



LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA



Anuario 2020



AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS



LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

Anuario 2020

ANUARIO 2020 - ÍNDICE

1. Introducción

Pág 5

Nadia Calviño Santamaría.

Vicepresidenta Segunda del Gobierno de España
Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital

“Tenemos una oportunidad única que no podemos dejar pasar para lograr avances importantes en el sector del videojuego”

José Manuel Rodríguez Uribe

Ministro de Cultura y Deporte

“Nuestro objetivo es consolidar en los próximos años una red de empresas del sector que ponga en valor la calidad creativa española y apoyar su internacionalización”

Reyes Maroto

Ministra de Industria, Comercio y Turismo

“Debemos reforzar la colaboración entre las distintas administraciones públicas y el sector privado para posicionar al sector en el lugar que se merece”

Alberto González Lorca

Presidente de AEVI

“El videojuego, el mejor aliado en tiempos de pandemia”

José María Moreno

Director General de AEVI

“Un año que pedía sentido de la responsabilidad”

2. La industria del videojuego en España en 2020

Pág 16

El videojuego en 2020

El mercado español del videojuego

I. Facturación total

II. Segmentos de negocio

III. Ventas por unidades

Videjuegos más vendidos

3. Perfil de los videojugadores españoles

Pág 22

4. Visión de las compañías

Pág 25

5. Desarrollo nacional

Pág 59

Arturo Monedero

Vicepresidente de AEVI

“Nuestro compromiso con la comunidad desarrolladora”

6. Esports en España: un antes y después

Pág 63

Sergi Mesonero

Coordinador del comité de esports de AEVI

“Esports: Un sector que se supera ante las adversidades”

7. The Good Gamer

Pág 67

The Good Gamer. Un proyecto pionero Código PEGI

Grandes hitos de 2020

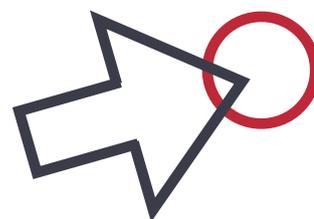
Código PEGI - Novedades 2020

8. Metodología

Pág 79

9. Asociados

Pág 82

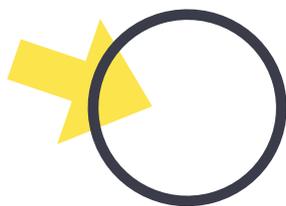


01

Introducción



TENEMOS UNA OPORTUNIDAD ÚNICA QUE NO PODEMOS DEJAR PASAR PARA LOGRAR AVANCES IMPORTANTES EN EL SECTOR DEL VIDEOJUEGO



Un año más, es un placer poder prologar el Anuario de la Industria del Videojuego promovido por la Asociación Española del Videojuego (AEVI). Una publicación que se ha convertido en una referencia para las empresas, profesionales y expertos de un sector que sigue experimentando un fuerte crecimiento sostenido, y que este año se publica en un momento singular por la concurrencia de tres factores importantes.

En primer lugar, la situación derivada de la pandemia ha acelerado el proceso de digitalización de nuestro país y hemos comprobado que el presente y el futuro del empleo, del comercio, de los contactos interpersonales, de la formación, de nuestra propia salud, e incluso del ocio, son y serán más digitales.

Los videojuegos se han consolidado como bien de consumo generalizado, como se refleja en el tamaño del sector en España. Con casi 16 millones de videojugadores en el país, de los cuales el 46% son mujeres, España se encuentra en el top-10 mundial por tamaño de mercado, con una facturación que sobrepasa ya los 1.700 millones y que muestra un crecimiento interanual cercano al 20%. Hablamos de más de 650 empresas o estudios, la mayoría PYMEs, que generan más de 15.000 puestos de trabajo. Por cierto, las mujeres solo representan aún el 18,5% del total de trabajadores del sector. Este es un aspecto en el que hay un gran potencial de mejora para incorporar el talento y la visión del conjunto de la población.



En segundo lugar, es un momento singular porque el Gobierno ha situado la transformación digital de España como una prioridad del más alto nivel, definiendo una agenda España Digital 2025 y movilizando para este objetivo un volumen sin precedentes de inversión pública, cercano a los 20.000 millones de euros hasta 2023, que representa un tercio del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Recursos para movilizar la inversión privada e impulsar la digitalización, especialmente de aquellos sectores con mayor potencial tractor de nuestra economía y con mejores perspectivas de futuro, como son el sector digital y el de los videojuegos.

En tercer lugar, dentro de esta agenda digital y del Plan de Recuperación, el Gobierno acaba de presentar el Plan "España Hub Audiovisual de Europa". Un plan de más de 1.600 millones de euros para incrementar un 30% la producción audiovisual en España para el año 2025, mejorando la competitividad del sector a través de la digitalización y el apoyo del talento, atrayendo inversión extranjera y reduciendo la brecha de género.

Es importante destacar que el Plan "España Hub Audiovisual de Europa" apuesta por una concepción amplia del sector y engloba no sólo los contenidos audiovisuales tradicionales (cine, ficción, producción de contenidos televisivos, etc.), sino también el entorno digital multimedia e interactivo, como son los videojuegos, los eSports, el desarrollo de software y contenidos transmedia, o los que incorporan experiencias inmersivas con efectos visuales o realidad virtual.

Para lograr este objetivo común, el Plan fija una hoja de ruta con 15 medidas basadas en 4 ejes de actuación, para fomentar la digitalización de las actividades audiovisuales, mejorar las ayudas financieras y fiscales, atraer talento y desarrollar el capital humano de los profesionales del sector, mejorar la regulación y eliminar barreras administrativas.

EL PLAN 'ESPAÑA HUB AUDIOVISUAL DE EUROPA' MEJORARÁ LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN Y EL APOYO DEL TALENTO, ATRAYENDO INVERSIÓN EXTRANJERA Y REDUCIENDO LA BRECHA DE GÉNERO.

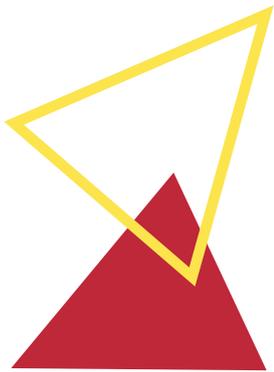
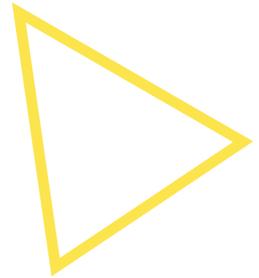
Pero no empezamos de cero, ni mucho menos. Construimos sobre las importantes fortalezas de España: contamos con una industria audiovisual y de videojuegos potente y una larga trayectoria de desarrollos y producciones; tenemos profesionales bien formados y de prestigio, una capacidad creativa reconocida mundialmente; y unas características privilegiadas para albergar talento y ecosistemas basados en las tecnologías digitales.

En definitiva, tenemos una oportunidad única que no podemos dejar pasar para lograr avances importantes en este sector, contamos con una agenda de la máxima prioridad política, recursos sin precedentes y unas condiciones favorables. Espero que, entre todos, y a través de la colaboración público-privada, podamos lograrlo.

Nadia Calviño Santamaría.
Vicepresidenta Segunda del Gobierno de España
Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital



**NUESTRO OBJETIVO ES
CONSOLIDAR EN LOS PRÓXIMOS
AÑOS UNA RED DE EMPRESAS
DEL SECTOR QUE PONGA EN
VALOR LA CALIDAD CREATIVA
ESPAÑOLA Y APOYAR SU
INTERNACIONALIZACIÓN**



Desde mi llegada al Ministerio de Cultura, siempre he tenido muy presente la vertiente cultural de los videojuegos. No sólo porque el proceso de creación de un videojuego implica y da empleo a numerosos artistas y creadores de nuestro país -guionistas, ilustradores, diseñadores, músicos o intérpretes musicales-, sino porque el juego en sí mismo es una experiencia de inmersión en universos creativos que surgen de nuestra tradición cultural y que, a diferencia de otras manifestaciones culturales, en el caso del videojuego tiene la particularidad de ofrecer una experiencia plenamente interactiva con la obra, de invitar al espectador a formar parte de esa creación. Los juegos y los espacios digitales nos ofrecen además la posibilidad de poner a prueba y modelar nuestro comportamiento como individuos y como sociedad sin repercusiones permanentes, en un espacio ficticio y creativo que estimula el pensamiento crítico porque nos permite cuestionar los límites de nuestra realidad, como siempre ha hecho la Cultura.



En la actualidad, es indudable que los videojuegos son una referencia clave de interacción cultural para millones de personas y no sólo para jóvenes y adolescentes, pues gracias a la evolución de los nuevos formatos, cada año se amplía el espectro de consumidores, ofreciendo multitud de oportunidades formativas y de ocio. Desde el Ministerio de Cultura y Deporte apoyamos la creación de contenidos culturales que promuevan valores como la cooperación, la multiculturalidad, el fair play, la solidaridad o la igualdad de género, especialmente entre las edades en las que se conforman los hábitos que nos definirán como ciudadanos de una sociedad crítica y democrática. Y la expansión del consumo de videojuegos los ha convertido en un canal interactivo y cultural inmejorable para la transmisión de estos valores a la sociedad en su conjunto.

El alto número de usuarios y jugadores, unido a los buenos resultados de nuestras empresas en el mercado a nivel mundial, demuestran la vibrante escena del videojuego en nuestro país y aseguran un futuro prometedor para el sector, que este Gobierno desea apoyar desde el ámbito institucional. Nuestra larga tradición creativa e innovadora en las artes y la cultura se presenta como uno de los mejores activos y rasgos diferenciales para los videojuegos españoles. Por ello, desde el Ministerio de Cultura y Deporte queremos impulsar de forma decisiva el crecimiento de este sector, fortaleciendo su estructura y aumentando su competitividad en el entorno internacional. Nuestro objetivo es consolidar en los próximos años una red de empresas del sector que ponga en valor la calidad creativa española y apoyar su internacionalización.

**NUESTRA APUESTA POR LA CREACIÓN DIGITAL Y
LOS VIDEOJUEGOS ES NUESTRA APUESTA POR LA
CONVERGENCIA ENTRE CULTURA Y TECNOLOGÍA**

Así, en este 2021, en el que el Gobierno reafirma su compromiso con el sector del videojuego y la creación digital mediante la creación del Hub Audiovisual español, que incluye el desarrollo de un programa específico de impulso de la competitividad, promoción e internacionalización de su industria, el Ministerio de Cultura y Deporte lanzará también, por primera vez, una nueva línea de ayudas para el desarrollo de videojuegos y de otras formas de creación digital con una dimensión cultural, por un importe total de un millón de euros. Con esta línea de ayuda específica queremos fortalecer el tejido industrial del sector, pero también dar respuesta a algunos de los retos a los que se enfrenta, como reducir la atomización empresarial o hacer frente a la brecha de género, uno de los mayores desafíos de esta industria. Nuestra intención es seguir reforzando cuantitativamente esta iniciativa en los próximos años y consolidarla así dentro del sector creativo y cultural, como ocurre con las otras líneas de ayudas y programas del Ministerio.

Asimismo, quiero destacar el importante trabajo que se está realizando desde el Ministerio en relación con la conservación de los videojuegos como patrimonio cultural español. Desde febrero de 2020, la Biblioteca Nacional ha mantenido varias reuniones con representantes del sector para mejorar la conservación y el acceso a los videojuegos españoles, lo que ha culminado en un proyecto para rescatar aquellos videojuegos no incluidos en su colección. Como resultado de este trabajo conjunto de identificación y creación de una base de datos, estamos desarrollando una campaña que sirva para asegurar la preservación y el acceso a largo plazo a los videojuegos como parte del patrimonio cultural español. Preservar la herencia cultural de estos lugares virtuales, en los que millones de personas interactúan digitalmente, invirtiendo tiempo, creatividad y emociones en ellos y compartiendo experiencias que nos unen, es preservar también la experiencia vital y cultural de diferentes generaciones de nuestro país.

Por último, en el marco de cooperación e interlocución con el sector creamos hace tres años la Mesa del Videojuego, en la que confluyen las tres administraciones del Estado, y que se ha establecido como un espacio inmejorable para el debate y la colaboración entre actores públicos y privados, por lo que nos hemos comprometido a potenciar su papel en el futuro.

La industria del videojuego está llamada a jugar un papel estratégico en los procesos de transición digital de nuestra economía y en la transformación de sus modelos productivos hacia ecosistemas más sostenibles, sociales y conectados, gracias a su capacidad de innovación y de adaptación a entornos inciertos y cambiantes, pero también a su importante capacidad para aunar objetivos económicos y culturales. Se trata de una industria muy dinámica, que genera empleo joven, y en constante búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, desde nuevos formatos y contenidos hasta nuevas formas de distribución y consumo que ha incorporado con éxito en los últimos años con tecnologías como la realidad virtual, la realidad mixta, el blockchain, o la inteligencia artificial.

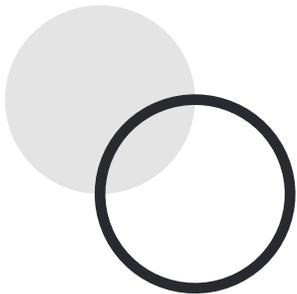
Hoy más que nunca, nuestra apuesta por la creación digital y los videojuegos es nuestra apuesta por la convergencia entre cultura y tecnología, por un sector que representa creación, industria audiovisual, innovación y talento; en definitiva, por un sector de presente y de futuro, en España, en Europa y en el mundo.

José Manuel Rodríguez Uribes
Ministro de Cultura y Deporte



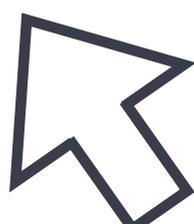
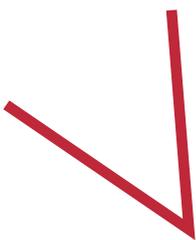


DEBEMOS REFORZAR LA COLABORACIÓN ENTRE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y EL SECTOR PRIVADO PARA POSICIONAR AL SECTOR EN EL LUGAR QUE SE MERECE



El sector de los videojuegos ha experimentado en los últimos años una revolución a nivel global. La transformación digital, la aparición de nuevos modelos de negocio y nuevas tecnologías han cambiado drásticamente la forma de producción de contenidos audiovisuales, y el consumo de videojuegos se ha globalizado ampliando las fronteras de los mercados nacionales.

La producción de contenidos audiovisuales ha experimentado una vertiginosa evolución a lo largo de los últimos años. El crecimiento exponencial del consumo digital de contenidos ha propiciado una diversificación y una expansión paralela de la producción de contenidos audiovisuales, fundamentalmente de ficción, incluidos los de animación y también los de videojuegos y sus actividades vinculadas, como las de los eSports, entre otros.



El sector del videojuego está experimentando un período de crecimiento impulsado casi en su totalidad por el desarrollo de nuevas tecnologías (cloud gaming, instant games, etc) o actividades vinculadas como los eSports y, en general, la expansión del mercado en el ámbito lúdico, que se ha duplicado desde 2014 alcanzando unos ingresos de 813M€ en 2018 que se elevarán hasta los 1.223M€ en 2022, con una tasa de crecimiento anual del 8,4%. El mercado de eSports en España está creciendo con la segunda tasa más rápida de Europa, llegando a facturar en 2019 más de 35M€.

Esta nueva realidad se ha visto reforzada y acelerada con la pandemia, donde el videojuego se ha convertido en un aliado frente a la soledad que ha supuesto el confinamiento en los meses más duros y que ha continuado por las medidas restrictivas de la movilidad adoptadas para controlar el virus. Toda crisis trae oportunidades y debemos aprovechar el contexto para reforzar el sector de los videojuegos español, incrementar su competitividad y favorecer su desarrollo al ritmo que marca el crecimiento global.

EL VIDEOJUEGO SE HA CONVERTIDO EN UN ALIADO FRENTE A LA SOLEDAD QUE HA SUPUESTO EL CONFINAMIENTO EN LOS MESES MÁS DUROS DE LA PANDEMIA

Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, somos plenamente conscientes de las oportunidades y fortalezas del sector de los videojuegos y de su contribución para reforzar la transformación digital de nuestro tejido productivo y mejorar su productividad. Para desarrollar todo su potencial hemos presentado el Plan "España, Hub Audiovisual de Europa" de dinamización de la inversión y desarrollo del sector audiovisual, es un plan de actuación global que quiere transformar el actual ecosistema audiovisual español en su conjunto, considerando el sector en un sentido amplio.

Porque es precisamente en este contexto donde la industria del videojuego cobra un especial protagonismo al poseer unos elementos singulares para impulsar la recuperación económica y la digitalización de nuestra economía, una de las cuatro prioridades del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

El objetivo del Plan España AVS es el refuerzo de las capacidades de los agentes económicos locales para crear videojuegos que exportar, sin perder de vista el propio potencial de España como mercado, bien sea atrayendo inversiones exteriores que financien su crecimiento. Y para ello vamos a desarrollar un conjunto de medidas de impulso al sector, entre ellas:



- Crear un punto centralizado de información a través del portal web "Spain Audiovisual Hub" que recogerá la información relevante ya disponible y la completará para ofrecer, entre otra, información sobre las Guías de información sectorial sobre los sectores de los videojuegos, la animación y los efectos visuales (como, por ejemplo, las guías elaboradas por ICEX España Exportación e Inversiones "Games from Spain" y "Animation from Spain"), así como los programas de apoyo al sector audiovisual puestos en marcha por la Administración Estatal, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales.
- Apoyar la innovación en la creación y desarrollo de contenidos audiovisuales y digitales en sus diversos formatos (series, videojuegos, animación y otros), la difusión y explotación de las producciones, y la interacción y fidelización de los públicos.
- Impulsar a la industria de los videojuegos y de los eSports, reforzando las líneas trabajadas desde ICEX España Exportación e Inversiones de promoción de los videojuegos y contribuyendo a la creación en España de un espacio referente mundial en alguna de las competiciones de eSports más exitosas.
- Mejorar el acceso a financiación de los inversores y la aplicación de incentivos fiscales para la producción audiovisual en España. Estas facilidades se destinarán tanto a los segmentos tradicionales de producción audiovisual, como a otros subsectores con particularidades y potencial propios como son la animación, los efectos visuales y la producción de videojuegos, así como de sectores nuevos como el de la realidad virtual, los eSports o la retransmisión de eventos.
- Impulsar de programas de atracción y retención de talento en el ámbito digital. El Plan Nacional de Competencias Digitales tiene previsto el desarrollo de programas de atracción de talento y, en particular, en el ámbito audiovisual. Así, el Plan incluye medidas para eliminar las dificultades que obstaculizan el regreso de los profesionales digitales españoles que trabajan en el extranjero o la llegada de profesionales extranjeros, sobre todo de fuera de la UE, así como el desarrollo de programas de doctorado en especialidades digitales. Esta medida es de especial importancia en sectores como la animación, los videojuegos o la realidad virtual.

