistemas	<a href="http://trazosoft.com/">http://trazosoft.com/</a>
Triple Cherry Games	<a href="http://triplecherrygames.com/">http://triplecherrygames.com/</a>
Tubi Games	<a href="http://yubigames.com/">http://yubigames.com/</a>
Typhon Mobile	<a href="http://typhonmobile.com/">http://typhonmobile.com/</a>
Umami Games	<a href="http://umamigames.com/">http://umamigames.com/</a>
Undead Code	<a href="http://www.undeadcode.com/">www.undeadcode.com</a>
Virtual Toys	<a href="http://www.virtualtoys.net/">http://www.virtualtoys.net/</a>
Vodka Capital	<a href="https://www.vodkacapital.com/">https://www.vodkacapital.com/</a>
Vorax Studios	<a href="http://www.dayoftheviking.com/">http://www.dayoftheviking.com/</a>
Wakeup Pictures	<a href="http://www.wakeuppictures.com/">http://www.wakeuppictures.com</a>
Wasfan Studios	<a href="http://wasfan.com/">http://wasfan.com/</a>
Wildbit Studios	<a href="http://www.wildbitstudios.com/">http://www.wildbitstudios.com/</a>
Xix Games	<a href="http://www.xixgames.com/">http://www.xixgames.com/</a>
Xtasygames	<a href="http://www.xtasygames.com/">http://www.xtasygames.com/</a>
Xtragames	<a href="http://www.xtragamesinternational.com/">http://www.xtragamesinternational.com</a>
Yellow Worm Studios	<a href="https://www.facebook.com/pages/Yellow-Worm-Studios/693182557428977">https://www.facebook.com/pages/Yellow-Worm-Studios/693182557428977</a>
Zed	<a href="http://www.zed.com/">www.zed.com</a>

## Cataluña

1 Coin Studio	<a href="http://www.1coinstudio.com/">http://www.1coinstudio.com/</a>
2Awesome Studio	<a href="http://www.dimensiondrive.com/">http://www.dimensiondrive.com/</a>
3d2 Entertainment	<a href="http://3d2entertainment.com/">http://3d2entertainment.com/</a>
5 ants	<a href="http://www.5ants.com/">http://www.5ants.com/</a>
8 bit studio	<a href="http://www.8bit-studio.com/">http://www.8bit-studio.com/</a>
A Crowd of Monsters	<a href="http://acrowdofmonsters.com/">http://acrowdofmonsters.com/</a>
Abylight	<a href="http://www.abylight.com/">http://www.abylight.com/</a>
ACB Studio	<a href="http://www.acb.cat/?lang=es">http://www.acb.cat/?lang=es</a>
Alike Studio	<a href="http://www.alikestudio.com/">http://www.alikestudio.com/</a>
Autoloot Games	<a href="http://autoloot-games.com/">http://autoloot-games.com/</a>
BadTaste Games	<a href="http://www.badtastegames.com/">http://www.badtastegames.com/</a>
Beautifun Games	<a href="http://www.beautifungames.com/">http://www.beautifungames.com/</a>
Bee Square	<a href="http://beesquare.net/">http://beesquare.net/</a>
bitTales	<a href="http://www.bittales.com/">http://www.bittales.com/</a>
Biworld 3D	<a href="http://www.biworld3d.com/">http://www.biworld3d.com/</a>
Blinzy	<a href="http://www.blinzy.com/">http://www.blinzy.com/</a>
Blit Software	<a href="http://www.blitsoftware.com/">http://www.blitsoftware.com/</a>
Blowing Minds	<a href="http://blowingminds.net/es/">http://blowingminds.net/es/</a>
BRB Internacional	<a href="http://www.brb.es/">http://www.brb.es/</a>
BushiStudios	<a href="http://www.bushistudios.com//">http://www.bushistudios.com//</a>
Cheesecake Games	<a href="http://www.cheesecakegames.com/">http://www.cheesecakegames.com/</a>
Childtopia	<a href="http://www.childtopia.com/">http://www.childtopia.com/</a>
Coder Child	<a href="http://www.coderchild.com/?lang=es">http://www.coderchild.com/?lang=es</a>
Codiwans	<a href="http://www.codiwans.com/">http://www.codiwans.com/</a>
Corsegames	<a href="http://www.corsegames.com/">http://www.corsegames.com/</a>
Crankwork Games	<a href="http://crankworksgames.com/">http://crankworksgames.com/</a>
Cubus Games	<a href="http://www.cubusgames.com/">http://www.cubusgames.com/</a>
Damatha Studios	<a href="http://www.damatha.com/">http://www.damatha.com/</a>
Dark Curry	<a href="http://darkcurry.com/">http://darkcurry.com/</a>
DB&R Game Studio	<a href="http://dbrgamestudio.com">http://dbrgamestudio.com</a>
Digital Legends	<a href="http://www.digital-legends.com/">http://www.digital-legends.com/</a>
Distance Studio	<a href="http://www.distance-outsiders.com/">http://www.distance-outsiders.com/</a>
Divertap	<a href="http://www.divertap.com/">http://www.divertap.com/</a>
Dolores Entertainment	<a href="http://doloresentertainment.com/">http://doloresentertainment.com/</a>
Down to Moon	<a href="http://www.downtomoon.com/">http://www.downtomoon.com/</a>
Dugon Games	<a href="https://dugonga.wordpress.com/">https://dugonga.wordpress.com/</a>
Edenic Games	<a href="http://www.edenicgames.com/">http://www.edenicgames.com/</a>
Egarsoft	<a href="http://www.egarsoft.com/">http://www.egarsoft.com/</a>
EnjoyUp Games	<a href="http://www.enjoyup.com/">http://www.enjoyup.com/</a>

**Cataluña**

Esilex Games	<a href="http://www.esilexgames.com/es/">http://www.esilexgames.com/es/</a>
Evoluo Games	<a href="https://plus.google.com/109705660020627353837/about">https://plus.google.com/109705660020627353837/about</a>
FrozenShard Games	<a href="http://frozenshard.com/">http://frozenshard.com/</a>
Frugal Games	<a href="http://frugalgames.com/">http://frugalgames.com/</a>
Funbox	<a href="http://www.playfunbox.com/">http://www.playfunbox.com/</a>
Galanedu	<a href="http://www.galanedu.es/">http://www.galanedu.es/</a>
Grungi Studios	<a href="http://www.grungistudios.com/">http://www.grungistudios.com/</a>
HiPolygon	<a href="http://hipolygon.com">http://hipolygon.com</a>
ICAlia	<a href="http://www.icalia.com">http://www.icalia.com</a>
Iepa Studios	<a href="http://www.iepastudios.com/">http://www.iepastudios.com/</a>
Indie Dev Stories	<a href="http://indiedevstories.com/">http://indiedevstories.com/</a>
Ivanovich Games	<a href="http://www.ivanovichgames.com/web/">http://www.ivanovichgames.com/web/</a>
Jandusoft	<a href="http://www.jandusoft.com/">http://www.jandusoft.com/</a>
Kailab	<a href="http://kailab.com">http://kailab.com</a>
Kaneda Games	<a href="http://www.kaneda-games.com/">http://www.kaneda-games.com/</a>
King.com Barcelona	<a href="https://www.facebook.com/King.comBarcelona">https://www.facebook.com/King.comBarcelona</a>
Kohda Interactive (Girona)	<a href="http://www.kohdainteractive.com/">http://www.kohdainteractive.com/</a>
Korner Entertainment	<a href="http://www.kornerentertainment.com/">http://www.kornerentertainment.com/</a>
Kotoc Producciones	<a href="http://www.kotoc-producciones.com/">http://www.kotoc-producciones.com/</a>
Lince Works	<a href="http://www.linceworks.com/">http://www.linceworks.com/</a>
Loop Games	<a href="http://loopgames.net/">http://loopgames.net/</a>
Mandarina Games	<a href="http://mandarinagames.com/">http://mandarinagames.com/</a>
Manduka Games	<a href="http://www.mandukagames.com/">http://www.mandukagames.com/</a>
MassiveFun3D	<a href="http://massivefun3d.com/">http://massivefun3d.com/</a>
Midnight Cluster	<a href="http://www.midnightcluster.com/">http://www.midnightcluster.com/</a>
Minduck Studios	<a href="http://www.minduckstudios.com/">http://www.minduckstudios.com/</a>
Moonlight Soul games	<a href="https://www.facebook.com/MoonlightSoulsGame">https://www.facebook.com/MoonlightSoulsGame</a>
Nafna Creatividad Tecnológica	<a href="http://www.nafna.com/">http://www.nafna.com/</a>
Nebulon Games	<a href="https://www.facebook.com/NebulonGames">https://www.facebook.com/NebulonGames</a>
NEOSAGA Game Studios	<a href="http://www.neosagagamestudios.com/">http://www.neosagagamestudios.com/</a>
Netplay Solutions	<a href="http://www.netplay.mobi/">http://www.netplay.mobi/</a>
NO2 Mobile Web Applications	<a href="http://www.no2.es/">http://www.no2.es/</a>
Novarama	<a href="http://www.novarama.com/">http://www.novarama.com/</a>
Nurend Soft	<a href="http://www.nurendsoft.es/">http://www.nurendsoft.es/</a>
Nurium Games	<a href="http://www.nurium.com/">http://www.nurium.com/</a>

## Cataluña

Omnidrone	<a href="http://omnidrone.net/">http://omnidrone.net/</a>
Oxiab Game Studio	<a href="http://www.oxiab.com/">http://www.oxiab.com/</a>
Play & Learn	<a href="http://www.playlearnmultimedia.com/">http://www.playlearnmultimedia.com/</a>
Plunge Interactive	<a href="http://www.plungeinteractive.com/">http://www.plungeinteractive.com/</a>
Pocket Puppet	<a href="http://www.pocket-puppet.com/">http://www.pocket-puppet.com/</a>
Pupgam Studios	<a href="http://www.pupgam.com/">http://www.pupgam.com/</a>
Rainy Night Creations	<a href="http://www.rainynightcreations.com/">http://www.rainynightcreations.com/</a>
Ravalmatic	<a href="http://www.ravalmatic.com/">http://www.ravalmatic.com/</a>
ReStart Game Studio	<a href="http://restartgames.es">http://restartgames.es</a>
Rosebud Games	<a href="http://www.rosebudgames.com/">http://www.rosebudgames.com/</a>
Sionauta	<a href="http://www.sionauta.com/">http://www.sionauta.com/</a>
Social Point	<a href="http://www.socialpoint.es/">http://www.socialpoint.es/</a>
Soylent Bits	<a href="http://www.soylentbits.com/">http://www.soylentbits.com/</a>
Stele Games	<a href="http://www.stelegames.com/">http://www.stelegames.com/</a>
Tanoku	<a href="http://tanoku.newgrounds.com/games/">http://tanoku.newgrounds.com/games/</a>
TikTakGames	<a href="http://tiktakgames.com/">http://tiktakgames.com/</a>
Ubicuo Studio	<a href="http://www.ubicuostudio.com/">http://www.ubicuostudio.com/</a>
Ubisoft Barcelona Mobile	<a href="https://www.ubisoft.com/en-US/studio/barcelona.aspx">https://www.ubisoft.com/en-US/studio/barcelona.aspx</a>
Undercoders	<a href="http://www.undercoders.com/es/">http://www.undercoders.com/es/</a>
Unfinished Pixel	<a href="http://unfinishedpixel.com/">http://unfinishedpixel.com/</a>
U-play Online	<a href="http://uplayonline.com/">http://uplayonline.com/</a>
U-play Studios	<a href="http://www.uplaystudios.com/">http://www.uplaystudios.com/</a>
Wake Studios	<a href="http://www.wake-studios.com/">http://www.wake-studios.com/</a>
We Use Powerups	<a href="http://www.weusepowerups.com/">http://www.weusepowerups.com/</a>
Winko Games	<a href="http://winkogames.com/">http://winkogames.com/</a>
World Internet Projects	<a href="http://www.wiprojects.net/">http://www.wiprojects.net/</a>