Estamos convencidos que con la implementación de estas medidas vamos a desarrollar un ecosistema que fortalecerá la imagen de España como referente internacional en el sector de los videojuegos, permitirá generar y exportar casos de éxito de aplicación del videojuego en ámbitos como la educación o la salud, impulsará la vertebración de nuestro país consolidando una industria local en todo el territorio nacional, y conseguirá aumentar el tamaño de nuestras empresas permitiendo el desarrollo de empresas tractoras que refuercen al conjunto de la industria española. Debemos reforzar la colaboración entre las distintas administraciones públicas y el sector privado para aprovechar nuestras múltiples fortalezas y posicionar al sector en el lugar que se merece. Trabajemos juntos para conseguirlo.

Reyes Maroto Illera

Ministra de Industria, Comercio y Turismo



EL VIDEOJUEGO, EL MEJOR ALIADO EN TIEMPOS DE PANDEMIA



Este año 2020 ha sido un año intenso en acontecimientos y en general, podemos afirmar que no ha resultado- como para el conjunto de la sociedad- un año fácil para las industrias culturales. La pandemia del coronavirus ha trastocado el modelo de negocio tradicional de estos sectores, por lo que todos ellos se han visto en mayor o menor medida afectados y como es lógico, el videojuego no es una excepción.

Sin embargo, es cierto que en nuestro caso no nos hemos visto tan gravemente afectados como el cine o las artes escénicas. De hecho, el videojuego ha experimentado un notable crecimiento en determinados campos, especialmente en el mercado digital, con un incremento del 32% en datos de facturación frente al año 2019.

¿El motivo? El videojuego es un sector endémico de internet, por lo que siendo nativos digitales, la descarga, el disfrute y las transacciones online no resultan extrañas a nuestros usuarios y el juego con videojuegos puede realizarse de forma segura desde casa.

Es un hecho constatado que en este año 2020, especialmente en los meses de confinamiento el videojuego ha pasado a convertirse en la opción favorita de ocio para millones de personas en todo el mundo,

principalmente por su componente de producto cultural y de entretenimiento que se puede practicar desde el hogar de forma segura, así como su carácter de elemento de socialización entre amigos en la distancia y de disfrute compartido en familia. En este sentido, la propia Organización Mundial de la Salud (OMS) ha instado a jugar a videojuegos para mantenernos activos durante el periodo de confinamiento.

No obstante, a pesar del crecimiento del mercado digital y el papel del videojuego en esta cuarentena, nuestro sector también ha sufrido y se ha visto afectado a causa de la pandemia. Concretamente, hablamos del sector retail o el tejido de más de 450 estudios de desarrollo de nuestro país, gran parte de ellos pymes y micropymes sin apenas músculo financiero.

De hecho, muchos de estos estudios de desarrollo se están viendo obligados a afrontar inversiones con las que no contaban (equipos, alojamiento en la nube, etc.) a la vez que no pueden mostrar sus proyectos a inversores y distribuidores por culpa de la cancelación de eventos en todo el mundo.

Por esta razón, en AEVI hemos venido trabajando en los últimos meses con el Gobierno para trabajar en medidas que supongan un alivio para todos estos agentes más afectados. Además, seguimos trabajando por extender el régimen de incentivos fiscales de otras industrias culturales en España, como el cine o las artes escénicas, a la producción de videojuegos. También en campañas de concienciación y en herramientas para promover el uso responsable, pues nuestro último deber es velar por el bienestar de todos nuestros usuarios.

Alberto González Lorca
Presidente de AEVI





UN AÑO QUE PEDÍA SENTIDO DE LA RESPONSABILIDAD



El mundo está viviendo una crisis de naturaleza y efectos sin precedentes. Este 2020 ha sido un año cuanto menos atípico, que pedía sentido de la responsabilidad, también a nivel de la industria. Y es que pese a las circunstancias actuales, estos últimos meses han sido muy relevantes para AEVI, tanto por el esfuerzo dedicado como por los logros alcanzados.

A raíz de la crisis del coronavirus, desde AEVI, como principales interlocutores de la industria, venimos instando al Gobierno a apostar decididamente por el videojuego, como sector palanca de la reconstrucción, creando un ecosistema atractivo para la inversión en desarrollo en España, mediante medidas concretas como la extensión de los incentivos fiscales de otras industrias culturales.

Justamente a finales del 2020, el presidente Pedro Sánchez manifestó personalmente el apoyo del Gobierno de España al videojuego, como sector puntero en la economía digital, poniendo en valor su doble vertiente cultural e industrial. De hecho, el videojuego ya figura como uno de los sectores palanca en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En este 2020 hemos reforzado nuestro compromiso como industria en áreas como la inclusión y la accesibilidad. Prueba de ello es la firma del convenio con

la Fundación ONCE, con el fin de desarrollar y difundir iniciativas a favor de la promoción de la accesibilidad universal y la inclusión de las personas con discapacidad en el ámbito de los videojuegos.

Nuestros esfuerzos también han estado enfocados en el campo de la igualdad y la diversidad. Estamos muy satisfechos por haber reactivado el comité de igualdad de AEVI, donde llevamos meses trabajando en la elaboración y publicación de un código ético que refleje los principios básicos que guían a la industria, así como una serie de actividades paralelas en este campo, que anunciaremos próximamente.

Este año, precisamente como consecuencia de la pandemia, hemos trabajado más que nunca en difundir aquellas iniciativas que promueven el uso responsable de los videojuegos. En este sentido, en AEVI hemos podido presentar nuestro proyecto The Good Gamer a Su Majestad la Reina doña Letizia o a la Vicepresidenta segunda y Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño.

Por último, 2020 también ha sido crucial para AEVI a nivel interno. A día de hoy, en AEVI somos ya más de 60 miembros y representamos a más del 90% del consumo en el mercado español y la mayoría de los puestos de trabajo del sector. Además, nuestra organización está integrada por todos los agentes implicados en la cadena de valor del videojuego: desarrolladores, distribuidores, editores, comercializadores, universidades, centros académicos, así como a las principales compañías y ligas de esports.

Estamos convencidos de que hay pocos sectores en los que haya tanto potencial de crecimiento como en el caso del videojuego. Queda mucho por hacer, pero lo que está claro es desde AEVI queremos seguir creciendo, sumando nuevos miembros a la organización y en definitiva, hacer de AEVI la casa de todo el sector.

José María Moreno
Director General de AEVI



02

**La industria
del videojuego en España**

EL VIDEOJUEGO EN 2020



FACTURACIÓN TOTAL

1.747

**MILLONES DE EUROS
FACTURADOS EN 2020**

(+18% RESPECTO A 2019)



Venta Física

790 M€

(745 millones en 2018
subida del 4,8%)



Venta Online

957 M€

(725 millones en 2018)
(incremento del 32%)



EMPLEO EN EL SECTOR

- > En España, el sector del videojuego genera más de 9.000 empleos directos y más de 23.000 empleos indirectos.
- > Impacto directo en la economía de 3.577 millones de euros.
- > Profesionales con licenciaturas en videojuegos, ingeniería de software, diseño.
- > Profesionales de la música, del arte, de la literatura, o la arquitectura y de otros campos creativos.



PERFIL DE LOS JUGADORES

**15.9 MILLONES (8.6 MILLONES DE HOMBRES
+7.3 MILLONES DE JUGADORAS)**



HOMBRES : 54,1%

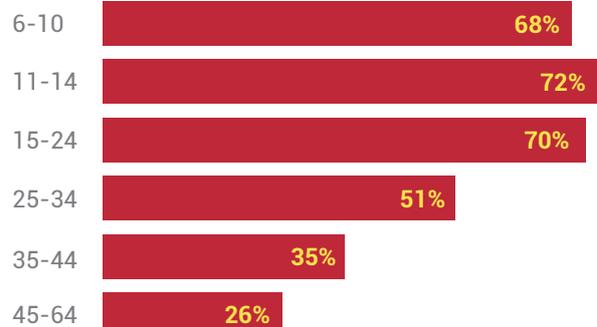


MUJERES : 45,9%



Los españoles dedican una media de **7,5 horas/semana** a jugar a videojuegos

Años



Reino Unido:
12,2 h



Alemania:
8,8 h



Francia:
8,9 h



Italia:
8 h

VENTAS POR UNIDADES

(EN 2020 SE VENDIERON EN UNIDADES):



Videojuegos
8.452.126 (+0,4%)

> Juegos de videoconsola
8.271.886 (+1%)

> Juegos para ordenador
180.260 (-21.7%)



Videoconsolas
1.052.503 (-5,1%)



Accesorios
4.138.497 (+9,8%)



ESPORTS



27 M€
Ingresos en España



62%
de reconocimiento



800
Trabajadores

Entre estos 800 trabajadores, **590** están contratados por equipos profesionales.

Entre estos 590 trabajadores de equipos profesionales, **270** son jugadores profesionales.



UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

THE GOOD GAMER

PROYECTO PIONERO EN EUROPA CON:

- > Beneficios del videojuego
- > Medidas de responsabilidad
- > Decálogo de recomendaciones para los más menores
- > Decálogo de recomendaciones para los padres
- > Video podcasts
- > Infografías

CÓDIGO PEGI

EL SISTEMA DE RECOMENDACIÓN DE USO POR EDADES

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

OBJETIVOS

- > Ofrecer la máxima seguridad y mejores garantías a los usuarios

CONTROL PARENTAL

PRESENTE EN CONSOLAS, DISPOSITIVOS Y PLATAFORMAS

- > Permiten a los padres o tutores seleccionar a qué videojuegos juegan nuestros hijos.
- > Controlar el tiempo de juego.
- > Limitar el acceso a internet.
- > Desactivar cualquier posibilidad de realizar compras.
- > Vigilar las comunicaciones on-line y el intercambio de datos con otros usuarios.

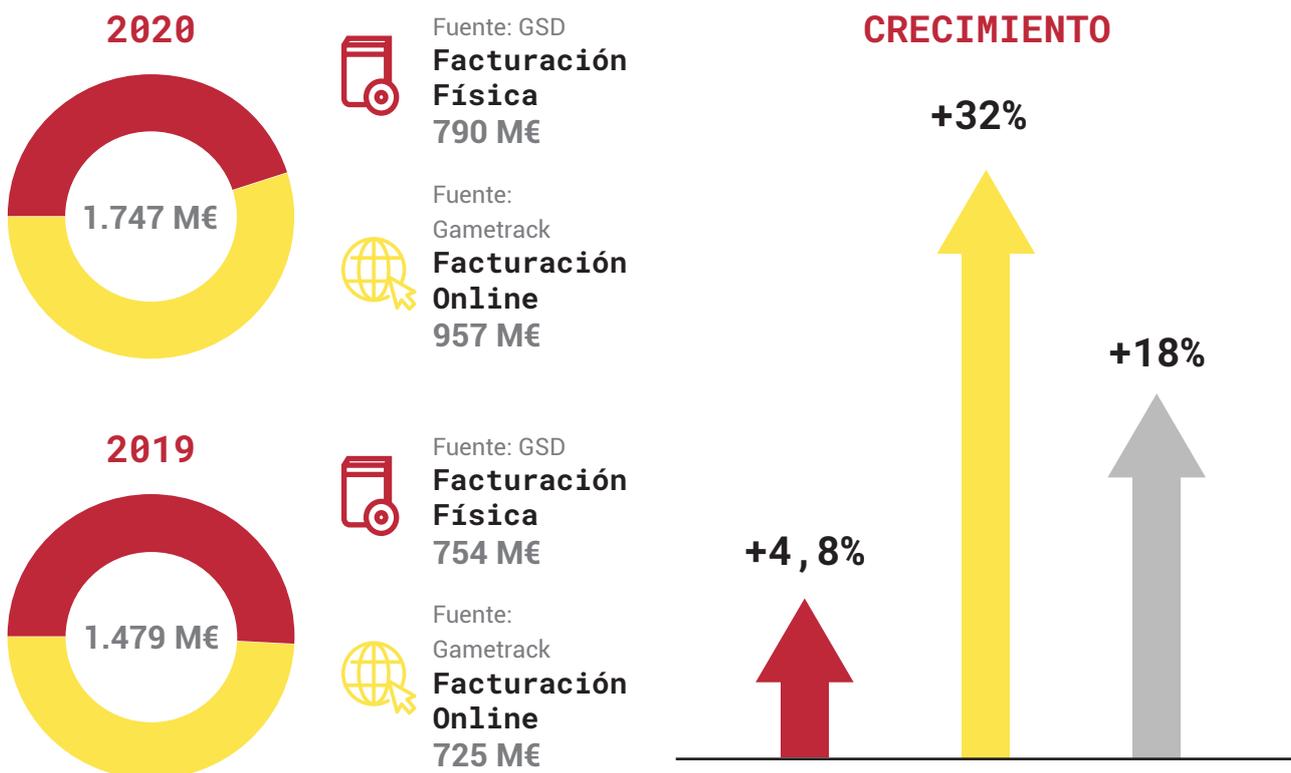
CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN

A FAVOR DEL USO RESPONSABLE DE VIDEOJUEGOS

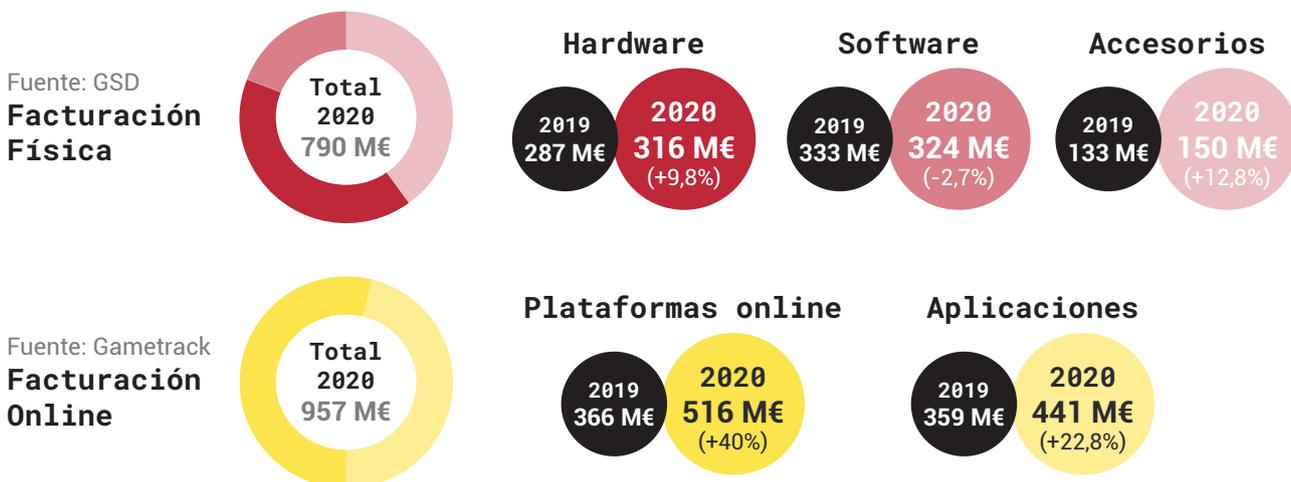
- > Spots en radios y televisión
- > Charlas en colegios y universidades
- > Video podcasts a favor del uso responsable

EL MERCADO ESPAÑOL DEL VIDEOJUEGO

FACTURACIÓN TOTAL

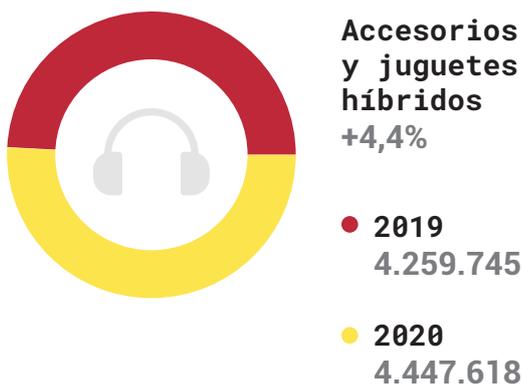
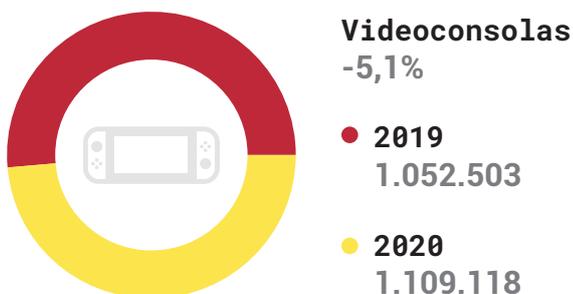
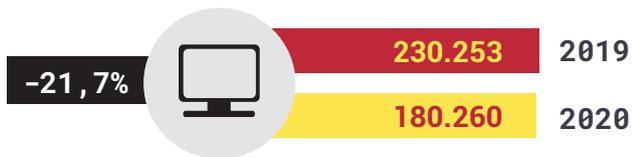
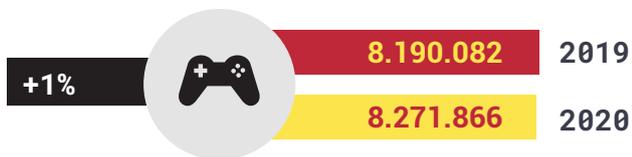
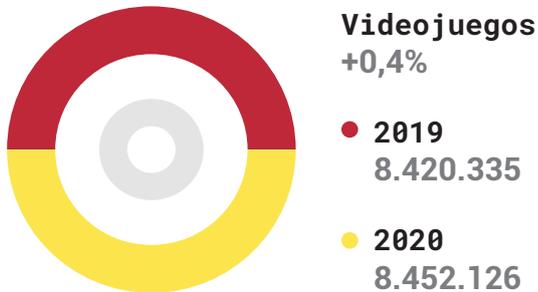


SEGMENTOS DE NEGOCIO



VENTAS POR UNIDADES

Fuente: GSD



GÉNEROS MÁS POPULARES

VENTAS POR UNIDADES

Fuente: GSD

Acción	2.817.536
Aventura	1.115.090
Juegos deporte	1.083.626
Videojuegos de rol	1.022.858
Estrategia	633.070
FPS	610.217
Carreras	539.452
Familiares	404.486
Juegos casuales	77.550
Otros	67.179



VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS

LANZADOS EN 2020

Fuente: GSD (Retail)

- 1 **FIFA 21**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
- 2 **ANIMAL CROSSING: NEW HORIZONS**
NINTENDO (PEGI 3)
- 3 **THE LAST OF US PART II**
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
- 4 **SUPER MARIO 3D ALL-STARS**
NINTENDO (PEGI 7)
- 5 **SPIDER-MAN: MILES MORALES**
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 16)
- 6 **JUST DANCE 2021**
UBISOFT (PEGI 3)
- 7 **ASSASSIN'S CREED VALHALLA**
UBISOFT (PEGI 18)
- 8 **CYBERPUNK 2077**
CD PROJEKT (PEGI 18)
- 9 **GHOST OF TSUSHIMA**
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
- 10 **HYRULE WARRIORS: AGE OF CALAMITY**
NINTENDO (PEGI 12)
- 11 **CALL OF DUTY: BLACK OPS COLD WAR**
ACTIVISION BLIZZARD (PEGI 18)
- 12 **FINAL FANTASY VII REMAKE**
SQUARE ENIX (PEGI 18)
- 13 **NBA 2K21**
2K SPORTS (PEGI 3)
- 14 **PAPER MARIO: THE ORIGAMI KING**
NINTENDO (PEGI 7)
- 15 **DRAGON BALL Z: KAKAROT**
BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT (PEGI 12)
- 16 **51 WORLDWIDE GAMES**
NINTENDO (PEGI 3)
- 17 **MARVEL'S AVENGERS**
SQUARE ENIX (PEGI 16)
- 18 **POKEMON MYSTERY DUNGEON: RESCUE TEAM DX**
NINTENDO (PEGI 7)
- 19 **RESIDENT EVIL 3**
CAPCOM (PEGI 18)
- 20 **F1 2020**
CODEMASTERS (PEGI 3)

EN 2020

Fuente: GSD (Retail)

- 1 **FIFA 21**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
- 2 **GRAND THEFT AUTO V**
ROCKSTAR GAMES (PEGI 18)
- 3 **ANIMAL CROSSING: NEW HORIZONS**
NINTENDO (PEGI 3)
- 4 **THE LAST OF US PART II**
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 18)
- 5 **FIFA 20**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
- 6 **MARIO KART 8 DELUXE**
NINTENDO (PEGI 3)
- 7 **MINECRAFT: NINTENDO SWITCH EDITION**
MOJANG (PEGI 7)
- 8 **RED DEAD REDEMPTION 2**
ROCKSTAR GAMES (PEGI 18)
- 9 **SUPER MARIO 3D ALL-STARS**
NINTENDO (PEGI 7)
- 10 **SUPER MARIO ODYSSEY**
NINTENDO (PEGI 3)
- 11 **ASSASSIN'S CREED VALHALLA**
UBISOFT (PEGI 18)
- 12 **POKEMON SWORD**
NINTENDO (PEGI 7)
- 13 **THE LEGEND OF ZELDA: BREATH OF THE WILD**
NINTENDO (PEGI 12)
- 14 **RING FIT ADVENTURE**
NINTENDO (PEGI 3)
- 15 **SUPER MARIO PARTY**
NINTENDO (PEGI 3)
- 16 **SPIDER-MAN: MILES MORALES**
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT (PEGI 16)
- 17 **JUST DANCE 2021**
UBISOFT (PEGI 3)
- 18 **LUIGI'S MANSION 3**
NINTENDO (PEGI 7)
- 19 **MINECRAFT**
MOJANG (PEGI 7)
- 20 **CYBERPUNK 2077**
CD PROJEKT (PEGI 18)



Perfil de los videojugadores españoles

PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES ESPAÑOLES

NÚMERO TOTAL DE VIDEOJUGADORES EN 2020

Fuente: GameTrack

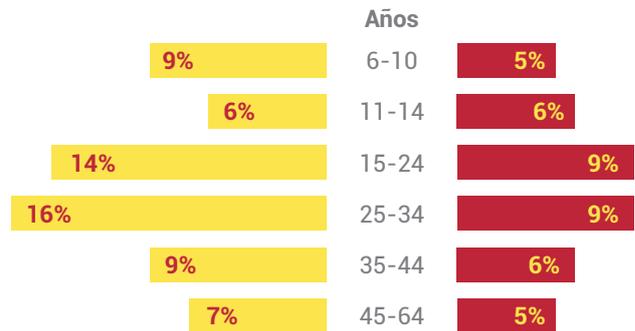


Hombres
54,1



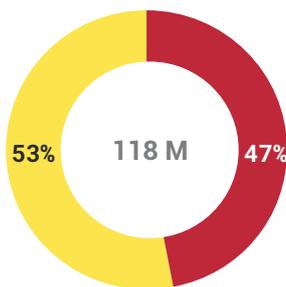
Mujeres
45,9

15,9
MILLONES DE
VIDEOJUGADORES
(47% de los españoles
entre 6 y 64 años)

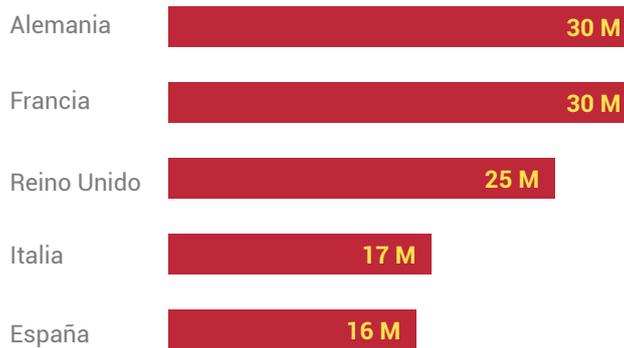


MUJERES EL EN SECTOR DEL VIDEOJUEGO

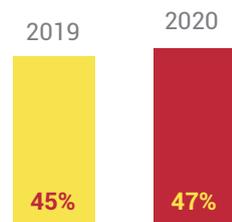
EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EUROPEOS, CASI LA MITAD DE LOS JUGADORES DE VIDEOJUEGOS ERAN MUJERES, Y CERCA DEL 40% DEL GASTO EN VIDEOJUEGOS PUEDE ATRIBUIRSE A MUJERES.



Jugadores por país -
División global por
géneros



Jugadores de videojuegos de 6 a 64 años



Casi la mitad de las personas que afirmaron jugar a videojuegos en 2020 se identificaron como mujeres (47% en 2020 frente a un 45% en 2019).

DISPOSITIVOS MÁS UTILIZADOS



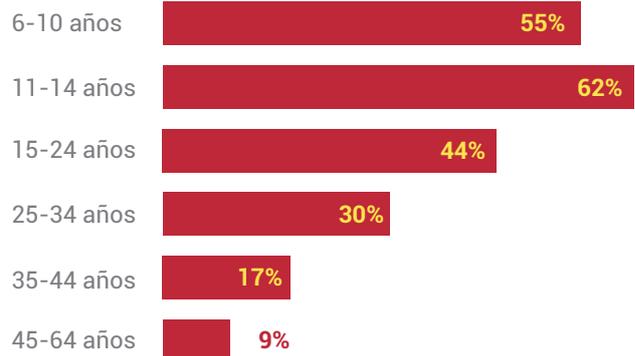
FRECUENCIA DE JUEGO



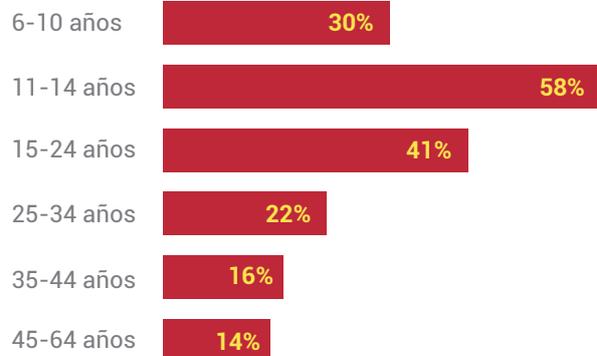
MILLONES DE VIDEOJUGADORES

DISPOSITIVOS UTILIZADOS POR CADA FRANJA DE EDAD DE LOS USUARIOS

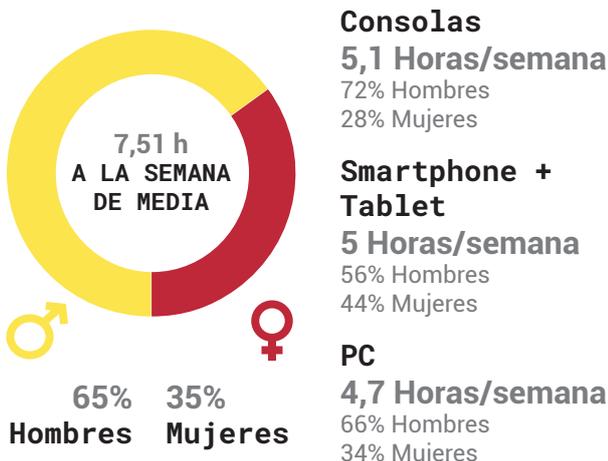
Consolas



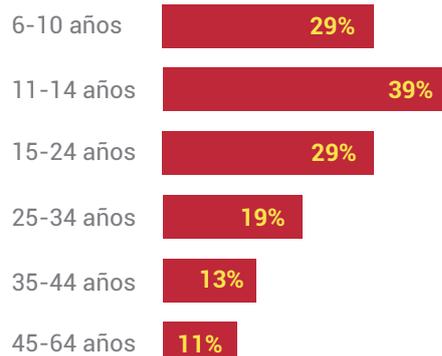
Smartphone + tablet



TIEMPO DE JUEGO



PC



04

**Visión de
las compañías**



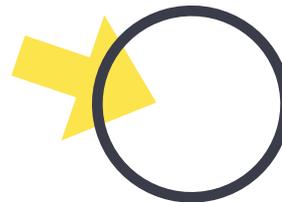
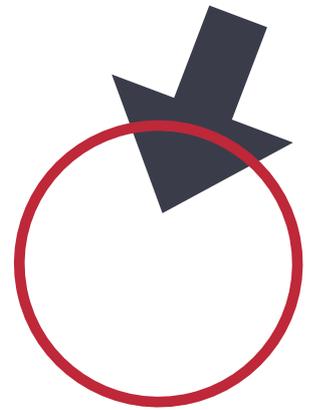
ACTIVISION BLIZZARD

2020 ha sido un año lleno de retos, en el que nuestra misión de conectar a través de experiencias de entretenimiento épicas ha cobrado más importancia que nunca. Estamos muy orgullosos de haber conseguido que 400 millones de jugadores en 190 países hayan disfrutado durante el último año de una experiencia de juego única con nuestras franquicias. En 2020 hemos introducido nuevas maneras de que los jugadores conecten y encuentren su comunidad, especialmente en Call of Duty®, con el lanzamiento de Warzone que ha sido un hito para la franquicia. El juego ha tenido una gran acogida por parte de la comunidad, lo cual nos demuestra que nuestra estrategia y los esfuerzos hechos por nuestros equipos de desarrollo han sido los correctos. Además, seguimos celebrando el éxito de Call of Duty® Mobile, que ha conseguido nada más y nada menos que 300 millones de descargas en su primer año.

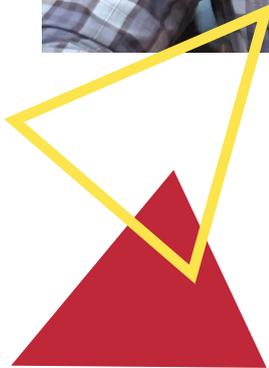
Un año especialmente importante para nosotros, ya que hemos puesto a disposición de los jugadores dos juegos de franquicias muy queridas: Crash Bandicoot™ 4 It's About Time, la secuela a la trilogía original de hace décadas, y Tony Hawk's™ Pro Skater™ 1+2. En noviembre también celebramos el exitoso lanzamiento de World of Warcraft®: Shadowlands, que vendió 3,7 millones de copias en su primer día.

En cuanto al futuro, afrontamos los próximos años con una postura optimista que refuerza nuestro compromiso de ofrecer la mejor experiencia posible a todos los públicos, con el objetivo de que disfruten y conecten a través de múltiples plataformas.

Carlos Pombo Silva
Senior Director & General Manager Iberia



ARTAX GAMES



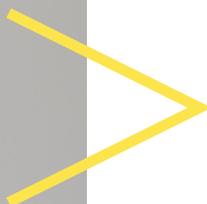
Si hay que hablar de lo que ha sido 2020 para Artax Games, es imposible no hablar de lo que ha sido 2020 para todos: Un año duro, donde hemos tenido que aprender a trabajar de otra manera sobre la marcha, y a mantener la motivación alta independientemente de lo que estuviera pasando en España en cada momento. Ante la situación de pandemia decidimos implantar el teletrabajo varias semanas antes de que las medidas adoptadas por el gobierno lo hicieran obligatorio. A pesar de todo esto, 2020 ha sido un buen año para Artax Games: Ha supuesto nuestra consolidación dentro de la industria de los videojuegos y hemos abierto nuevas líneas de negocio que pensamos seguir explorando. Al desarrollo para terceros, que siempre fue nuestro motor principal y, junto con los proyectos propios, la vocación con la que nacimos hace ya más de cinco años, se han sumado ahora otras dos líneas: La publicación de juegos de otras compañías en consolas acutando como publisher independiente, y el porting para terceros a todas las plataformas. Todas estas líneas está funcionando a pleno rendimiento y nos han permitido diversificar nuestro negocio y consolidar nuestra posición. Pero no sólo eso, ambas líneas nos permiten además conocer a otros estudios, colaborando en su éxito haciendo de nuestra actividad una experiencia mucho más enriquecedora.

Por todo ello, y con un equipo sólido que ya ha demostrado ser capaz de superar toda clase de retos en cualquier situación, afrontamos el 2021 con mucha ilusión. Si 2020 ha sido un año de consolidación, esperamos que 2021 sea un año de crecimiento, en el que seguir forjando alianzas con nuevos partners y fortalecer las que ya tenemos, para seguir un camino que, a pesar de lo andado, no ha hecho más que comenzar.

Jesús Luengo

CEO & Game Producer en Artax Games





ATLAS INFORMÁTICA



2020 ha marcado un importante hito en la historia de nuestro grupo, Atlas Informática. Este ha sido un emocionante año cargado de numerosos retos en un extraordinario panorama en el que hemos ampliado y reforzado el catálogo de nuestras diferentes marcas propias, Nox, Ozone, Krom y Drift. A lo largo de este año hemos continuado reforzando nuestra red de comercialización, tanto mediante las principales figuras de retail como del ecommerce español, cuidando el ecosistema al completo, obteniendo excelentes resultados, creciendo un 41 % en 2020. También hemos continuado apostando por nuestra tienda online multimarca, Versus Gamers, integrada por un equipo con un elevadísimo conocimiento del mercado que permite ofrecer un cuidado catálogo y nos brinda la oportunidad de comercializar marcas en exclusiva. Por otra parte, la sólida estrategia digital que hemos llevado a cabo en Atlas Informática nos ha permitido aumentar nuestra venta online un 57 %, lo que supone ya el 60 % del total de nuestra compañía.

Comprometidos desde nuestros inicios con la comunidad gaming y el esports, a lo largo de 2020 hemos ampliado nuestras alianzas con referentes de los principales eventos y competiciones del sector, así como impulsado iniciativas con el apoyo de múltiples instituciones, consolidando la confianza de la industria. Reconocimientos como el Premio al Liderazgo en Desarrollo de Productos Tecnológicos recibido en los II Premios de Andalucía nos reafirman en que todo el esfuerzo que venimos realizando merece la pena y que nos encontramos en el camino adecuado. Empezamos 2021 con la ilusión de siempre y con muchísimas ganas, cargados de nuevas y revolucionarias ideas con las que seguir innovando y evolucionando para poder continuar ofreciendo la mejor experiencia de juego.

Virginia Calvo Gómez
Propietaria y CEO de Atlas informática



BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT

Sin duda, la pandemia global del COVID-19 ha marcado un antes y un después a todos los niveles a la industria del videojuego este pasado 2020. No obstante Bandai Namco, gracias a su rapidez y flexibilidad para adaptarse a los cambios, ha conseguido no solo cerrar un año positivo, sino mostrar un increíble crecimiento en ventas, tanto en formato físico como en digital.

Nuestra visión de la industria a nivel local e internacional y la estrategia marcada desde Japón, reforzada por nuestro equipo local, nos siguen avalando año tras año como referentes tanto en distribución de otros títulos para otras compañías y estudios, creadores de nuevas IPs de éxito, como Little Nightmares, cuya segunda entrega ha superado el éxito de su predecesora y dando apoyo al talento local, uno de los pilares fundamentales para seguir haciendo crecer la industria y fortalecer el futuro de los videojuegos.

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



BINARYBOX STUDIOS

El pasado año 2020 ha sido un año con dificultades extra para los pequeños desarrolladores de videojuegos. Sin duda, nos hemos reinventado en muchos aspectos y hemos cambiado la manera en la que nos relacionamos entre nosotros. El mundo online, tanto para ocio como para socializar, nunca ha tenido tanta relevancia como ahora. La realidad virtual, nuestra especialidad, nunca ha tenido más sentido.

Desde Binarybox Studios afrontamos un 2021 como un año lleno de nuevas oportunidades en el que vamos a crear nuevas conexiones con los principales actores de nuestro alrededor. También, como un año en el que vamos continuar siendo palanca de cambio para que muchas otras empresas puedan trabajar mejor y más productivamente gracias a las tecnologías inmersivas.

Francisco (Paco) Calatayud Aguiar
Director



creanavarra
centro superior
de diseño

CREANAVARRA

Es una realidad que la industria del videojuego se encuentra en un continuo crecimiento y necesita de personal cualificado para cubrir una serie de perfiles que demanda la industria. Creanavarra, como Centro Superior de Diseño, se afana año tras año en nutrir al mercado con los profesionales que la industria precisa.

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

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



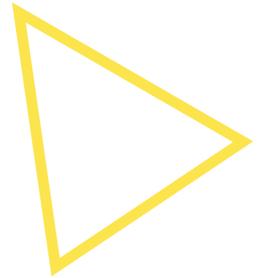
DRAKHAR STUDIO

Drakhar Studio ha tenido en este 2020 un año de estabilización y crecimiento tras el traslado del estudio desde Madrid a Santa Cruz de Tenerife. Un movimiento que para una empresa de nuestro tamaño en ese momento era algo audaz y que nos suscitaba muchas dudas se ha convertido en un gran valor de mejora de cara a nuestros clientes ya que gracias a los mejores incentivos fiscales de las Islas Canarias nos ha permitido mejorar en competitividad. Durante este último año, se ha lanzado al mercado Patrulla Canina 2 con un gran recibimiento por parte de la crítica y sobre todo del público infantil mientras seguimos desarrollando nuevos productos para su lanzamiento durante 2021.

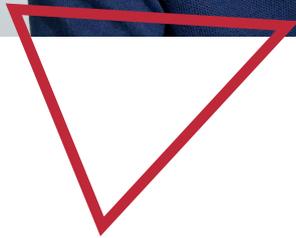
Y también hemos aumentado nuestros contactos y relaciones con las instituciones locales y autonómicas para intentar conseguir mejorar las condiciones del sector del videojuego en las Islas Canarias donde el sector de la animación ya está aposentado desde hace varios años e intentar conseguir replicar su proceso de crecimiento.