## Comunidad Valenciana

Akaoni Studio	<a href="http://akamon.com/">http://akamon.com/</a>
Ale Game Studio	<a href="http://alegamesstudio.com/">http://alegamesstudio.com/</a>
Anima Game Studio	<a href="http://www.animagamestudio.com">www.animagamestudio.com</a>
Bionic Thumbs	<a href="http://www.bionic-thumbs.com/">http://www.bionic-thumbs.com/</a>
BlackMaria	<a href="http://www.blackmaria.es/">http://www.blackmaria.es/</a>
Brave Zebra – Game Outsourcing Services	<a href="http://www.bravezebra.com/">http://www.bravezebra.com/</a>
Byte Realms	<a href="http://www.byterealms.com/">http://www.byterealms.com/</a>
Cliké	<a href="http://www.clike.net/">http://www.clike.net/</a>
Code	<a href="http://code.es/">http://code.es/</a>
Cookiebit Games	<a href="http://cookiebit.com/">http://cookiebit.com/</a>
Deconstructeam	<a href="http://www.deconstructeam.com/">http://www.deconstructeam.com/</a>
Devilish Games	<a href="http://www.devilishgames.com/">http://www.devilishgames.com/</a>
Digital Sun Games	<a href="http://www.digitalsungames.com/">http://www.digitalsungames.com/</a>
Elite3D	<a href="http://elite3d.com/">http://elite3d.com/</a>
Eurojuegos	<a href="http://www.eurojuegos.org/">http://www.eurojuegos.org/</a>
Evelend Games	<a href="http://www.evelendgames.com/">http://www.evelendgames.com/</a>
Exelweiss	<a href="http://www.exelweiss.com/">http://www.exelweiss.com/</a>
Fosfore Studio	<a href="http://www.fosfore-studios.com/">http://www.fosfore-studios.com/</a>
FrameOver Animation & VFX Studio	<a href="http://www.frameover.com/">http://www.frameover.com/</a>
From the Bench	<a href="http://www.fromthebenchgames.com/">http://www.fromthebenchgames.com/</a>
Futuresco Games	<a href="http://www.futurescogames.com/">http://www.futurescogames.com/</a>
Gopango	<a href="http://www.gopango.com/">http://www.gopango.com/</a>
Indie4Fun	<a href="http://indie4fun.com/">http://indie4fun.com/</a>
Kardfy	<a href="http://www.kardfy.com/">http://www.kardfy.com/</a>
Lemon Team	<a href="http://www.lemonteam.com/">http://www.lemonteam.com/</a>
Loading Home	<a href="http://www.loadinghome.net">http://www.loadinghome.net</a>
Lollipoprobot	<a href="http://www.lollipoprobot.com/">http://www.lollipoprobot.com/</a>
Lubiterum Game Studios	<a href="http://lubiterum.com/">http://lubiterum.com/</a>
Lucera	<a href="http://lucera-project.com/">http://lucera-project.com/</a>
Magic Frame Studios	<a href="http://www.magicframestudios.com/">http://www.magicframestudios.com/</a>
Natygames	<a href="http://www.natygames.com/">http://www.natygames.com/</a>
Nectar Estudio	<a href="http://www.nectarestudio.com/">http://www.nectarestudio.com/</a>
Nerlaska	<a href="http://www.nerlaska.com/">http://www.nerlaska.com/</a>
Neterea Studios	<a href="http://www.netereastudios.com/">http://www.netereastudios.com/</a>
Netwizzy	<a href="http://www.netwizzy.es/">http://www.netwizzy.es/</a>
Nexus Game Studios	<a href="http://www.nexusgamestudios.com/">http://www.nexusgamestudios.com/</a>
Ninja Fever	<a href="http://www.ninjafever.com/">http://www.ninjafever.com/</a>
Onan Games	<a href="http://www.onan-games.com/0.5/">http://www.onan-games.com/0.5/</a>
Orxata Studios	<a href="http://www.orxatastudios.com/">http://www.orxatastudios.com/</a>
Playshore	<a href="http://www.playshore.com/es/">http://www.playshore.com/es/</a>
Project Anima Studio	<a href="http://www.gateofmemories.com/">http://www.gateofmemories.com/</a>
PushArts GameStudios	<a href="http://www.pushartsgs.com/">http://www.pushartsgs.com/</a>
Red Little House Studios	<a href="http://www.redlittlehousestudios.com/es">http://www.redlittlehousestudios.com/es</a>
Shanblue Interactive	<a href="http://www.shanblue.com/">http://www.shanblue.com/</a>
Starriser	<a href="http://starriser.com/es/">http://starriser.com/es/</a>
Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team	<a href="http://supermegateam.com/">http://supermegateam.com/</a>
Taykron Games / Kronbits	<a href="http://dev.kronbits.com/">http://dev.kronbits.com/</a>
Trigger Games	<a href="http://triggergames.net/">http://triggergames.net/</a>
Virtual Company	<a href="http://www.virtualcompany.es/">http://www.virtualcompany.es/</a>
Yanim Studio	<a href="http://www.yanim.net/WP/">http://www.yanim.net/WP/</a>