Luis Torres García
CEO de Drakhar Studio





ELECTRONIC ARTS



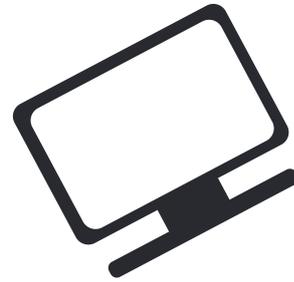
Será difícil olvidar un año como el vivido en 2020, no sólo por la extrema dificultad a la que hemos tenido que hacer frente como sociedad, como individuos, y como industria; una dificultad que ha deteriorado nuestra economía, una gran parte de nuestros negocios, y ha alterado nuestras vidas de una forma que no habíamos conocido la mayoría de nosotros. Pero también ha sido un año de superación, un año en el que todos nos hemos visto en la necesidad de evolucionar, y hacerlo de forma ágil y rápida para poder cumplir con los compromisos que habíamos adquirido. Desde EA nos sentimos en este sentido orgullosos por haber conseguido prestar nuestros servicios con regularidad y dar continuidad a los lanzamientos que teníamos planificados. Hemos visto como las restricciones de movilidad han hecho que muchas personas optaran por los videojuegos como una forma de conectar con otros, como una forma de amenizar tantas horas en casa, nos sentimos en este sentido unos privilegiados por haber sido elegidos, y no podemos más que estar agradecidos, pues es el mejor reconocimiento que puede tener el trabajos de todos nuestros equipos. ¡Gracias! De 2020 nos quedaremos con todo lo aprendido, con la fortaleza que nos ha hecho evolucionar y crecer. Y con el saber encontrar soluciones cuando parece que no las hay.



Néstor Pequeño

Country Manager IBERIA – Electronic Arts





ESL

2020 ha sido un año marcado por la COVID. Para ESL, la realidad de lo que iba a ser este año llegó pronto, el 27 de febrero de 2020, cuando el gobernador de Silesia anunció que no podría haber público en las finales de la Intel Extreme Masters de Katowice. Lejos de frustrarnos, entendimos desde el primer momento que la realidad que vivíamos hacía necesario un ejercicio de responsabilidad tanto para el público como para los propios empleados.

Durante el año pasado hemos adaptado nuestro modelo, poniendo el foco aún más en dos partes muy importantes del negocio para nosotros, como son nuestra plataforma de competición online ESL Play y las retransmisiones de nuestras competiciones profesionales, tanto internacionales, que duplicaron el número de visualizaciones, como de nuestra competición nacional ESL Masters, que triplicó los datos con respecto al año anterior. Aunque hayamos perdido la parte física de los eventos, el increíble crecimiento de ESL Play, con récord de jugadores en 2020 y un crecimiento de un 189% en España, así como la gran acogida de nuestra ESL Masters, que volvió a ser la competición de referencia de CSGO en la Península Ibérica, gracias a su conexión con el circuito internacional de ESL, nos han permitido conectar con el público en un momento en el que era muy necesario llevar un poco de diversión y entretenimiento a la gente a través de las redes. Estamos deseosos de que 2021 nos permita volver a los eventos con público que tanto echamos de menos, pero no tenemos prisa. Volveremos en cuanto se pueda, con más competiciones online y eventos físicos que nunca.

Unai Muñoz Dos Santos
General Manager ESL Spain



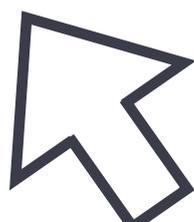
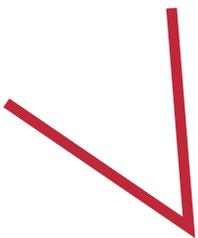
ESNE

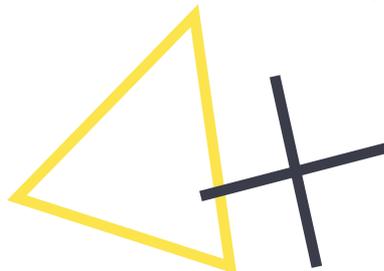
En 2020 se cumplieron 10 años de la creación en ESNE del grado oficial en Diseño y Desarrollo de Videojuegos, siendo la primera carrera oficial universitaria en España en este ámbito. Este hecho situó a nuestro país al mismo nivel que Gran Bretaña, Francia o Estados Unidos, donde estas titulaciones ya tenían un recorrido de varios años. Asimismo, estableció un hito innegable a nivel institucional: una industria como la del videojuego merecía y merece una formación reglada en el ámbito universitario. La premisa del Grado es la de formar profesionales altamente cualificados que contribuyan a hacer crecer el tejido productivo. Por ello, ESNE mantiene constante relación con la industria, a través de alianzas con las principales empresas del ramo y con asociaciones como AEVI, además de contar en su claustro docente con profesionales del sector en activo.

En el área de la investigación y la innovación, ESNE ha realizado una fuerte apuesta, colaborando con empresas y universidades en proyectos estatales y europeos relacionados con educación, sanidad, ingeniería... donde las tecnologías propias del videojuego están revolucionando la forma de enfocar los problemas que la sociedad del siglo XXI deberá resolver.

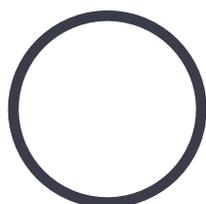
David Alonso

Director del Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos de ESNE





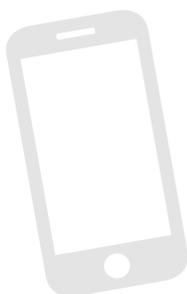
EVAD



2020 ha sido un año donde, más que nunca, la formación ha sido uno de los pilares fundamentales. Desde EVAD hemos trabajado para que nuestros alumnos hayan podido completar sus estudios en creación de videojuego, con una espectacular respuesta por parte de los estudiantes. Los estudiantes han puesto todo su esfuerzo e ilusiones para crecer como profesionales, dando como resultado increíbles proyectos.

Además, desde la escuela hemos seguido apostando por la formación, el emprendimiento y la salud con la apertura del Campus Tecnológico EVAD, un espacio único en nuestro país para crear nuevos profesionales y tejido industrial.

Miguel Ramon Fernández
Director Formativo



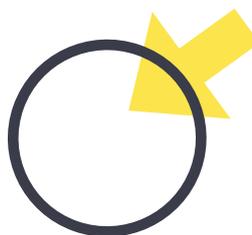


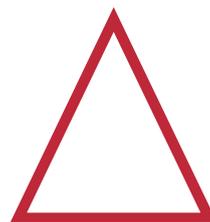
FLORIDA UNIVERSIT RIA

Florida Universit ria forma parte de Florida Grup Educatiu, un centro dedicado a la formación a lo largo de la vida. Desde hace varios años hemos venido desarrollando un conjunto de titulaciones dentro del ámbito de los videojuegos que cubren las distintas etapas formativas desde la Formación Profesional a la Universitaria, contando con el Ciclo de Grado Superior de Animación 3D, Juegos y Entornos Interactivos, el Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos y Experiencias Interactivas y un Máster en Arte para Videojuegos. Todo ello constituye un itinerario formativo completo para aquella persona que quiere dedicarse profesionalmente a este ámbito. En el ciclo de grado superior formamos a 150 alumnos cada año entre los dos cursos que constituyen la titulación, con gran éxito en lo que al acceso al mundo laboral se refiere, contando con exalumnos que han conseguido integrarse en las filas de empresas de gran prestigio y tomando parte en diversos concursos, siendo seleccionados sus proyectos en varias ocasiones por la iniciativa PlayStation Talents.

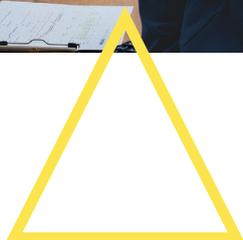
En cuanto al grado actualmente, a un año de terminar la primera promoción, formamos a más de 130 alumnos con diferentes perfiles que aprenden tanto a desarrollar experiencias interactivas desde los diferentes ámbitos: artístico, científico, tecnológico y de negocio, lo cual contribuye a que los egresados tengan una formación integral. El máster de arte para videojuegos aborda la parte más profesionalizadora del área, contando con expertos del sector que imparten habitualmente sus masterclass aportando un contacto directo con el tejido empresarial y la realidad del sector. Existe además una línea de investigación relacionada con videojuegos y, en concreto, un proyecto en marcha acerca de "eSports y neuroentrenamiento" que es abanderada por docentes del claustro de profesores del grado en cuestión y que, sin duda, complementará la formación y preparación de la unidad y que revertir  en diversas asignaturas de todas las titulaciones relacionadas. Este año además se ha iniciado la participación de nuestros alumnos en la plataforma "The rookies" orientada a mejorar su portfolio y, por tanto, aumentar sus posibilidades de networking y de mejor posicionamiento como inminentes profesionales del ámbito de los videojuegos. Como podemos comprobar, todo est  siendo orientado a constituir un itinerario formativo completo que permita al alumno hacer de su pasión su profesión.

Rosa María Medina Verdet
Responsable Unidad TIC





GALIGAMES

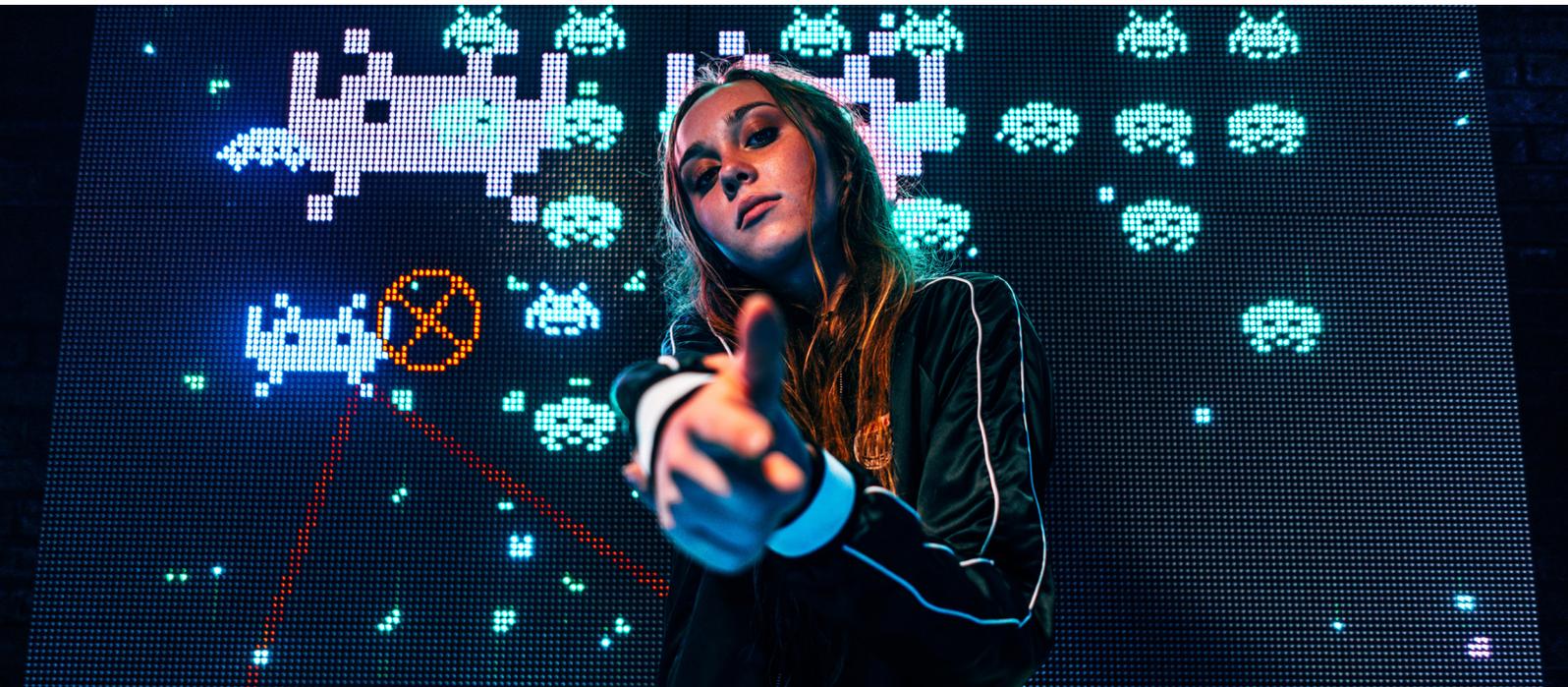


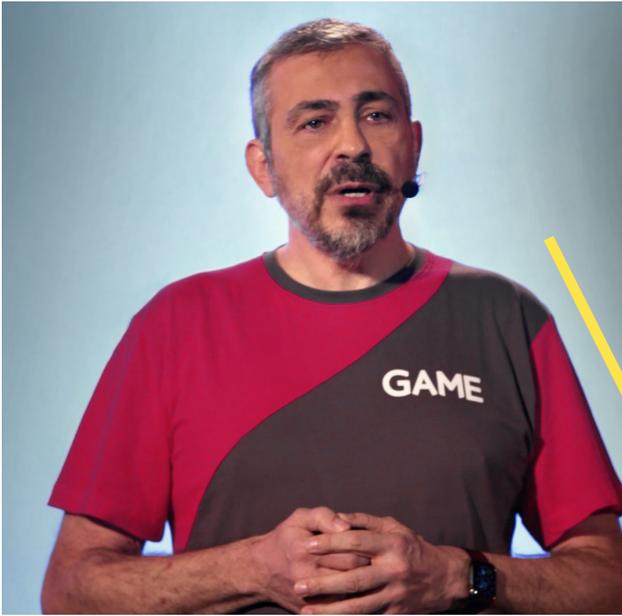
GaliGames arrancó su actividad en 2020 con el lanzamiento de una plataforma online para campeonatos en directo de videojuegos tipo Aventura Gráfica y Escape Room, www.e-escaperoom.com, y celebró su primera competición, el International Champion Escape: El SecRETO de Verne, con una app de desarrollo propio.

El objetivo para el 2021 es hacer crecer e-EscapeRoom, con la celebración de más campeonatos, tanto de juegos diseñados por GaliGames como de otros desarrolladores, para los que la plataforma pretende ser un espacio de proyección.



Jorge Martínez
CEO





GAME



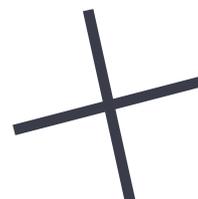
GAME

Este año 2020 ha sido un año duro. Muchos sectores han sufrido las consecuencias, pero especialmente, el sector retail. Desde GAME hemos tenido que trabajar a contrarreloj para adaptarnos, evolucionar y ofrecerles a nuestros clientes los mejores servicios, medidas de seguridad y compromiso. Hemos reforzado más que nunca nuestra omnicanalidad, mejorado la experiencia de compra online y adaptando nuestras tiendas para que nuestros clientes pudieran seguir disfrutando de nuestros productos.

Pero, aunque este año haya sido tan complicado, me siento afortunado. Afortunado por el esfuerzo de cada uno de los trabajadores de GAME. Afortunado por el apoyo de las compañías que confían en nosotros para distribuir sus productos. Afortunado por los grandes lanzamientos que hemos tenido, ofreciéndonos una nueva generación y, con ella, un futuro esperanzador. Y, sobre todo, afortunado por unos consumidores que nos han apoyado y han seguido confiando en GAME más que nunca en estos tiempos tan difíciles. Estos meses han demostrado que el entretenimiento es más necesario que nunca, que los videojuegos pueden ser imprescindibles en momentos tan difíciles, y desde GAME siempre trabajaremos por ofrecérselo mediante los mejores profesionales y servicios.

Pablo Crespo García
Director General

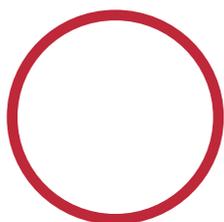




GAMMERA NEST



2020 ha sido un año complejo para los pequeños desarrolladores de videojuegos. Muchos de nosotros nos hemos visto enfrentados a la pérdida de clientes, que es un factor importante en nuestro balance de ingresos pero así mismo, nos hemos visto muy reconfortados, pensado que somos uno de los sectores menos perjudicados por la crisis global y, aún es más, que tenemos la oportunidad de contribuir con nuestras obras a hacer menos duras las horas de confinamiento y aislamiento social. Creo que hemos demostrado que, grandes y pequeños de la industria, podemos hacer un poco más feliz la vida de muchas personas en estos tiempos complejos.



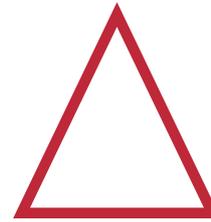
Como Gamera Nest, este año hemos crecido y ampliado nuestra gama de productos así como las miras hacia nuevos horizontes: No solo el videojuego sino también la posibilidad de proyectos literarios y series de televisión. Buscamos innovar y rodearnos de otras empresas y talentos que nos permitan crecer a todos y fortalecer la industria. Creemos que 2021 será el año de consolidar todas nuestras expectativas y utilizar nuestra experiencia acumulada en estos 10 años para demostrar de lo que es capaz el sector del videojuego en España. Espero que muchos desarrolladores busquen en nosotros inspiración y ayuda.

Daniel Sánchez Mateos
Director de Gamera Nest

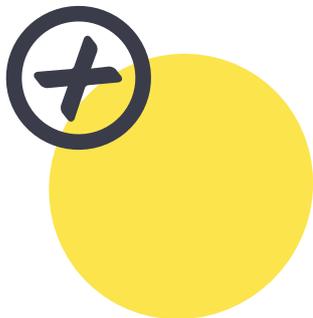




GGTECH
ENTERTAINMENT



GGTECH



Para GGTECH Entertainment ha sido muy importante, continua la expansión en Europa donde ya estamos presentes directamente en 6 países (Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Portugal y Polonia) y ha sido el año de comienzo de la actividad en Iberoamérica con headquarter en Ciudad de México y activando competiciones en México, Argentina y Brasil. Todo ello ha contribuido a que seamos la empresa de habla Hispana con mayor número de Acuerdos, crecimiento y evolución en el ecosistema de los Esports. Conjuntamente con IFEMA hicimos posible que en el año que ha terminado (año 2020) se celebrara el evento más importante en España de Esports. GAMERGY, un evento que en esta ocasión tuvo una duración de 7 semanas, con un extenso programa no solo en el ámbito competitivo, logrando un alto nivel de participación y audiencia.

Desde el punto de vista competitivo, hemos ampliado la actividad al ámbito Amateur y Profesional, hemos gestionado y operado 23 Competiciones, entre ligas Propias y Ligas Licenciadas. Por supuesto, como consecuencia del Covid-19 nos hemos visto afectados en una actividad muy importante como han sido los eventos presenciales, activaciones de marca físicas, etc. ... no obstante a nivel de participación se ha incrementado debido a la gran accesibilidad que proporciona el mundo online. Ha sido un año muy especial para GGTECH pues ya estamos presentes en dos continentes con un fantástico Equipo de más de 130 personas y que nos ha permitido analizar y valorar otras muchas oportunidades que serán una realidad en el 2021.

Alberto Martín
Chief Revenue Officer



KOCH MEDIA



KOCH MEDIA



En Koch Media estimábamos que 2.020 iba a ser un año de cambios, pensando en la llegada de la nueva generación, sin embargo no fue ese el único reto al que nos enfrentamos. El mundo ha cambiado y la industria del videojuego también, pero no nos hemos olvidado de nuestra misión: proveer de entretenimiento a nuestros consumidores. Y lo hemos hecho con títulos como Final Fantasy VII Remake, Resident Evil 2 HD, Persona 5 Royal, Doom Eternal, F1 2020, Dirt 5, Fairy Tail, Bob Esponja, Let's Sing 13... Todos ellos y muchos más junto a un fondo de catálogo muy sólido y con la venta de accesorios y artículos relacionados con el videojuego (merchandising, publicaciones, etc), han vuelto a hacer de Koch Media la distribuidora independiente número 1 de nuestro país.

En 2021, desde Koch Media seguiremos ofreciendo lo que mejor sabemos hacer: entretenimiento.

Oscar del Moral Negugogor
Consejero Delegado – Koch Media SLU





LIGA DE VIDEOJUEGOS PROFESIONAL

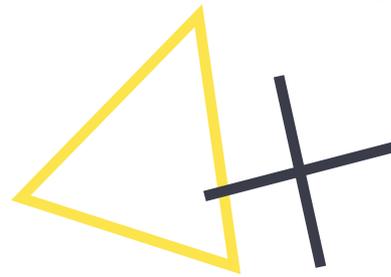
2020 pasará a la historia como el complicado año del coronavirus. Sin embargo, en LVP (Grupo MEDIAPRO) queremos quedarnos con que los eSports ayudaron a decenas, centenares de miles de personas a vivir de una forma más amena el confinamiento y la limitación de las actividades. En un año difícil para todos, LVP se volcó por completo para seguir operando con la máxima calidad todas las competiciones que organizaba, impulsó nuevas iniciativas solidarias y desarrolló nuevos torneos de juegos que se convirtieron en un éxito. El esfuerzo mereció la pena, ya que los aficionados habituales siguieron apoyando competiciones como la Superliga de League of Legends, y miles de nuevos espectadores se sumaron a nuestras retransmisiones: LVP cerró el año con el récord de 56 millones de espectadores acumulados en todo el mundo, el 43% más que en el 2019, entre todas las competiciones que organiza.

Pero no nos conformamos, queremos afianzar a los eSports como una opción más de entretenimiento y que sean consumidos en internet o en televisión gracias a UBEAT. El sector tiene aún mucho camino por recorrer, y LVP seguirá trabajando para consolidar el ecosistema en todos los países en los que opera, desarrollando nuevas competiciones, expandiendo su presencia a nuevos mercados siempre que sea posible y operando para grandes publishers llevando la emoción de los eSports a todos los hogares.

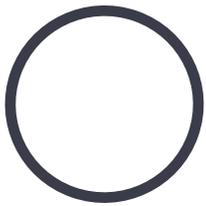
Jordi Soler
CEO



mindiff

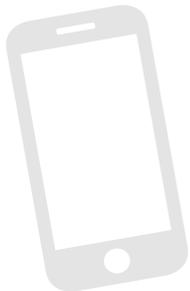


MINDIFF



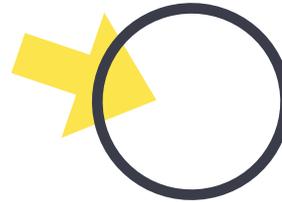
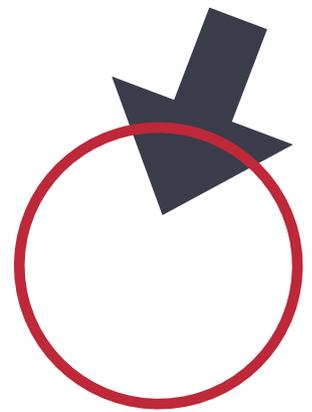
Mindiff es una empresa que innova y desarrolla videojuegos con dos líneas de negocios: a) Tecnología propia para el Desarrollo de videojuegos. b) The Immortal Mystics, el videojuego del género MOBA. Por un lado, hemos desarrollado Plague 2.0, un Engine especializado en realización de Moba, RTS y RPG...especialmente en Moba, en distintas plataformas.

Por otro lado, nuestro juego, The Immortal Mystics, está llegando a su fase final de desarrollo y esperamos el lanzamiento en 2021. Se lanza primero en pc y después valoramos otras plataformas, como los móviles. Han sido varios años intensos de trabajo, con hasta 60 personas trabajando en el desarrollo.



Juan Gonzalez Cuin
Director de Desarrollo de Negocios





NINTENDO

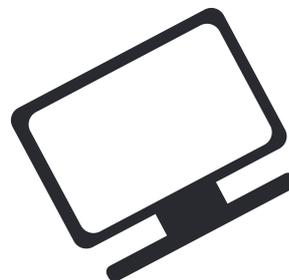
2020 ha marcado la entrada de Nintendo Switch en la mitad de su ciclo de vida y sus ventas han crecido significativamente durante su cuarto año en el mercado, hasta superar los 80 millones de unidades en el mundo. En estos cuatro años, el catálogo de la consola se ha expandido, ofreciendo contenidos que pueden ser disfrutados por un gran número de usuarios. Un ejemplo claro es "Animal Crossing: New Horizons", lanzado en marzo de 2020, que despertó el interés de muchos consumidores por Nintendo Switch, lo que se tradujo en un volumen importante de ventas para la consola. Pero en 2020 también celebramos otro hito: los 35 años de nuestro personaje más icónico, Super Mario, cuya longevidad no hace si no confirmar el buen estado de salud de una industria cada vez más importante en España.

Estamos inmersos en la industria del entretenimiento y tanto los contenidos, como los gustos de los consumidores, se han diversificado muchísimo en los últimos años, haciendo aún más real la premisa de que el éxito no está garantizado para ninguna empresa. Desde el convencimiento de que el valor real del entretenimiento yace en su originalidad, en Nintendo seguiremos arriesgando en nuestras propuestas, centrados en cumplir nuestra misión de ofrecer experiencias de juego únicas e innovadoras con las que despertar sonrisas en la cara de nuestros usuarios.

Antonio López López

Director General de Nintendo Ibérica, S.A.U.

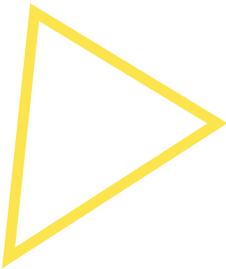




OPEN HOUSE GAMES



Para Open House Games, 2020 ha supuesto la culminación de dos años de trabajo con la presentación del juego "A Tale of Paper" en PS4. Nuestro pequeño estudio independiente ha sorteado las dificultades del año pandémico logrando no solo un amplio reconocimiento entre jugadores, medios especializados y premios internacionales (Epic Mega Grant, segundo lugar en Nordic Game Discovery Contest), sino incluso apareciendo en la cuenta oficial de PlayStation en youtube como juego destacado.



Afrontamos el año 2021 con energía, con el lanzamiento para el resto de plataformas (Xbox, Nintendo Switch, Steam) impulsados por un publisher internacional. Continuamos trabajando con entusiasmo para seguir con el ritmo creciente, buscando nuevas oportunidades y retos para nuestro estudio.

Joan Francesc Bañó
Socio de Open House Games





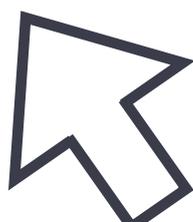
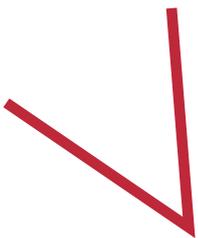
ORENJI GAMES

Hemos vivido un 2020 muy marcado por el COVID, nos hemos tenido que adaptar a muchas reuniones telemáticas, a eventos online y lo más importante a las limitaciones a la hora de trabajar en equipo. En nuestro caso fue un año muy difícil, aunque sacamos un juego para PC y consolas en el verano de 2020.

A finales de 2020 y durante este año, estamos viendo que grandes compañías están cancelando o alargando en el tiempo sus proyectos. Si ellos, que son grandes compañías se están viendo afectadas, nosotros que somos un estudio indie que dependemos en algunos casos de ellos, nos está afectando mucho más. Deseamos volver pronto a la normalidad, porque para estudios indie como el nuestro, el no obtener ingresos extra de cualquier tipo, como puede ser outsourcing o trabajos para empresas de otros sectores, puede llevar al cierre de muchos estudios. Esperemos que este año se busquen algún tipo de ayudas, como salieron hace un par de años, las ayudas de Red.es, que beneficiaron a unos cuantos estudios permitiéndoles desarrollar un videojuego con la tranquilidad e independencia de no necesitar ayudas de terceros para poder finalizar el proyecto.

Gabriel Torres Picher

CEO y Cofundador, Orenji Games Entertainment





OUTRIGHT GAMES



Los estudios de desarrollo en España juegan un papel clave de los planes de crecimiento de Outright Games. Los estudios con los que trabajamos han ofrecido constantemente interpretaciones creativas de marcas mundialmente reconocidas, superando en la actualidad los 5 millones de unidades vendidas en todo el mundo. En adición, Outright Games tiene 15 juegos en desarrollo en 7 estudios españoles y espera aumentar esta cifra a unos 20 juegos para finales de año. Durante los últimos dos años, hemos traído más de 10 millones de euros de inversión a estudios españoles, dando trabajo a más de 200 personas entre los distintos estudios y ampliando nuestra plantilla en España a unas 50 personas que trabajan mano a mano con los estudios para así traer juegos infantiles y familiares de una calidad óptima para el disfrute de los más pequeños.

De esta manera, Outright Games intenta posicionarse como un impulsor de la industria española, brindando la posibilidad de crecimiento a los estudios de desarrollo y la incorporación de mucho talento joven que sin nosotros no tendría posibilidad de comenzar de forma sólida una carrera en el mundo de los videojuegos.



Fernando Rodriguez
Business Development Manager



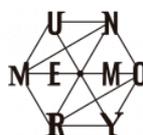
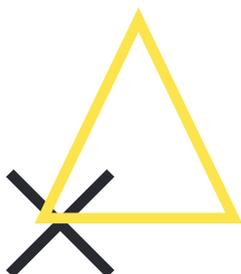


OWO GAME

El 2020 nos sorprendió a todos presentándonos nuevos retos y haciendo que nuestra misión cobrase más sentido que nunca. Este año de confinamientos que ha supuesto la prohibición del contacto podríamos definirlo como el año Háptico. Durante 2020 hemos desarrollado y patentado nuestra chaqueta háptica inalámbrica capaz de reproducir más de 30 sensaciones físicas reales diferentes mientras se juega a videojuegos.

Mediante el sentido del tacto, rompemos la barrera con el mundo digital y real, emocionando, divirtiendo y conectando personas. OWO sigue ampliando su portfolio de videojuegos compatibles, creando experiencias mucho más inmersivas y entretenidas. Tras todo lo conseguido durante el pasado año, 2021 está lleno de retos para OWO, el mayor de todos: ¡nuestro lanzamiento a nivel mundial!

José Fuertes
Fundador y CEO



PATRONES Y ESCONDITES

Somos un equipo pequeño con sede en Barcelona que busca crear proyectos artísticamente únicos que tengan una historia que contar y amplíen la visión de lo que puede ser un juego, experiencias que combinen mecánicas de juego, narrativa y una estética cuidada.

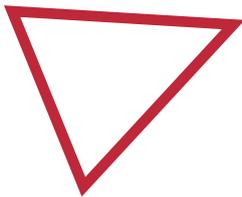
2020 para nosotros fue un buen año. Después de tres años de trabajo lanzamos nuestro primer juego: unmemory. Si bien no podemos medir el impacto de la pandemia en los resultados, sí que podemos decir que nos ha afectado en los procesos de desarrollo y lanzamiento. Para nosotros, las ferias habían sido hasta ahora una gran herramienta para dar conocer y probar nuestro juego, pero sobretodo para hacer contactos dentro del sector. Aún así, la sensación es que el sector ha sabido moverse rápidamente y adaptarse a la nueva situación. En nuestro caso, nosotros estamos muy agradecidos por el recibimiento que ha tenido unmemory por parte de la audiencia, la prensa y los festivales a los que nos hemos presentado. Tanto que ya estamos trabajando en nuestro próximo proyecto.

Daniel Calabuig y Beatriz Osorio
Autor y Project Manager





RENRD – ESCUELA DE VIDEOJUEGOS MASTER D



Para Rendr y todo Master.D, el 2020 ha sido un año lleno de desafíos y retos, y pese a todo ello, hemos culminado con unos resultados sin precedentes. 2020 ha sido un año de continuo crecimiento en el que más de 700 alumnos han decidido dar el paso en su carrera y formarse con nosotros en el ámbito del videojuego y arte digital. Además, nos agrada comprobar que año tras año, personas interesadas vienen con mayor conocimiento previo y talento; comprobando que cada vez hay un mayor interés y conocimiento para formarse y desarrollarse en este sector. Otro hito importante a destacar ocurrió a final de año, cuando KKR, empresa estadounidense de fondos de inversión, adquirió la mayoría del capital de nuestra empresa, apostando e invirtiendo por una formación a distancia y abierta de calidad, y con el foco puesto en la profesionalización de alumnos en sectores innovadores y creativos como el de los videojuegos y entretenimiento digital. Esto nos va a permitir en los próximos años el acometer grandes proyectos que hace apenas unos años sonaban únicamente a sueños inalcanzables.

Por delante quedan desafíos que se han visto ciertamente agrandados por la pandemia, como es el caso de la primera experiencia de estudiantes en el sector de los Videojuegos. Desafíos que esperamos que a lo largo de este ilusionante 2021 podamos entre todos, como el ecosistema que formamos, sacar adelante; pues los estudiantes de hoy, son la industria de mañana.



Iván Asensio Rubio

Director de estudios – Rendr, Escuela de Videojuegos y Arte Digital de Master.D



RIOT GAMES

Riot Games arrancaba en 2020 con muchísima ilusión, tras haber celebrado poco antes el décimo aniversario de League of Legends, y habiendo anunciado el lanzamiento de múltiples títulos en diversos géneros y plataformas. En un año complejo y de incertidumbre por las circunstancias únicas que hemos vivido, esta misma ilusión y ganas por traer a las diferentes comunidades de jugadores nuevas experiencias es la que ha traído consigo una rápida adaptación de la empresa en todos los ámbitos.

De igual forma, el carácter online de nuestros videojuegos nos ha colocado en una posición privilegiada en lo que a producción de espectáculos y competiciones se refiere, permitiéndonos continuar con las operaciones de todas las competiciones a todos los niveles (amateur, semi profesional y profesional) y ello culminando en grandes eventos como las finales del mundo de League of Legends, reuniendo de manera simultánea a 45,950,000 espectadores online este año.

Edgar Medina Rodriguez
Country Manager, Riot Games Iberia e Italia



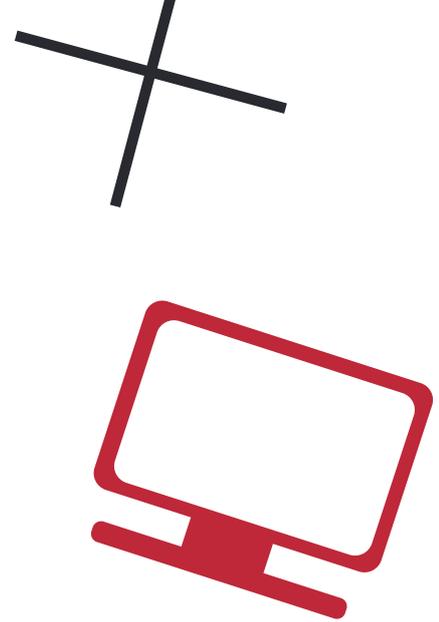
SELECTA VISION

Este año 2020, enormemente complejo para todos, SELECTAVISIÓN ha trabajado para adaptarse, innovar, y generar negocio en el mercado de Entretenimiento en nuestras areas tradicionales de la distribución de Cine, Televisión y el Home Entertainment ; en este último segmento hemos conseguido posicionarnos de nuevo como la segunda distribidora independiente en España y líderes en el género del Anime.

2020 para nosotros ha sido un año de enorme transformación y nuevas apuestas donde el nacimiento de nuestra marca, SELECTA PLAY dirigida al mundo del Video Juego, nos ha creado nuevos retos con un ilusionante proyecto, como publishers y distribuidores, con la mirada puesta en continuar ofreciendo el mejor entretenimiento con la misma ambición que trabajamos desde nuestra fundación hace ya más de 35 años.

Jorge Gabarró Frau.
Presidente Ejecutivo y Fundador



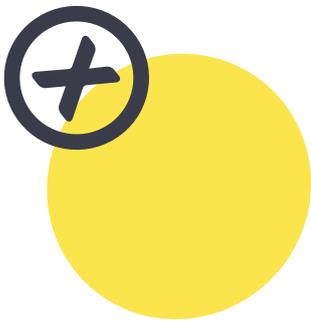


SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT

Cuando comenzó 2020, en PlayStation sabíamos que nos enfrentábamos a un año de retos. El lanzamiento de una nueva consola hacía prever un año intenso en todos los aspectos, desafiante y, sobre todo, muy emocionante. Pero nadie nos había preparado para lo que estaba por llegar. Como tantas empresas, hemos tenido que adaptarnos, que aprender, que rediseñar nuestras estrategias; lo hemos hecho con incertidumbre, con respeto y con cautela, pero también con ilusión y templanza para seguir ofreciendo a nuestros consumidores lo que mejor nos define: diversión, entretenimiento y tiempo de conexión para compartir con familia y amigos.

PlayStation®5 ha llegado para ofrecer a los consumidores una experiencia innovadora e inmersiva gracias al novedoso mando DualSense y con un catálogo de juegos exclusivos sin precedentes. La demanda recibida ha superado todas nuestras expectativas alcanzando una cifra de ventas de 4.5 millones de unidades vendidas (a diciembre de 2020), lo que supera el número de PS4 que se vendieron cuando se puso a la venta a finales de 2013. Por su parte, PS4 ha vendido ya 115 millones de unidades convirtiéndose en una de las consolas más exitosas de la historia de PlayStation.

Liliana Laporte
Directora General PlayStation Iberia y BAM





TROGLOBYTES GAMES

En Troglobytes Games nos hemos enfrentado a los desafíos del 2020 logrando que los acontecimientos de algunos objetivos hayan sido aún más sobresalientes. Durante la primera parte del 2020 hemos preparado el lanzamiento planeado por abril de nuestro primero título "HyperParasite", disponible ahora en PC y consolas! Hemos comunicado con muchísimos medios nacionales e internacionales llegando a la comunidad de jugadores casi sin ninguno obstáculo. Además de recibir una nota de 30/40 en Famitsu, el juego ha salido en dos artículos en Forbes y... ¡ha sido nombrado como "Best Indie game of 2020"! Y como último pero no menos importante, Epic nos otorgó el MegaGrant y hemos cerrado un acuerdo con Nicalis para la producción de copias físicas del juego.