## Andalucía

Alchemy Games	<a href="http://www.alchemy-games.com/">http://www.alchemy-games.com/</a>
Autoloot Games	<a href="http://www.autoloot-games.com/">http://www.autoloot-games.com/</a>
Ayramen	<a href="http://www.ayramen.com">http://www.ayramen.com</a>
Benu Digital	<a href="http://www.benudigital.com/">http://www.benudigital.com/</a>
Bits Under Fire	<a href="http://www.bitsunderfire.com/">http://www.bitsunderfire.com/</a>
BlackHorn Studios	<a href="http://www.blackhornstudios.com/">http://www.blackhornstudios.com/</a>
Blue Shadow	<a href="http://www.blueshadowgames.com/">http://www.blueshadowgames.com/</a>
Brainside Estudio de Videojuegos	<a href="http://www.brainside.es/">http://www.brainside.es/</a>
Bravo Games Studio	<a href="http://www.generagames.com/">http://www.generagames.com/</a>
Broken Head Studios	<a href="http://brokenheadstudios.com/">http://brokenheadstudios.com/</a>
Corta Studios	<a href="http://cortastudios.com/">http://cortastudios.com/</a>
Cueva Digital Studios	<a href="http://www.cuevadigital.com/">http://www.cuevadigital.com/</a>
Dark Software	<a href="http://dark.virtuald3.com/en/">http://dark.virtuald3.com/en/</a>
Deikoo	<a href="http://www.deikoo.com/amusement.php">http://www.deikoo.com/amusement.php</a>
Encomplot	<a href="http://encomplot.com/">http://encomplot.com/</a>
Erosa Games	<a href="http://www.erosagames.com/">http://www.erosagames.com/</a>
Estosehunde Studio	<a href="http://www.estosehundestudio.com/">http://www.estosehundestudio.com/</a>
Estudio Nemo	<a href="http://estudionemo.es/">http://estudionemo.es/</a>
Evasion Games	<a href="http://www.evansiongames.com">http://www.evansiongames.com</a>
Four Attic	<a href="http://www.fourattic.com/">http://www.fourattic.com/</a>
Gazpacho Games	<a href="http://gazpachogames.com/">http://gazpachogames.com/</a>
GexTech	<a href="http://www.gextech.com/">http://www.gextech.com/</a>
Glovecat Studio	<a href="http://glovecatstudio.com/">http://glovecatstudio.com/</a>
Hieroglyph Games	<a href="https://twitter.com/HieroglyphGames">https://twitter.com/HieroglyphGames</a>
Iction Games	<a href="http://www.ictiongames.com/">http://www.ictiongames.com/</a>
Idubeda Games	<a href="http://idubeda.com/">http://idubeda.com/</a>
Locomalito	<a href="http://locomalito.com/">http://locomalito.com/</a>
Machinet Musica	<a href="http://machinetmusica.com/">http://machinetmusica.com/</a>
Melee Studios	<a href="http://www.melee-studios.com/cms/">http://www.melee-studios.com/cms/</a>
Melpermo	<a href="http://melpermo.com/">http://melpermo.com/</a>
Mobile Games Pro	<a href="http://www.mobilegamespro.com/">http://www.mobilegamespro.com/</a>
Modelsheep studio	<a href="http://www.modelsheepstudio.com/">http://www.modelsheepstudio.com/</a>
Nebula Entertainment	<a href="http://www.nebula-ent.com/index.html">http://www.nebula-ent.com/index.html</a>
Ninja Code Studio	<a href="http://www.ninjacodestudio.com/">http://www.ninjacodestudio.com/</a>
Omnium Lab	<a href="http://www.omniumlab.com/">http://www.omniumlab.com/</a>
Revolution System Games	<a href="http://www.resysgames.com/defaultsite">http://www.resysgames.com/defaultsite</a>
Rodaja	<a href="http://www.rodaja.es/">http://www.rodaja.es/</a>
Seis Coco	<a href="http://www.seiscocos.com/es">http://www.seiscocos.com/es</a>
Stega Studio	<a href="http://stega.es/">http://stega.es/</a>
StormBasic	<a href="http://www.stormbasicgames.com/">http://www.stormbasicgames.com/</a>
The Game Kitchen	<a href="http://www.thegamekitchen.com/">http://www.thegamekitchen.com/</a>
Upware Studios	<a href="http://www.upwarestudios.com/">http://www.upwarestudios.com/</a>
Zuinq Studio	<a href="http://www.zuinqstudio.com/inicio/index.php">http://www.zuinqstudio.com/inicio/index.php</a>