Al momento de presentar nuestro nuevo proyecto "Blind Fate: Edo no Yami" a los publishers, ha sido importante tener un primer juego publicado y una credibilidad como empresa de desarrolladores de videojuego. Gracias a la posibilidad de participar a muchos eventos online, hemos hablado de nuestro nuevo proyecto a más de 100 publishers recibiendo muchas propuestas de colaboración, logrando cerrar un acuerdo con 101XP. ¡Y hemos creado ocupación! Para el desarrollo de "Blind Fate: Edo no Yami" hemos contratado profesionales nacionales que se encargan del modelado y de las animaciones de los personajes del juego. En paralelo, con la incubadora Level-Up de Barcelona, hemos empezado a colaborar asesorando equipos prometedores y talentosos con el objetivo que puedan constituir nuevas empresas indie en el País. Esperamos que el 2021 sea un año importante como el anterior y alcanzar a los objetivos que nos pusimos con el soporte de nuestros seguidores juntamente a las iniciativas promovidas por parte de AEVI y de sus colaboradores.

Saverio Caporusso

CEO y GameDesigner – Troglobytes Games



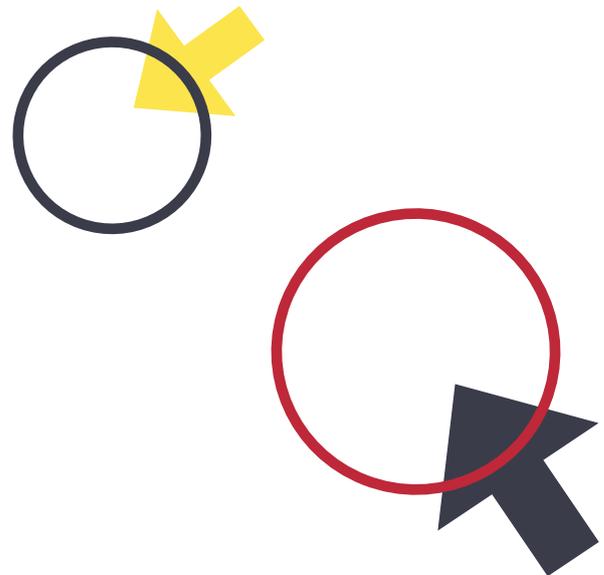
UBISOFT

2020 ha sido un año desafiante, lleno de incertidumbres, pero hemos trabajado duro demostrando una capacidad de adaptación y resiliencia excepcionales. Así, Ubisoft ha tenido un rendimiento sólido y se ha beneficiado también de su posicionamiento en las consolas de nueva generación desde su lanzamiento: Estamos orgullosos de haber podido cerrar este insólito año con el trimestre más fuerte en la historia de Ubisoft impulsado por Assassin's Creed Valhalla, la fantasía vikinga definitiva, que logró ingresos* récord para la serie AC; también por Just Dance 2021, el título de la popular serie de videojuegos musicales más vendido de los últimos 6 años, que resultó ser una gran herramienta para mantenernos activos y entretenidos en casa; así como por un potente catálogo formado por títulos de grandes marcas que crecen año tras año. Finalmente, nuestra capacidad para lograr nuevos jugadores y de aumentar los niveles de participación, con nuestro buque insignia de los eSports, Rainbow Six Siege, alcanzando el hito de los 70 millones de jugadores registrados.

Estos excelentes resultados fueron posibles gracias a la calidad de nuestros lanzamientos, que recae en nuestros magníficos equipos. En consecuencia, Ubisoft fue el editor líder en 2020 en términos de venta de unidades combinando todas las plataformas, el editor independiente líder en Nintendo Switch y el segundo editor líder en la nueva generación de consolas, con tres títulos entre los más vendidos. Nos gustaría pensar que las inolvidables experiencias de juego que pudimos ofrecer en 2020 ayudan de alguna forma a los jugadores a afrontar mejor el contexto actual. Y a pesar de que 2021 continúa presentando desafíos e incertidumbres, la aparición de sólidas plataformas establece un campo de juego increíble para los desarrolladores y para los fans de los videojuegos (como nosotros). Por eso, seguiremos dando lo mejor de nosotros para ofrecer las mejores experiencias a los jugadores y reforzar nuestro compromiso de generar un impacto positivo en nuestras comunidades.

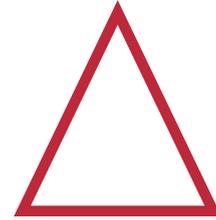
Antonio Temprano

Managing Director de Ubisoft España



**Gasto total del consumidor*





UNIVERSIDAD COMPLUTENSE



En las titulaciones de Grado y Posgrado de la Universidad Complutense de Madrid durante el año 2020 nos hemos enfrentado al reto de adaptar la mayor universidad presencial de España a la educación a distancia. En concreto, dentro del Grado en Desarrollo de videojuegos, y los Másteres en Desarrollo y Diseño de videojuegos que se imparten en la Facultad de Informática de la Complutense, estamos muy satisfechos del modelo que hemos implantado. Adaptando rápidamente nuestras instalaciones y metodologías hemos sido capaces de implementar un modelo semi-presencial que permite combinar la intensidad de la enseñanza presencial con la seguridad de las clases online.

Estamos seguros de que el esfuerzo extra que nos ha supuesto este año, tan difícil para todos, rendirá sus frutos en el futuro cercano. Sin abandonar nuestra esencia de universidad presencial, nos proponemos conservar el impulso y seguir explorando nuevos modelos de enseñanza que nos permitan llegar a otros colectivos de estudiantes y cumplir de la mejor manera posible con nuestra responsabilidad como servicio público.

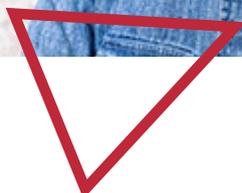


Pedro Antonio González Calero
Catedrático de Lenguajes y Sistemas Informáticos -
Universidad Complutense de Madrid





UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE VALENCIA (VIU)



2020 ha sido un año para seguir sumando en la Universidad Internacional de Valencia – VIU en pro de la contribución al desarrollo social en materia de formación e esports. Con el fin de estimular las sinergias entre empresa, instituciones y universidad, VIU se ha adherido a AEVI. Como universidad online referente en el mundo hispanohablante, VIU cuenta en la actualidad con más de 15.000 estudiantes repartidos en 81 países distintos. Su metodología 100% online, con clases síncronas y que puedes ver en diferido, facilita la formación desde cualquier lugar, dispositivo y etapa vital de cada persona. VIU, en su apuesta formativa por atender las demandas de la sociedad y del mercado, ofrece el Máster en Gestión de Esports, que este año afronta su cuarta edición, siendo un título pionero en la formación universitaria especializada en este sector en España. Gracias a una formación transversal y multidisciplinar, los titulados reciben los conocimientos y herramientas necesarias para desarrollarse en la industria o emprender sus propios proyectos en el ámbito de los esports.

Marcos Antón

Profesor y director del Máster en Gestión de Esports.





UNIVERSIDAD ISABEL I

La Universidad Isabel I en el año 2020 ha continuado con su apuesta por una formación online de calidad relacionada con el mundo de los videojuegos, sumando a la Mención en Diseño y Creación de Videojuegos del Grado en Ingeniería Informática dos nuevos posgrados.

Por un lado, arrancamos el Experto Universitario en Desarrollo de Negocio en Videojuegos, orientado al negocio y los KPI más relevantes en el sector de los videojuegos, facilitando la capacitación en aquellas áreas relacionadas con las ventas y distribución de videojuegos. Además se ha incorporado el Experto Universitario en Gamificación, que te permitirá conocer el potencial el potencial de aplicar la gamificación en contextos como la educación, la salud o los recursos humanos.

David García-García
Decano de la Facultad de Ciencias y Tecnología de la Universidad Isabel I



UNIVERSIDAD SAN JORGE

Durante el curso pasado, los alumnos del grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos de la Universidad San Jorge continuaron con su excelente aportación, creando videojuegos que cada vez tienen mayor recorrido y que cosechan premios y reconocimientos. Fruto de este trabajo se ha creado la primera empresa de desarrollo de videojuegos en Zaragoza formada por alumnos y egresados del grado.

Además, destaca el trabajo y los hallazgos del grupo de investigación Software Variability for Internet of Things, que ha multiplicado su presencia en congresos y foros de primer nivel poniendo de relevancia la importancia la investigación en el ámbito de los videojuegos y, muy especialmente, en la generación procedural de contenido.

Jorge Echeverría Ochoa
Subdirector del Área de Ingeniería y director del grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos de la Universidad San Jorge





UNIVERSIDADE DA CORUÑA

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

La Universidade da Coruña (UDC) es una universidad pública que cuenta con dos títulos oficiales, un grado y un máster, ambos de carácter oficial y orientados a la creación de videojuegos. Dentro de la apuesta de formación de postgrado de la UDC, durante el año 2020 finalizó la implantación del Máster en Diseño, Desarrollo y Comercialización de Videojuegos, que consta de dos años de formación y se imparte en la Escuela Politécnica Superior de Ferrol. Con la finalización del curso académico en septiembre, terminó su formación la primera promoción del máster.

A lo largo del año, esta formación se complementó con más de 30 seminarios de profesionales del sector que llegaron de diferentes empresas de toda España y que aportaron a los alumnos distintos conocimientos y puntos de vista.

Actualmente el máster cuenta con 30 alumnos entre los dos cursos y 4 proyectos en desarrollo, donde los distintos alumnos aplicarán los conocimientos adquiridos. Por otra parte, el Grado en Creación Digital, Animación y Videojuegos está teniendo una gran demanda de matrícula

por parte de los estudiantes, lo cual demuestra el interés que existe en formarse para esta industria.

Se han recibido varios cientos de solicitudes para una oferta inicial de 50 plazas, lo cual lo sitúa esta titulación en una de las notas de corte más altas del sistema universitario gallego. Este grado, de cuatro años de duración, se imparte en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de A Coruña. El programa proporciona a sus estudiantes una formación universitaria tanto en el ámbito de la animación por computador como en el de los videojuegos, aunando aspectos técnicos, artísticos, narrativos y de gestión, en una formación integral.

Actualmente se encuentra en implantación y cuenta con más de 130 alumnos entre los dos primeros cursos que se están impartiendo actualmente. Con más de 160 estudiantes entre ambos programas formativos, la UDC continúa su apuesta por la formación en videojuegos con el objetivo de preparar a los mejores profesionales especializados que den respuesta a las demandas de la industria.

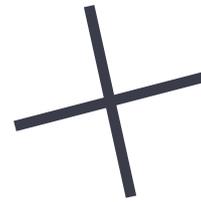
Antonio Seoane Nolasco (a la izquierda en la fotografía)

Coordinador del Máster Universitario en Diseño, Desarrollo y Comercialización de Videojuegos y Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidade da Coruña

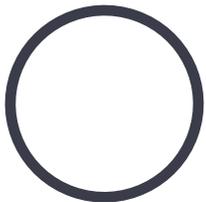
Javier Taibo Pena (a la derecha en la fotografía)

Coordinador del Grado en Creación Digital, Animación y Videojuegos y Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidade da Coruña

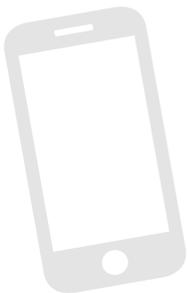




VOXEL SCHOOL

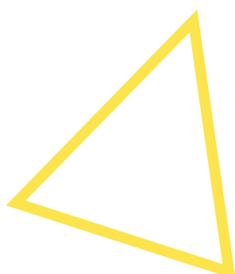


Para Voxel School el 2020 ha sido un año gratificante marcado por retos, adaptación y crecimiento. Nuestro equipo académico y administrativo supo encontrar oportunidades dentro de la incertidumbre inicial que presentó el contexto sanitario. Manteniendo siempre la calidad educativa como eje fundamental de todo lo que hacemos, digitalizamos aún más nuestra oferta formativa mediante su adaptación a la modalidad semipresencial. Abrimos además nuevos canales digitales para una mayor interacción con nuestra comunidad y con nuestros futuros alumnos.



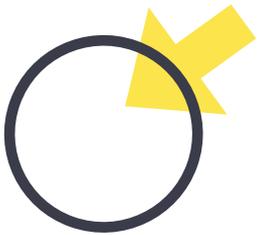
En el 2020 reforzamos nuestro equipo directivo, desarrollamos nuevas alianzas estratégicas con socios educativos y tecnológicos, lanzamos másteres avanzados inéditos que dan respuesta a actuales y futuras necesidades de la industria y que permiten a nuestros alumnos tener experiencias laborales durante su período de estudios. Los resultados positivos que experimentamos a lo largo del año nos han confirmado que estamos en la senda correcta y que nos encontramos bien equipados para responder a las necesidades, locales e internacionales, que presenta una creciente industria de videojuegos.

Jose Cuesta
Director General





WARNER BROS GAMES



A pesar de las dificultades que la pandemia ha supuesto para todas las compañías y negocios, Warner Bros. Games ha logrado cerrar un gran año de ventas gracias a nuestro importante catálogo de LEGO GAMES y los nuevos lanzamientos que han sido todo un éxito. De nuestros core games destacamos todo el contenido nuevo que ha llegado a Mortal Kombat 11 y el nuevo éxito de Fortnite. Por su lado, Mortal Kombat 11 ha tenido hasta dos nuevas ediciones con contenido nuevo. MK11 Aftermath, que incluyó tres luchadores nuevos: Fujin, Sheeva y RoboCop y, MK11 Ultimate, que aúno todo el contenido sumando hasta 37 luchadores y el modo historia al completo. Fornite: La Última Risa dio protagonismo a tres personajes de DC: Joker, Rey Midas y Poison Ivy con el que conseguimos ser un éxito en preventas, dónde España fue el número uno de Europa.



Además, en Warner Bros. Games, siempre tenemos presente al público más infantil y familiar. Este año lanzamos Bakugan: Campeones de Vestroia llevando la magia de esta gran franquicia a todos los hogares en exclusiva para Nintendo Switch. Además, hemos añadido LEGO Marvel Collection a nuestro gran porfolio de títulos LEGO y hemos relanzado LEGO Hobbit.

Acerca de nuestros títulos en mobile cabe destacar la continuidad del éxito de ventas en juegos como Golf Clash, Game of Thrones, y Harry Potter Wizards Unite donde la comunidad sigue jugando cada día. Desde Warner Bros. tenemos muchas esperanzas en este nuevo año 2021, que esperemos permita a todos volver a la normalidad, para poder seguir trabajando en llevar grandes franquicias y juegos de calidad para todos nuestros seguidores.

Leticia de la Parte Arredonda
Sales Manager Warner Bros Videogames

05

**Desarrollo
nacional**



UN AÑO LLENO DE CAMBIOS Y DE ADAPTACIÓN FORZOSA



Terminé el anuario del año pasado deseando iniciar el año con mucha ilusión y mucha fuerza. No sabíamos que el 2020 sería un año que jamás olvidaríamos y que nos ha puesto a prueba a todos los niveles.

Ya no solo hablo como sociedad o como individuos, también como industria ha supuesto un antes y un después para todos. El 2020 ha sido un año de cambios y de adaptación forzosa. Los cambios no tienen porqué ser malos, todo depende de la actitud con la que nos enfrentemos a ellos. El teletrabajo, por ejemplo, ha puesto de manifiesto, que puede tener más ventajas que inconvenientes. El año pasado supuso la cancelación y digitalización de muchos eventos. Puntos de encuentro donde los desarrolladores nos encontramos y compartimos nuestras experiencias, dudas y conocimientos. Las ferias, son EL lugar más apropiado para hacer negocios, cerrar acuerdos y buscar financiación. Medimos el pulso con los jugadores para ir perfeccionando nuestro juego y podemos mostrarlo a la prensa. Creo que sin duda, es lo que más estamos echando de menos. Todo tiene su alternativa, ahora podemos estar en cualquier feria a un coste muy bajo, y tener el triple de reuniones con publishers e inversores. Se pierde evidentemente, contacto humano, pero aumentamos las opciones.

Desde finales del 2019, el área de Desarrollo de Desarrollo empezó a centralizar gran parte de los esfuerzos en crear herramientas digitales y webs para ayudar a los desarrolladores, centros de formación y estudiantes. Plataformas como devium.es, un repositorio de conferencias y masterclass de profesionales de la industria o la web Jobs.aevi.org donde conectamos a estudiantes en periodo de prácticas con empresas. Ha mostrado la necesidad de proteger a los jóvenes talentos (ha caído la contratación de prácticas un 18%). Tras la gran demanda que hemos recibido en unos meses, 968 alumnos registrados. Quiero agradecer a los estudios que están ayudando a dar salida a todas estas personas.

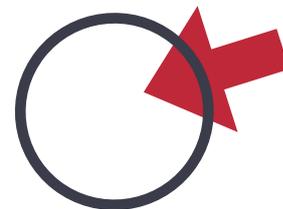
También hemos preparado a lo largo de este periodo 2 informes muy interesantes para la industria. "El cloud-gaming y cómo afecta este nuevo modelo a los desarrolladores" y el último publicado y disponible en la web de la asociación "Informe del impacto del covid 19 y mejores prácticas para el teletrabajo en el sector de los videojuegos". Nuestra función como área de desarrollo es buscar fórmulas, soluciones y herramientas de forma ágil y rápida. Tras el golpe inicial de la pandemia y pese a los retrasos producidos por esta en la producción, la pérdida de algunos clientes y la cancelación de los eventos. Creo sinceramente, que la industria ha sabido sobreponerse y resistir el golpe. Debemos seguir trabajando para lograr más apoyo institucional en diferentes aspectos como el de los incentivos fiscales, una mejor gestión de las ayudas, fomentar la creación de aceleradoras de videojuegos en distintas comunidades o ayudar a descentralizar la industria. Son muchos de los discursos que defendemos.

No me gustaría despedirme sin recordar a 2 amigos de la industria que nos han dejado, Ruben y Omar. Este año la tragedia nos ha golpeado duro, os queremos y os recordaremos siempre. Sirvan estas palabras para extender mi abrazo a todos los compañeros y compañeras que han perdido a un ser querido.

Un abrazo muy fuerte. Sigamos haciendo juegos.

Arturo Monedero
Vicepresidente de AEVI





NUESTRO COMPROMISO CON LA COMUNIDAD DESARROLLADORA

2020, UN AÑO COMPROMISO DE AEVI CON LA INDUSTRIA LOCAL DEL VIDEOJUEGO

2020 ha sido un año especialmente complicado para el desarrollo nacional de nuestro país: en España contamos con un tejido de más de **400 estudios de desarrollo**. Junto con el sector retail –el cual se ha visto obligado a cerrar sus tiendas en los meses de confinamiento–, este tejido de estudios de desarrollo ha sido el gran perjudicado ante el estallido de la crisis del coronavirus. Muchos de estos desarrolladores se han visto obligados a afrontar inversiones con las que no contaban (equipos, alojamiento en la nube, etc.), a la vez que no pueden mostrar sus proyectos a inversores y distribuidores por culpa de la cancelación de eventos en todo el mundo.

Por esta razón, desde AEVI hemos solicitado extender el régimen de incentivos fiscales de otras industrias culturales en España, como el cine o las artes escénicas, a la producción de videojuegos.

A comienzos de 2020, con motivo de la celebración del segundo aniversario de su área de desarrollo, AEVI quiso reforzar su compromiso con la industria local del videojuego y por eso anunció la incorporación de nuevos estudios a la asociación; el aumento de los servicios de asesoramiento legal y la firma de nuevos acuerdos de colaboración. Además, AEVI ha decidido poner cuotas asequibles de **150€ anuales** para todos los estudios de desarrollo, facilitando de esta forma una puerta de acceso más económica para la industria local de videojuegos.



CATÁLOGO DE VIDEOJUEGOS

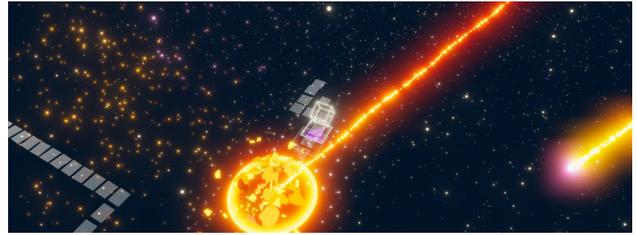
Como resultado de los esfuerzos de AEVI se mueve y después de mantener reuniones con más de **300 desarrolladores**, AEVI ha creado un catálogo que contiene información sobre los videojuegos nacionales en fase de desarrollo.

El catálogo ha sido presentado en foros por todo el mundo, a través de los viajes del vicepresidente de desarrollo a ferias como el **Tokyo Game Show** o **Gamescom** en Colonia para promocionar los videojuegos mostrados en el catálogo.

CATÁLOGO DE SERVICIOS PARA DESARROLLADORES

Para ayudar a la industria local en un momento complicado, AEVI también elaboró un documento con todos aquellos **nuevos acuerdos de colaboración** (asesoramiento legal, digitales y de comunicación) con el objeto de trabajar para construir las condiciones adecuadas para fomentar la industria local del videojuego.

Desde AEVI queremos seguir consolidando nuestra representatividad en el sector del videojuego aglutinado a estudios de desarrollo que son referentes del sector y a otros menores que están empezando.



Videojuego 'Neat' Cedida por Parallel Circles



Videojuego 'Ugly' Cedida por Team Ugly

AYUDAS AL DESARROLLO AEVI

En el marco de las jornadas del evento **IndieDevDay**, el nombre de los dos proyectos ganadores del III Programa de Ayudas a la Innovación del Desarrollo del año 2020: se tratan de 'Neat' de Parallel Circles y 'Ugly' de Team Ugly.

El programa de ayudas de este año 2020 contó con un total de **70 proyectos participantes**. Arturo Monedero, vicepresidente de Desarrollo de AEVI, felicitó a los ganadores y quiso destacar el éxito de la tercera edición de la convocatoria de ayudas, que viene a confirmar la apuesta de la industria por el desarrollo local. Además agradeció la participación del resto de participantes a los que animó a seguir trabajando por sus proyectos: "Este año ha sido verdaderamente complicado decantarnos porque ha sido una edición cargada de propuestas interesantes y sobre todo, diversas. Recordaros y pediros que el recorrido de vuestros juegos no termina aquí".

DESDE AEVI QUEREMOS SEGUIR CONSOLIDANDO NUESTRA REPRESENTATIVIDAD EN EL SECTOR DEL VIDEOJUEGO AGLUTINADO A ESTUDIOS DE DESARROLLO QUE SON REFERENTES DEL SECTOR Y A OTROS MENORES QUE ESTÁN EMPEZANDO.

José María Moreno

Director General de AEVI

06

Esports en España: un antes y después

LOS ESPORTS EN ESPAÑA EN 2020: RESILIENCIA Y CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN



Para lo bueno y para lo malo, la irrupción de la pandemia de COVID-19 ha supuesto un antes y un después para los esports en España. En los últimos años, las competiciones de videojuegos seguían en nuestro país una línea ascendente continuada en audiencia, ingresos y empleo, tal y como habíamos ido relatando en los anuarios de años previos. La apuesta de las casas editoras de videojuegos (publishers) por integrar España en sus circuitos oficiales, la creciente profesionalización de los equipos nacionales (algunos con impacto internacional, como MAD Lions, Movistar Riders y Vodafone Giants) y el gran crecimiento de eventos y ligas (con la Superliga de League of Legends, consolidada como la mayor liga nacional de Europa) llevaron a considerar a España un país de referencia en el sector. Esta línea ascendente no se ve truncada por la crisis sanitaria mundial, pero sí matizada.

LA SITUACIÓN A FINALES DE AÑO FUE DE UN AUMENTO DE UN 33% EN EL NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO EN RELACIÓN CON EL AÑO 2019, DE 600 HASTA 800.

En relación con la audiencia, en 2020, el crecimiento de la audiencia de esports en el mundo y en España ha sido aún mucho mayor que en los anteriores, llevándolos a un nivel de popularidad jamás visto y difícilmente imaginado solo dos años antes. Ahora bien, el impacto de la epidemia se ha notado en la generación de puestos de trabajo (menor que la esperada) y sobre todo en los ingresos. El efecto sobre el ecosistema español ha sido que España ha perdido parte de la ventaja que tenía frente a otros mercados nacionales europeos, como Alemania y Francia, en los que la inversión en esports parece haber resistido mejor, convirtiendo una situación no esperada ni deseada por nadie en una oportunidad para hacer evolucionar y madurar al sector.

El consumo de contenido de videojuegos a través de plataformas online ha sufrido diversos cambios. En 2020, las "streaming wars" se cobraron su víctima más relevante: Microsoft cerró su plataforma de vídeo en directo Mixer. En Occidente, solo YouTube y Facebook Live tienen capacidad para intentar arrebatarle el trono a Twitch. Por segundo año consecutivo, el título League of Legends (Riot Games) mantuvo la primera posición como videojuego más visto en Twitch seguido de Fortnite (Epic Games). Las horas consumidas de League of Legends crecen casi un 40% en un año (de 1.080 millones a 1.500 millones de horas). Es extremadamente meritorio que un juego que encara su segunda década siga creciendo año tras año. El idioma español, además, se convirtió por primera vez en el segundo más usado en Twitch, por detrás del inglés. Obviamente, 2020 no fue un año para destacar eventos en vivo. La cancelación de prácticamente todos los eventos presenciales sin duda representa el mayor golpe que ha sufrido el sector, y a la vez subraya su resiliencia y capacidad de adaptación: casi todas las competiciones principales se han seguido llevando a cabo, de manera remota y segura, con números jamás alcanzados, en lo que representa un gran paso adelante de los esports en su popularización.

Sergi Mesonero

Coordinador del comité de esports de AEVI





LOS ESPORTS EN ESPAÑA EN 2020: RESILIENCIA Y CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

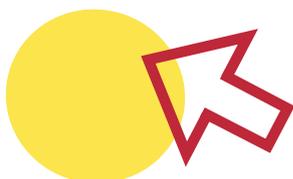
ESPORTS: RESILIENCIA EN UNA CRISIS GLOBAL

A lo largo de 2020, el Comité de esports de AEVI se ha centrado en monitorizar la salud del sector en un momento de incertidumbre generalizada.

IMPACTO EN LA AUDIENCIA

En 2020 en todo el mundo, los esports crecieron crecido un **9% en audiencia**, llegando a una estimación de **215 millones de entusiastas**, según Newzoo. En Twitch, el idioma español creció un insólito 369%, convirtiéndose en el segundo idioma más visto en esta plataforma, de referencia del sector .

La consultora independiente Newzoo estimó que en 2019 en España había **2,9 millones de entusiastas** de los esports, posicionándose como uno de los países más destacados en el ranking mundial (número 15). Asimismo, en su estudio sobre el mercado europeo de esports, Deloitte posicionó **España como el mercado con mayor penetración de esports** (un 62% de reconocimiento y un 55% de exposición previa entre los encuestados, frente a 58% y 53% en Italia o 53% y 38% en Alemania). Adicionalmente, el mismo estudio colocaba a España junto con Italia como los países donde más había crecido el consumo de esports a partir de la introducción de las restricciones por la pandemia y como el país donde más había crecido la intención de gasto en esports entre los consumidores .



IMPACTO ECONÓMICO

Según apunta Newzoo, en 2020 por primera vez los ingresos a nivel mundial del sector de los esports decrecieron con respecto al año anterior, de 957 millones a 947 . En España, el impacto sobre los ingresos ha venido principalmente por la cancelación de eventos, la caída en el volumen del patrocinio y la publicidad y, en menor medida, los costes asociados a la adaptación a nuevas formas de trabajo.

El sector canceló la práctica totalidad de los eventos físicos de 2020, entre ellos los eventos de cabecera como **Madrid Games Week, Gamergy y DreamHack Spain**. Asimismo, la mayor parte de los eventos realizados en estudio no regresaron hasta pasado el verano.

La cancelación de eventos físicos propios supone una merma de los ingresos por venta de entradas, merchandising, patrocinio y activaciones comerciales. En relación con la producción de eventos para terceros, se anularon numerosos eventos de esports de ámbito internacional producidos por empresas nacionales.

Además, en 2020 se produjo un escenario generalizado de aplazamiento o congelación de acuerdos económicos con marcas para la comercialización de contenidos y productos. Y en algunos casos, la extinción sobrevenida de contratos y la no renovación de acuerdos, en particular aquellos vinculados a eventos.

El repunte de audiencias online no ha servido a corto plazo para compensar la caída de la facturación de publicidad y patrocinio.

Por último, el gasto adicional de la adaptación al trabajo en remoto (los costes e incidencia directa en la productividad de esta adaptación) no se ha podido calcular con exactitud.

En el mes de mayo, AEVI estimó unas pérdidas iniciales directas de más de **8 millones de euros**, que podían superar los 20 millones de euros, casi un 60% de los ingresos del sector, si la situación se alargaba hasta finales de año. Afortunadamente, esta cifra tan dramática no se ha alcanzado. Un análisis interno de AEVI estima los ingresos del sector en España en 2020 en 27 millones de euros, una caída del 23% con respecto a 2019.

IMPACTO LABORAL

La pandemia ha supuesto una importante amenaza para los empleos que genera el sector de los esports, en particular entre los organizadores de torneos, que son los directamente más afectados por la paralización de las producciones físicas. Las empresas de soluciones de esports, que estaban en expansión en España, paralizaron los procesos de contratación y en muchas ocasiones se adhirieron a los esquemas de regulación temporal de empleo.

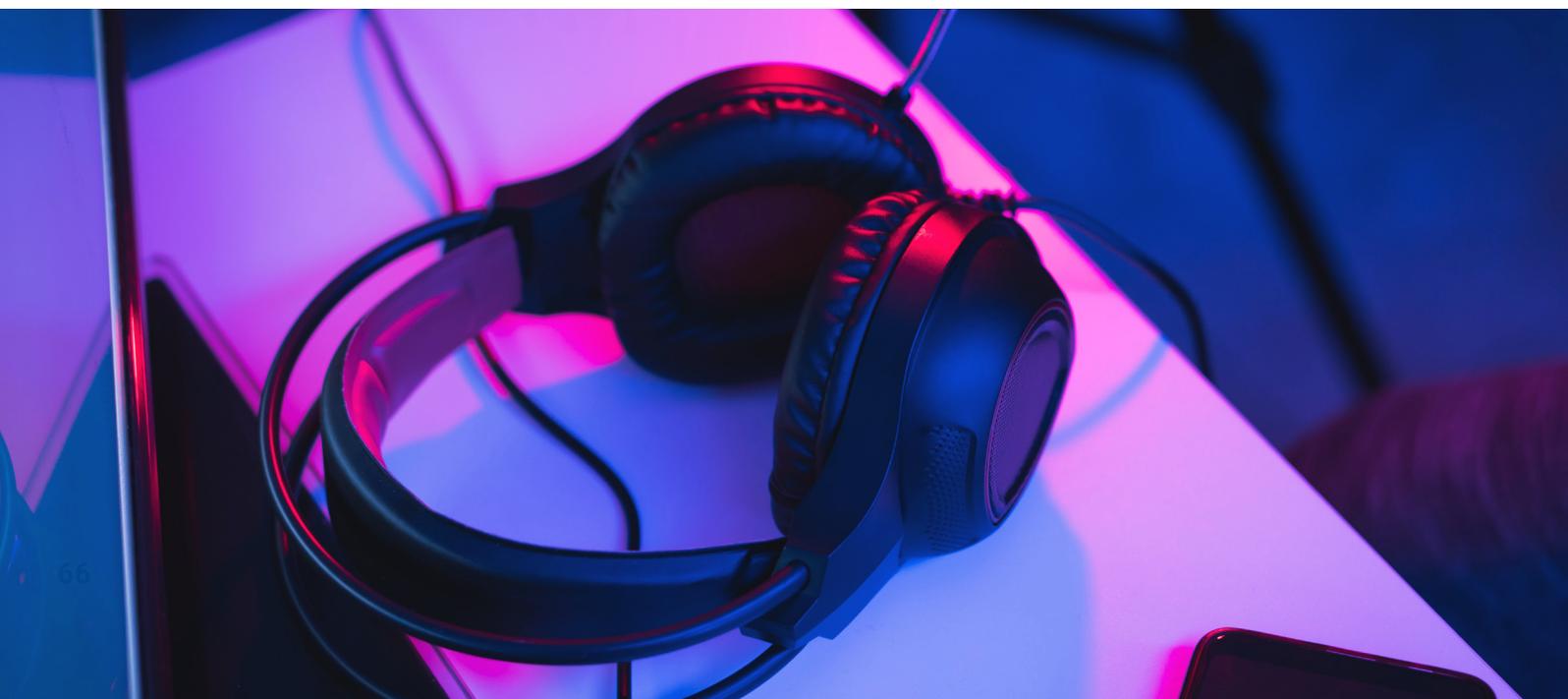
En 2019, AEVI estimaba que el sector generaría **1000 puestos de trabajo directos en 2020**. Tras el inicio de la pandemia, en mayo de 2020, AEVI estimó que podían llegar a perderse temporalmente hasta un **50%** de los empleos directos. Este escenario tan negativo, en cambio, no se ha producido. La situación a finales de año fue de un aumento de un **33%** en el número de puestos de trabajo en relación con el año 2019, de 600 hasta 800, sobre todo sostenidos por los equipos profesionales de esports que soportan un 75% de los empleos totales (590), de los cuales un 46% son jugadores profesionales.

ESPAÑA COMO FUTURO REFERENTE MUNDIAL

Como hemos venido señalando en el pasado, España cuenta con un gran potencial para ser una referencia, no solo a nivel europeo, si no mundial, en esports. El consumo de videojuegos por habitante en España es superior a otros países comparables, situándose en el top 10 a nivel de ingresos. Como ya es sabido, la industria del videojuego es líder en las industrias culturales y es gracias, entre otras cosas, al mencionado consumo y la apuesta de los publishers y desarrolladores por España.

Si bien el sector tiene las bases y características necesarias para ser un referente mundial, la escasa capacidad de inversión es el mayor freno para su consolidación. Deben estudiarse medidas que faciliten la inversión o el acceso a crédito, así como para atraer inversión extranjera. Además, sigue siendo vital invertir en infraestructuras de telecomunicaciones, asegurando el acceso de la población a una banda ancha de calidad y conexión 5G.

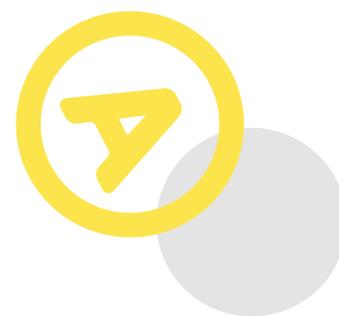
Finalmente, el diálogo y la colaboración entre administraciones e industria es imprescindible para localizar otras áreas de intervención, así como para fomentar el reconocimiento de la contribución positiva de la industria de los videojuegos y los esports a la recuperación y desarrollo económicos de España.



07

The Good Gamer

THE GOOD GAMER. UN PROYECTO PIONERO



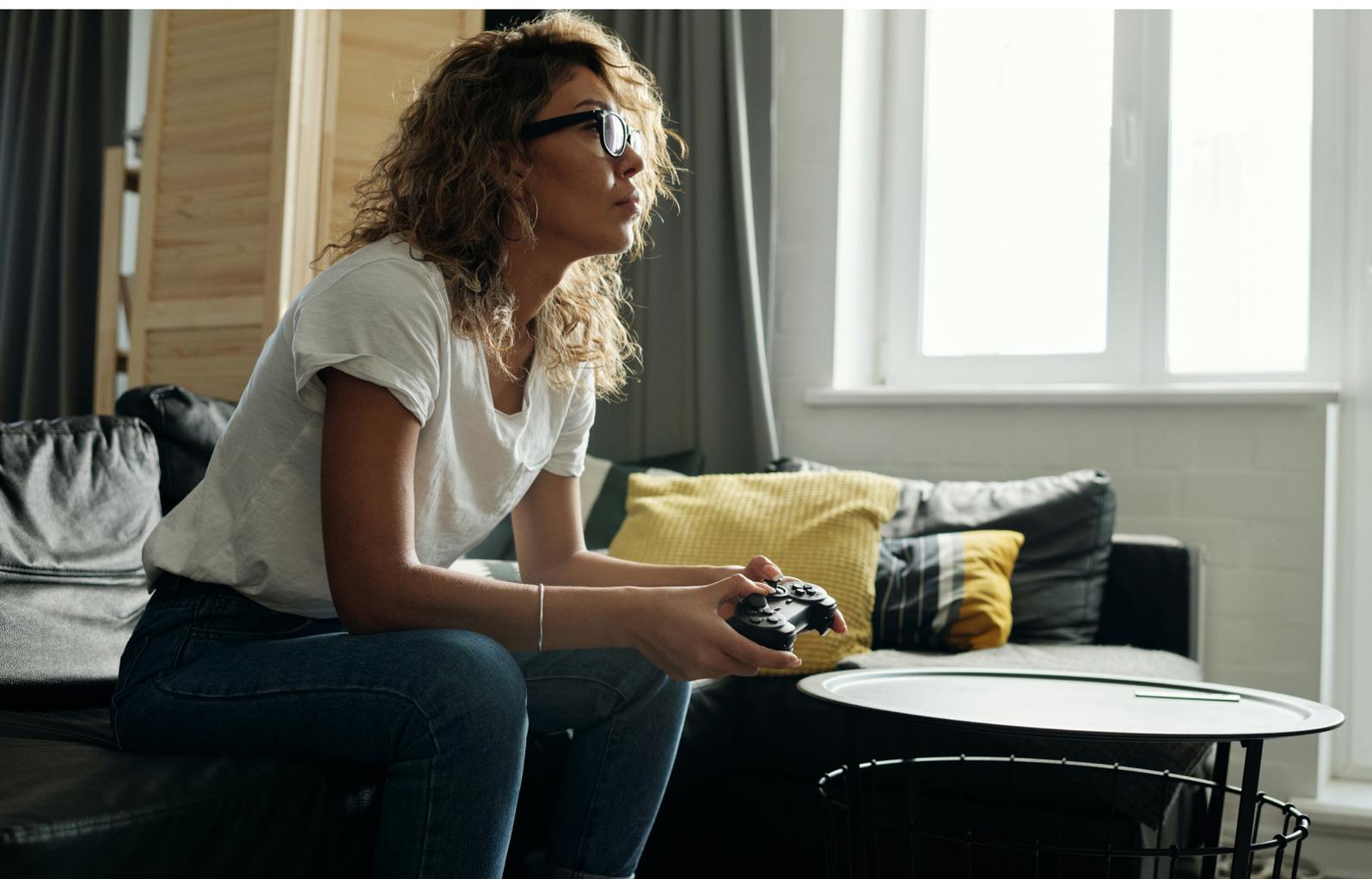
THE GOOD GAMER



La industria de los videojuegos es un sector estratégico de presente y de futuro. Son la primera fuente mundial de ocio y referencia cultural para millones de personas. No solo son sinónimo de entretenimiento sino también de cultura, innovación y revolución educativa.