### País Vasco

Crystalizer Games	<a href="http://crystalizergames.com/">http://crystalizergames.com/</a>
Dada Company	<a href="http://www.dadacompany.com/">http://www.dadacompany.com/</a>
Delirium Studios	<a href="http://www.deliriumstudios.com/">http://www.deliriumstudios.com/</a>
Etorki Games	<a href="http://etorkigames.com/">http://etorkigames.com/</a>
GestionNet	<a href="http://gestionnet.net/">http://gestionnet.net/</a>
ideateca	<a href="http://www.ideateca.com/es/">http://www.ideateca.com/es/</a>
Ikasplay	<a href="http://www.ikasplay.com/">http://www.ikasplay.com/</a>
Ingumak	<a href="http://ingumak.com/es/">http://ingumak.com/es/</a>
Interactive Martin	<a href="http://www.interactivemartin.com/">http://www.interactivemartin.com/</a>
Iron Belt Studios	<a href="http://www.battleforgea.com">http://www.battleforgea.com</a>
Jokoga Games	<a href="http://es.jokoga.com/">http://es.jokoga.com/</a>
Mixi Software	<a href="http://www.doctorshapes.com/">http://www.doctorshapes.com/</a>
Nesplora	<a href="http://nesplora.com/">http://nesplora.com/</a>
OBH Games	<a href="http://obhgames.com/">http://obhgames.com/</a>
Pulsar Concept	<a href="http://www.pulsarconcept.com/language/es/">http://www.pulsarconcept.com/language/es/</a>
Relevo Videogames	<a href="http://www.relevovideogames.com/">http://www.relevovideogames.com/</a>
SantaClara Games	<a href="http://store.santaclaragames.com/">http://store.santaclaragames.com/</a>
Sugar Factory	<a href="http://www.sugar-factory.com/">http://www.sugar-factory.com/</a>
Tridente Studio	<a href="http://www.tridentestudio.com/">http://www.tridentestudio.com/</a>
VirtualWare	<a href="http://virtualwaregroup.com/es/">http://virtualwaregroup.com/es/</a>
Wimi5	<a href="http://wimi5.com/es/">http://wimi5.com/es/</a>

### Islas Baleares

b.AND.x Estudios	<a href="http://www.bandx.es/">http://www.bandx.es/</a>
Cibal	<a href="http://www.cibal.es/">http://www.cibal.es/</a>
KitMaker	<a href="http://www.kitmaker.com/">http://www.kitmaker.com/</a>
Mansion Games	<a href="http://www.mansion-games.com/">http://www.mansion-games.com/</a>
Mutant Games	<a href="http://mutant-games.com/">http://mutant-games.com/</a>
Osom Videogames	<a href="http://fudesamurai.com/">http://fudesamurai.com/</a>
Playspace	<a href="http://www.playspace.com/es/">http://www.playspace.com/es/</a>
Tragnarion Studios	<a href="http://www.tragnarion.com/">http://www.tragnarion.com/</a>

### Islas Canarias

Lethal Games	<a href="http://lethal-games.com/">http://lethal-games.com/</a>
Little Smart Planet	<a href="http://www.littlesmartplanet.com/">http://www.littlesmartplanet.com/</a>
Medusa	<a href="http://playmedusa.com/inicio/">http://playmedusa.com/inicio/</a>
Promineo Studios	<a href="http://promineostudios.com/">http://promineostudios.com/</a>
Raohmaru	<a href="http://raohmaru.com/">http://raohmaru.com/</a>
Tembo Tambiko	<a href="http://www.tembotambiko.com/es/home.php">http://www.tembotambiko.com/es/home.php</a>
The Singular Factory	<a href="https://www.singularfactory.com/">https://www.singularfactory.com/</a>

## Asturias

Asthree Works	<a href="http://asthreeworks.com/">http://asthreeworks.com/</a>
Cachopo Studio	<a href="http://cachopostudio.com/">http://cachopostudio.com/</a>
Crazy Bits Studios	<a href="http://www.crazybitsstudios.com/">http://www.crazybitsstudios.com/</a>
Cucui Studios	<a href="http://cuicuistudios.com/">http://cuicuistudios.com/</a>
Milkstone Studios	<a href="http://www.milkstonestudios.com/">http://www.milkstonestudios.com/</a>
Nuberu Games	<a href="http://nuberugames.com/">http://nuberugames.com/</a>
Virtway	<a href="http://www.virtway.com/">http://www.virtway.com/</a>
Whoot Games	<a href="http://www.wootgames.com/">http://www.wootgames.com/</a>

## Aragón

Androtiyas	<a href="http://androtiyas.com/">http://androtiyas.com/</a>
Hidden Station	<a href="http://www.hiddenstation.com/">http://www.hiddenstation.com/</a>
KatGames	<a href="http://www.katgames.com/">http://www.katgames.com/</a>
Kraken Empire	<a href="http://www.krakenempire.com/">http://www.krakenempire.com/</a>
Mechanical Boss	<a href="http://mechanicalboss.com/">http://mechanicalboss.com/</a>
Tekustudios	<a href="http://www.tekustudios.com/">http://www.tekustudios.com/</a>
Zarapps Games	<a href="http://zarapps.blogspot.com.es/">http://zarapps.blogspot.com.es/</a>

## Castilla y León

Big Bang Box	<a href="http://www.bigbangbox.es/">http://www.bigbangbox.es/</a>
Carbonbyte	<a href="http://www.carbonbyte.com/">http://www.carbonbyte.com/</a>
Forze Field	<a href="http://forzefield.com/">http://forzefield.com/</a>
Ratalaika Games	<a href="http://ratalaika.com/">http://ratalaika.com/</a>
Unkasoft	<a href="http://www.unkasoft.com/">http://www.unkasoft.com/</a>

## Castilla-La Mancha

Alcachofa Soft	<a href="http://www.alcachofasoft.com/">http://www.alcachofasoft.com/</a>
Dark Dolmen	<a href="http://www.darkdolmen.com/">http://www.darkdolmen.com/</a>
Fu Essence Studio	<a href="http://www.fuessence.com/">http://www.fuessence.com/</a>
Pollo Loco Games	<a href="http://www.pollolocogames.com/">http://www.pollolocogames.com/</a>
Quaternion Studio	<a href="http://www.quaternionstudio.com/">http://www.quaternionstudio.com/</a>

**Galicia**

Axouere Games	<a href="http://www.axoueregames.com/">http://www.axoueregames.com/</a>
Gato Salvaje Studios	<a href="http://gatosalvajestudio.com/">http://gatosalvajestudio.com/</a>
Iberian Games	<a href="http://www.iberiangames.com/">http://www.iberiangames.com/</a>
Interacción	<a href="http://www.interaccion.com/">http://www.interaccion.com/</a>
Ironjackgame	<a href="http://www.ironjackgame.com/">http://www.ironjackgame.com/</a>
Moon Bite Games	<a href="http://moonbite-games.com">http://moonbite-games.com</a>
Serinex – PCHandball	<a href="http://www.serinex.net/home.php">http://www.serinex.net/home.php</a>
Small Wonders	<a href="http://www.smallwonders.es/">http://www.smallwonders.es/</a>
Trim Triange	<a href="https://www.trimtangle.com/">https://www.trimtangle.com/</a>
Vigamy Studio	<a href="http://vigamystudio.blogspot.com/">http://vigamystudio.blogspot.com/</a>

**La Rioja**

Emegeme	<a href="http://www.emegeme.com/">http://www.emegeme.com/</a>
FunApps Entertainment	<a href="http://www.funapps.eu/">http://www.funapps.eu/</a>
Funky Whale Games	<a href="http://www.funkywhalegames.com/">http://www.funkywhalegames.com/</a>

**Extremadura**

Learning Games Games	<a href="http://learninggames.es/">http://learninggames.es/</a>
Pixel Quality Games	<a href="http://www.projectaura.com/en/">http://www.projectaura.com/en/</a>
Pixel Ratio	<a href="http://www.pixelratio.es/">http://www.pixelratio.es/</a>

**Murcia**

Codigames	<a href="http://codigames.com/">http://codigames.com/</a>
Divernova Games	<a href="http://www.divernovagames.com/">http://www.divernovagames.com/</a>
Kurusu Games Team	<a href="https://kurusugamesteam.wordpress.com/">https://kurusugamesteam.wordpress.com/</a>
Sons of Bit	<a href="http://www.sonsofabit.com">www.sonsofabit.com</a>

**Cantabria**

Concano Games	<a href="http://concanogames.com/">http://concanogames.com/</a>
Pigtail Games	<a href="http://www.pigtailgames.com/Home.html">http://www.pigtailgames.com/Home.html</a>
Seven Monkeys	<a href="http://www.capitalsander.com/">http://www.capitalsander.com/</a>

Fuente: [www.danielparente.net](http://www.danielparente.net)



10

The image features a large, bold, orange number '10' in the upper left quadrant. The background is white, with a diagonal orange stripe running from the bottom left towards the top right, creating a split background effect.

# Autorregulación

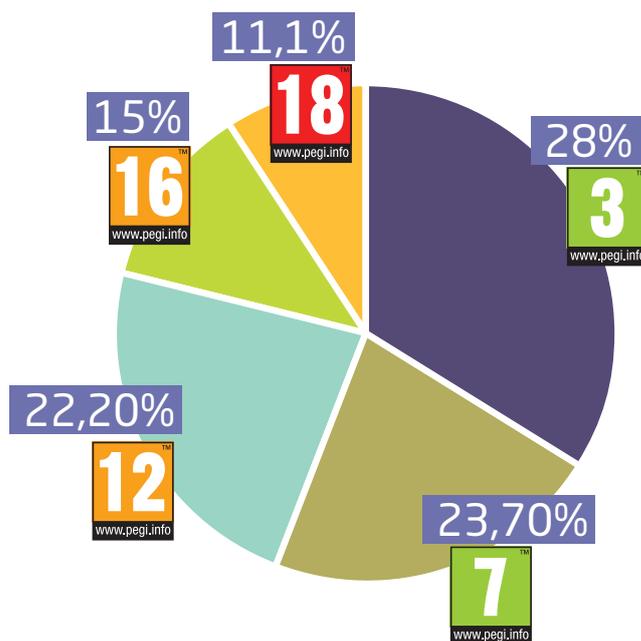
La industria del videojuego es la primera de ocio audiovisual e interactivo de nuestro país, una opción que ya elige el 40% de los españoles. La gran parte de estos gamers se concentran entre los 6 y los 14 años. Por eso, en los últimos años la industria ha aumentado su concienciación y redoblado sus esfuerzos en materia de autorregulación con el fin de configurar un mercado más responsable.

## EL SISTEMA PEGI EN 2014



En 2014 se evaluaron con el sistema de clasificación PEGI 1.685 títulos. De estos, la gran mayoría fueron juegos para todos los públicos: el 28% (PEGI 3), el 23,7% (PEGI 7), el 22,2% (PEGI 12) y el 15% (PEGI 16). Por su parte, los videojuegos para mayores de edad (PEGI 18) representaron el 11,1%.

### SEGMENTACIÓN SOBRE EL TOTAL DE JUEGOS CATALOGADOS EN 2014



Atendiendo a la clasificación PEGI del TOP 20 de los juegos más vendidos en el mercado español, el 60% fueron aptos para todos los públicos.

**SEGMENTACIÓN POR PLATAFORMAS DEL TOTAL DE TÍTULOS CLASIFICADOS EN 2014**

<b>Plataforma 2014</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>Total</b>
Mobile	5	2				<b>7</b>
New Nintendo 3DS			1			<b>1</b>
Nintendo 3DS	108	45	33	4	1	<b>191</b>
Nintendo DS	3	2				<b>5</b>
Nintendo DSi - DSiWare	5	1	1			<b>7</b>
Nintendo Wii	7	2	4			<b>13</b>
Nintendo Wii U	57	58	31	8	1	<b>155</b>
PC	106	108	111	83	43	<b>451</b>
Playstation 2		1		1		<b>2</b>
Playstation 3	41	38	44	37	37	<b>197</b>
PlayStation 4	46	50	53	43	35	<b>227</b>
PlayStation Vita	36	50	33	19	10	<b>148</b>
Plug and Play		2	4	1		<b>7</b>
Sony PSP - PSP GO		1				<b>1</b>
XBox 360	27	20	20	26	29	<b>122</b>
Xbox One	29	19	38	31	30	<b>147</b>
<b>Total</b>	<b>470</b>	<b>399</b>	<b>373</b>	<b>253</b>	<b>186</b>	<b>1681</b>

DIRK BOSMANS,  
COMMUNICATION MANAGER  
OF PEGI EUROPE



**Entre los avances más significativos de PEGI durante estos últimos meses se encuentra su llegada a Google Play Store, ¿qué significa este paso para vosotros?**

Durante casi dos años hemos mantenido conversaciones con la Coalición Internacional de Clasificación por Edades (IARC, en sus siglas en inglés), ya que creíamos que era una solución global con mucho potencial para clasificar tanto juegos móviles y digitales, como aplicaciones. Además, esta colaboración nos permitió mostrar cómo funcionaba la organización y conocer qué regiones participaban. Pero nos faltaba dar un paso más, que una gran plataforma adoptase este sistema. Con la implementación en Google Play, hemos aumentado de forma considerable el alcance del sistema de la clasificación PEGI en Europa.

**¿Está previsto que otras plataformas similares adopten el sistema PEGI?**

Firefox Marketplace también está usando IARC. Asimismo, otras compañías como Microsoft, Nintendo y Sony ya están trabajando en su implementación para asegurar que todo el contenido de sus plataformas móviles y digitales pueda obtener el sistema de clasificación PEGI.

**¿Qué puede aportar el código PEGI videojuegos digitales y las aplicaciones móviles? ¿Crees que con ello se mejoraría su reconocimiento social?**

Desde luego. A través de Google Play, PEGI ha conseguido llegar a un nuevo, amplio y muy diverso grupo de personas que se divierten con los juegos. Aportamos nuestra amplia experiencia y conocimiento de estas aplicaciones y, por ello, los usuarios pueden confiar en un sistema sólido y disponer de información familiar de clasificación por edades. Los productos digitales están superando a los físicos en términos de volumen y valor, por lo que es el momento idóneo para que PEGI entre en plataformas digitales. Si queremos seguir siendo el estándar de clasificación de confianza en el futuro, este paso es crucial.

**¿Cuáles son los objetivos de la Organización PEGI para este ejercicio?**

Ampliar la implementación de IARC va a ser muy importante. No sabemos cuáles estarán listas en 2015, pero esperamos progresar lo máximo posible con la incorporación de Microsoft, Nintendo y Sony a IARC. Después de esto, un grupo de expertos seguirá manteniendo los criterios de PEGI actualizados y debatirán pequeños cambios para asegurar que nuestros métodos de clasificación están haciendo un seguimiento de todos los desarrollos que se producen en la industria del videojuego. Además, ampliaremos nuestro programa eLearning destinado a los retailers en varios países europeos. Con la firma de éste, podrán impartir a sus empleados formación gratuita sobre los puntos más relevantes de PEGI. Y, por último, renovaremos nuestra página web, que tendrá un aspecto más fresco e intuitivo.



11

# Piratería y propiedad intelectual

El 2014 ha sido un año marcado por significativas reformas para la protección de la Propiedad Intelectual y la lucha contra la piratería. La modificación de la Ley de Propiedad Intelectual, de la Ley de Enjuiciamiento Civil y del Código Penal conceden a la industria nuevas herramientas para defender sus derechos y cambiar la situación actual. Según el Observatorio de la Piratería 2014, de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, durante el pasado ejercicio se produjeron 240 millones de descargas ilegales.

La industria del videojuego ha aplaudido los distintos cambios legislativos producidos en 2014, que han sentado bases más sólidas para la defensa de la Propiedad Intelectual y la lucha contra la piratería.

La reforma de la Ley de Propiedad Intelectual y la Ley de Enjuiciamiento Civil daba una cobertura reforzada a las actuaciones de la Sección Segunda respecto al bloqueo de las webs de enlaces ilegales y posibilitaba las acciones civiles contra la defraudación de propiedad intelectual. Sin embargo, la falta de recursos de esta Sección Segunda mantiene unos plazos de resolución excesivamente largos lo que provoca que la reforma legal aún no haya producido efectos prácticos.

Además, la reforma del Código Penal, aprobada finalmente por el Congreso a finales de marzo del presente 2015, aclara los tipos delictivos en materia de Propiedad Intelectual, al tiempo que facilita aún más la persecución de las actividades aparejadas al hackeo de videoconsolas y aclara que es ilegal la fabricación, importación, comercialización o posesión con fines comerciales de estos mecanismos, fijando penas de cárcel de hasta tres años.

El siguiente paso que habría que dar sería el de aplicar esas herramientas legales con el fin de combatir la situación actual del sector. Y es que según el Observatorio de la Piratería 2014, de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, durante el pasado año se produjeron 240 millones de descargas ilegales. El valor económico del conjunto de todas estas descargas alcanzó los 5.409 millones de euros y más del 40% de esos videojuegos a los que se accedió ilegalmente estaba en el mercado desde hacía menos de un año. Además, el 10% de los usuarios se descargó videojuegos de forma ilegal. Con respecto al formato físico, la cifra se situó en 2 millones. Todo esto supuso un lucro cesante de 226 millones de euros.

### / MILLONES DE DESCARGAS ILEGALES

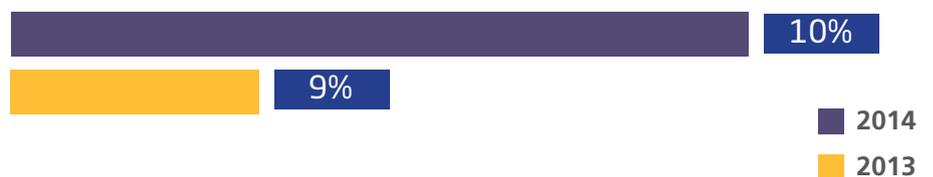


### / VALOR EN MILLONES DE EUROS



La lucha eficaz contra la piratería permitiría además potenciar la creación de empleo cualificado y propiciar un crecimiento sólido y sostenible del sector. Y es que según los datos del Observatorio de la Piratería, sin la lacra de la piratería, se podrían haber generado 1.517 de empleos más en 2014 en nuestro país.

### / % DE USUARIOS QUE ACCEDEN



12



# Las grandes citas del sector

El crecimiento de la industria de los videojuegos de los últimos años se pone de manifiesto en las grandes ferias y eventos que se celebran alrededor del globo durante todo el año. Estas grandes citas son fechas claves para todo el sector, ya que las grandes compañías las aprovechan para anunciar sus próximos lanzamientos.

# CALENDARIO DE LAS GRANDES CITAS DEL SECTOR 2015

The image features a stylized world map with a white outline and a light gray shadow. Three red dots are placed on the map to indicate event locations: one in the San Francisco area, one in Los Angeles, and one in Madrid. Dotted lines with arrowheads at the bottom connect these dots to the corresponding event logos and text blocks.

**GDC**  
Games Developer Conference  
San Francisco EE.UU.  
2-6 marzo

**E3 2014**  
Los Ángeles, EEUU  
16-18 junio

**2014 MGI MADRID GAMES WEEK**  
Madrid Games Week  
Madrid, España  
1-4 octubre



## Paris Games Week

París, Francia

28 octubre-1 noviembre

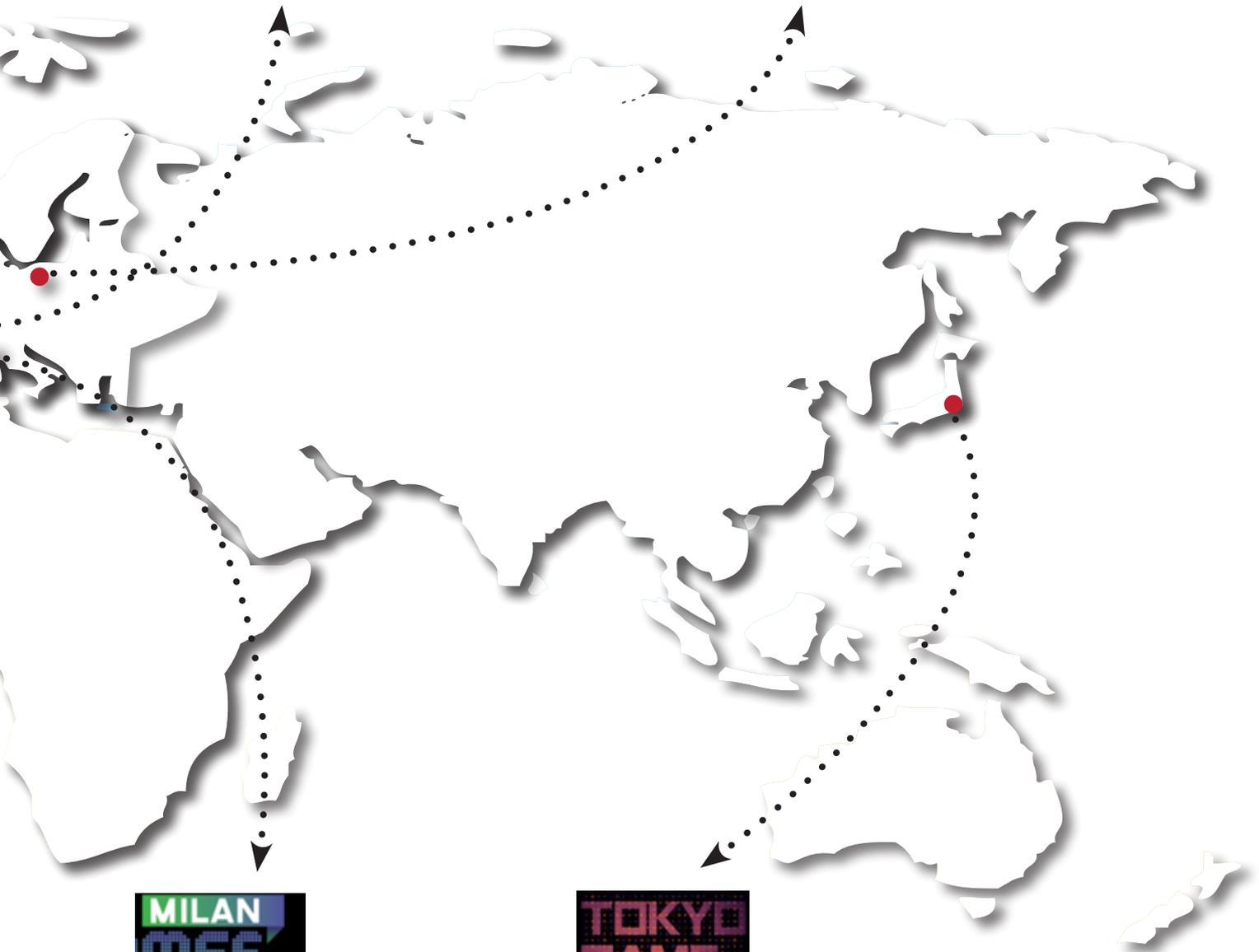


gamescom

## GAMESCOM

Colonia, Alemania

5-9 agosto



## Milan Games Week

Milán, Italia

23-25 octubre



## Tokyo Games Show

Tokio, Japón

17-20 septiembre



Contacto AEVI:

C/ O'donnell, 34 3° D  
28009 Madrid  
91 522 46 45  
info@aevi.org.es