Para garantizar los valores positivos de los videojuegos, la Asociación Española del Videojuego creó en 2018 el proyecto **The Good Gamer**, una iniciativa pionera en todo el país que se ha consolidado en estos últimos años. La idea ha nacido con el objetivo de colaborar con las administraciones, comunidades educativas y sanitarias, padres y madres para fomentar el uso responsable de los videojuegos. Esta plataforma pretende ser, y así lo está demostrando, una guía para crear entornos seguros y saludables, donde desde los más pequeños hasta los más mayores puedan disfrutar de los videojuegos.



UNA INDUSTRIA RESPONSABLE

Es la propia industria la que está facilitando herramientas a la sociedad para controlar y poner límites al uso de los videojuegos, de tal manera que se puedan frenar a tiempo las circunstancias negativas que pueden causar. Desde el comienzo, **The Good Gamer** ha querido ponerlas al servicio de los padres, madres y tutores, profesores, médicos e instituciones para explicarlas correctamente a través de la plataforma y **crear pedagogía** a diario para que se utilicen. Son herramientas disponibles para todo el mundo y muy importantes para conseguir el uso responsable de nuestros hijos/as en el momento de jugar.

CONTROL PARENTAL

The Good Gamer nace también como una guía para las familias, un recurso al cual acudir cuando surgen dudas sobre los posibles efectos de los videojuegos en su educación y/o comportamiento.

Por ello, durante este año, el proyecto se ha centrado también en dirigirse a los padres y a las madres, desde una perspectiva pedagógica y de acompañamiento. En este sentido, se ha tratado de hacer llegar la relevancia del **control parental** para adentrarse de la mano pequeños y mayores al interesante universo de los videojuegos.

Todas las videoconsolas, dispositivos de mano y sistemas operativos Google Play (Android) e iOS (iPhone e iPad) están equipados con sistemas de control parental lo que permite a los padres proteger la privacidad de sus hijos y la seguridad en línea de acuerdo con diversos parámetros. Estas herramientas de control nos permiten:



LIMITAR EL ACCESO A INTERNET.



CONTROLAR EL TIEMPO DE JUEGO DE NUESTROS HIJOS E HIJAS.



VIGILAR LAS COMUNICACIONES ON-LINE Y EL INTERCAMBIO DE DATOS CON OTROS USUARIOS.



SELECCIONAR A QUÉ VIDEOJUEGOS PUEDEN JUGAR NUESTROS HIJOS, SEGÚN LAS CLASIFICACIONES POR EDAD PEGI.



DESACTIVAR CUALQUIER POSIBILIDAD DE REALIZAR COMPRAS. DE HECHO, MUCHAS PLATAFORMAS TAMBIÉN TIENEN CONFIGURADA POR DEFECTO LA OPCIÓN DE "GASTO CERO" PARA LAS CUENTAS DE MENORES.

PEGI



El sistema PEGI (siglas de Pan European Game Information) se utiliza para garantizar que el contenido de entretenimiento, como los juegos, esté claramente etiquetado con una recomendación de edad mínima basada en el contenido que tienen. La industria del videojuego se toma muy en serio esta clasificación porque, sin duda, puede garantizar un uso responsable en el momento de empezar a jugar a un determinado videojuego.

Actualmente, **todos los videojuegos de los socios de AEVI** utilizan el sistema PEGI, independientemente del formato o plataforma. Este mecanismo de autorregulación se encuentra bajo el paraguas de la federación europea ISFE (Interactive Software Federation of Europe), para dotar a sus productos de información sobre la edad adecuada para su consumo.

El sistema PEGI existe desde 2003 y se utiliza en 37 países europeos. Hasta el momento, se han clasificado más de 30.000 videojuegos.

La clasificación está integrada por dos tipos de iconos descriptores, uno hace referencia a la edad recomendada y otro al contenido. El diseño de los logotipos informativos se basa en las luces de seguridad vial, haciendo más fácil su interpretación. Los rangos de edad son 3, 7, 12, 16 y 18.

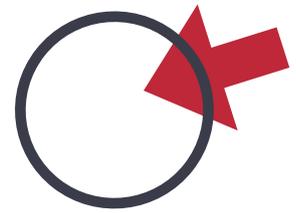


Por su parte, los sellos de contenido van acompañados de términos pictográficos sobre el contenido del juego. En estos, se indica si en el videojuego hay una presencia de violencia, sexo, discriminación, droga o lenguaje soez. Se trata de contenido audiovisual sensible para la educación de los más pequeños.

Desde hace dos años, PEGI también puso sobre la mesa una necesidad de transparencia hacia los consumidores y los jugadores. Lanzaron un nuevo icono descriptor de contenido mediante el que se informaba a los padres sobre las posibilidad de gastar dinero en un videojuego, **las compras internas de los videojuegos**.

Esta clasificación ofrece orientación a los consumidores, especialmente a los padres, para ayudarlos a decidir si comprar o no un determinado videojuego a un niño/a. **PEGI considera la idoneidad de edad de un juego, no el nivel de dificultad.**

En abril de 2020, de cara a reforzar su compromiso con el bienestar de los usuarios, PEGI anunció la incorporación de un nuevo aviso para todos los juegos que incluyan loot boxes de pago y mecánicas similares. La información se incluye en forma de aviso específico. (Compras dentro del juego: Incluye ítems aleatorios) en los envases físicos y en los escaparates digitales.

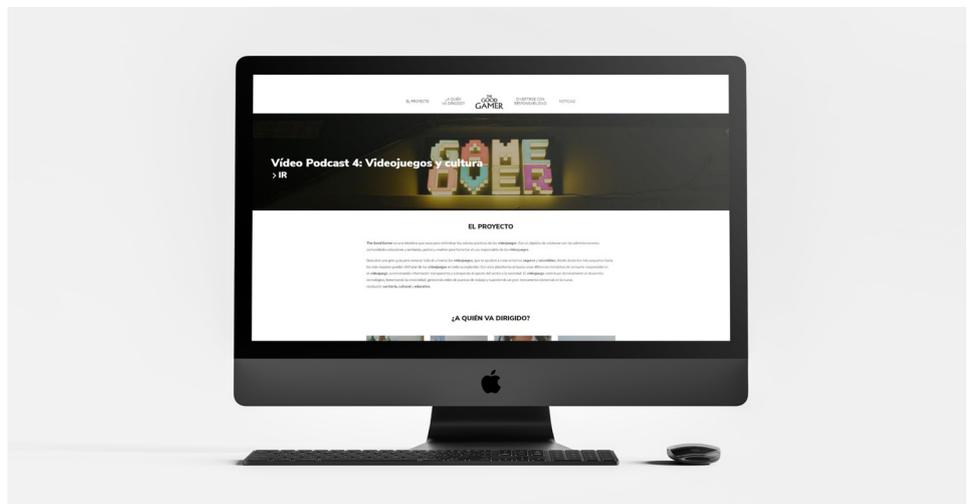


GRANDES HITOS DE 2020

Pese a las adversidades que ha traído la pandemia de la covid-19, el 2020 ha significado un año de **consolidación** y de multitud de proyectos para The Good Gamer. Durante estos 365 días se han sentado las bases para un futuro muy cercano: a través del trabajo en equipo, se ha determinado hacia dónde debe ir el proyecto y cuál debe ser su proyección real.

A continuación, queremos explicaros cuáles han sido los grandes hitos del 2020.

PÁGINA WEB THE GOOD GAMER



En 2019, con la gestación de **The Good Gamer**, se lanzó la página web con la información necesaria sobre el proyecto. Este 2020, se ha decidido rediseñarla para hacerla más clara, fácil e intuitiva para nuestro público. Además, no solo se ha mejorado la forma sino también el contenido, que ahora es más notable.

La página web de The Good Gamer es en esencia el canal principal del proyecto, puesto que es a la vez **plataforma** del contenido que genera y una **guía para el público** para resolver dudas sobre los beneficios del videojuego y las pautas para un uso responsable de estos.

Con esta renovación, la página web cumple con las necesidades básicas de **intuición** -gracias a un nuevo diseño- y **comunicación**. La plataforma se divide por espacios muy claros, segmentando los públicos a los cuales se dirige The Good Gamer (padres, profesores, médicos e instituciones), un apartado de actualidad con artículos sobre el mundo del videojuego y una pestaña con la información necesaria para aprender a divertirse con responsabilidad.





EL PROYECTO

Descripción de The Good Gamer para comprender su filosofía, su razón de ser y sus propósitos.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Esta pestaña está dividida en tres subpartados, correspondientes a los públicos objetivos de The Good Gamer. Cada uno de ellos incluye información e incluso un vídeo explicativo.

- Padres
- Profesores
- Médicos
- Instituciones



DIVERTIRSE CON RESPONSABILIDAD

En esta sección, la web ofrece todos los consejos imprescindibles para un uso responsable del juego. Hablamos de control parental, PEGI y cómo evitar compras dentro de los videojuegos.



NOTICIAS

Espacio fresco con actualidad, artículos, infografías, nuevos video-podcast. Es la pestaña más móvil de la página web, cuyo sentido es el de hacer llegar al público que The Good Gamer está más vivo que nunca.

Finalmente, la página web también ha querido apostar por más contenido audiovisual para llegar a la ciudadanía de una forma más amena y divertida. En ella, se encuentran **infografías, vídeos y videopodcast**.

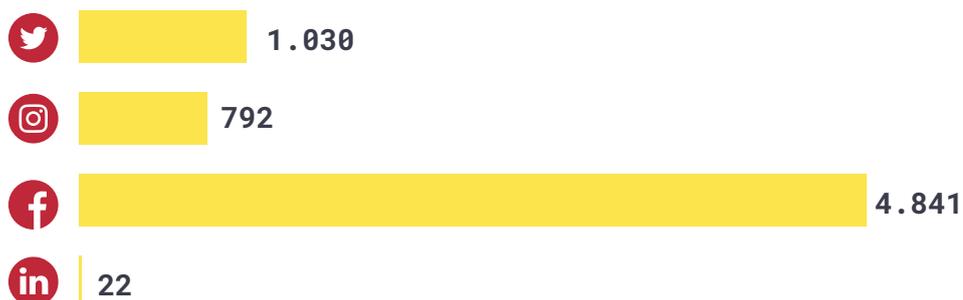


REDES SOCIALES PROPIAS

Las redes sociales son, sin lugar a dudas, el canal a través del cual poder unir comunidades y hacer llegar el mensaje a más grande escala. Hasta este 2020, The Good Gamer se comunicaba a través de las redes sociales de AEVI pero desde este año ya cuenta con Instagram, Twitter, página de Facebook y LinkedIn.

El canal de Youtube se abrió en 2019 y se ha mantenido para seguir llenándolo de contenido audiovisual.

SEGUIDORES



Con la apertura de las redes sociales, The Good Gamer ha notado un crecimiento en el conocimiento de la ciudadanía en general y de los públicos especializados respecto al proyecto. Además, son muy importantes para conocer la opinión de la comunidad y así, estar abiertos a las novedades y los retos que plantea el mundo de los videojuegos.



NUEVOS VIDEOPODCASTS

El vídeo, el contenido audiovisual, es el formato **número uno** en la actualidad. Por eso, The Good Gamer este año ha querido estar en primera línea y ofrecer al público lo que demanda día a día.

En ese sentido, el podcast tradicional que ya se venía haciendo durante el 2019 ha evolucionado a un **videopodcast**. De esta manera, se ha podido trabajar una difusión mucho más trabajada con más elementos comunicativos.

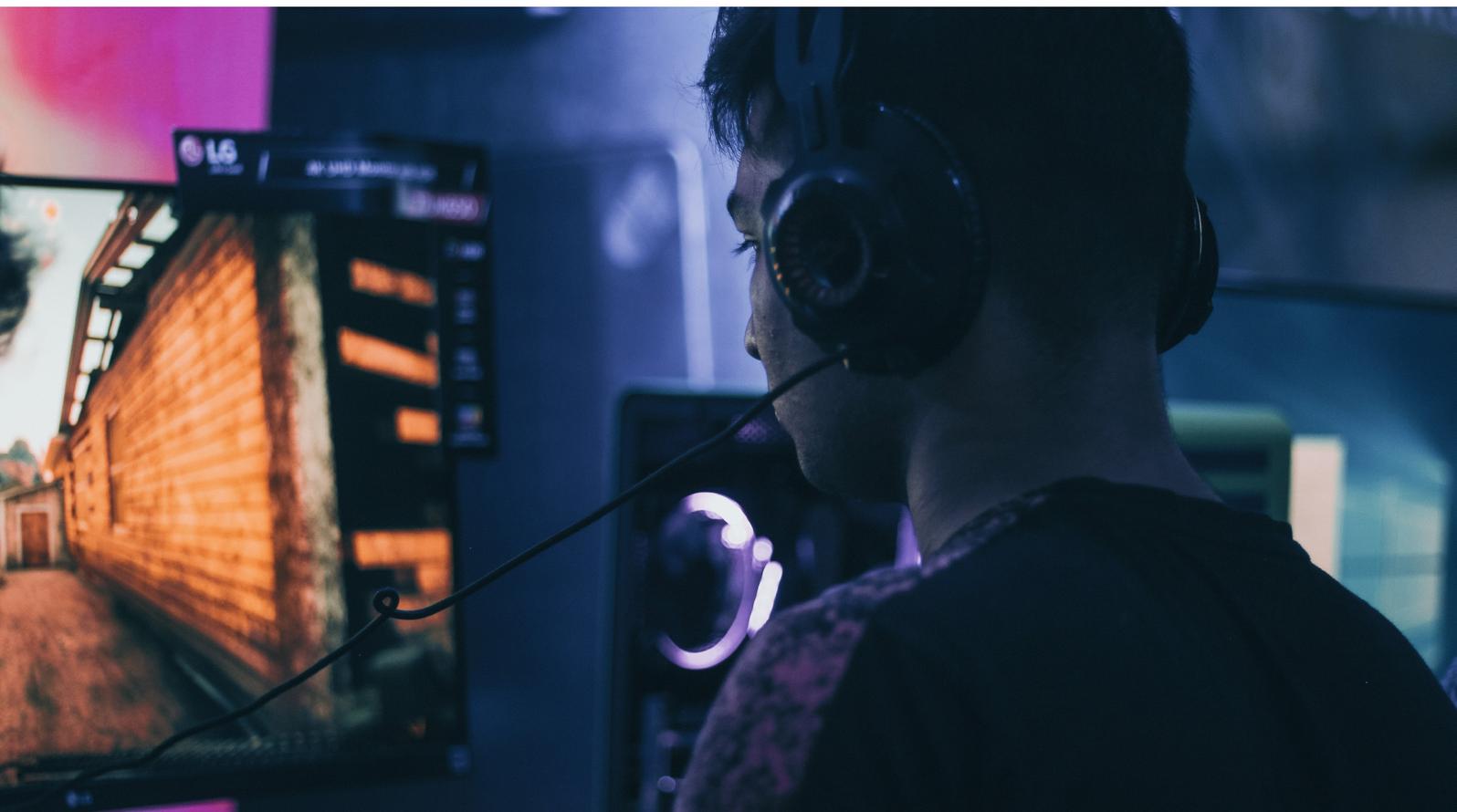
El programa empieza con la introducción contextualizada del tema escogido por la presentadora Gina Tost. A partir de ahí, la temática se vehicula con dos o tres expertos en la materia.

Gracias a la estructura, el guión, el espacio moderno y los invitados, se tratan los temas de una forma más **ágil, sintética, fresca y visual**.



LOS EXPERTOS HAN EVIDENCIADO QUE LOS VIDEOJUEGOS TIENEN MÚLTIPLES BENEFICIOS. AHORA ES EL MOMENTO DE QUE, EN PLENO SIGLO XXI, EMPECEMOS A REIVINDICARLO.

Gina Tost
Presentadora



VIDEOJUEGOS EN LUCHA POR LA INCLUSIÓN

Desde los primeros pasos, The Good Gamer es consciente de la vertiente social que también tienen los videojuegos. Es impensable hablar de The Good Gamer sin hablar de la lucha por la inclusión. AEVI y The Good Gamer apuestan cien por cien por el camino de los videojuegos para todos, no solamente hacerlos accesibles para todos cualquier tipo de diversidad funcional sino además potenciar sus beneficios para incluir a los colectivos más excluidos en la sociedad.



ACUERDO CON LA FUNDACIÓN ONCE

En diciembre de 2020, la Asociación Española de Videojuegos y Fundación ONCE firmaron un convenio de colaboración con el fin de desarrollar iniciativas cuya finalidad sean la promoción del acceso universal y la inclusión de personas con diversidad funcional.

En un mundo cada vez más inclusivo, The Good Gamer considera que los desarrolladores de videojuegos deben ir superando los retos y obstáculos que supone crear un videojuego adaptado y, sobretodo, adaptarlos a las diferentes necesidades porque no son siempre las mismas.

Entre las acciones que se llevarán a cabo gracias a esta colaboración, se creará una página web con información sobre los videojuegos mejor adaptados, realizar cursos y formaciones dirigidos a toda clase de públicos para que adquieran un mayor conocimiento sobre la falta de accesibilidad.

VIDEOPODCAST - VIDEOJUEGOS Y ACCESIBILIDAD

Antonio y Alicia, que tienen atrofia muscular espinal, lo cual dificulta su movilidad, explicaron su experiencia con los videojuegos. A través de su testimonio, el videopodcast habló sobre los beneficios de los videojuegos en personas con diversidad funcional y a su vez, los retos que tienen los programadores para crear un mundo más inclusivo, **donde juguemos todos.**

Entrevistados por Gina, Antonio y Alicia explicaron que los videojuegos no solamente les han ayudado a socializar, conocer gente y entretenerse sino que también les han aportado mejoras físicas, puesto que entrenan la agilidad y la coordinación.

HE LLEGADO A CONOCER GENTE GRACIAS A LOS VIDEOJUEGOS Y TAMBIÉN SUPONE UN GRAN RETO PERSONAL. ¡PASARME EL DARK SOUL FUE UNA CATARSIS!

Alicia Guardedeño

Entrevistado en el vídeo podcast 3

LAS BARRERAS DEPENDEN DE CADA DISCAPACIDAD. YO TENGO AMIGOS QUE SON CIEGOS QUE ME DAN PALIZAS EN EL STREET FIGHTER PORQUE PUEDEN SON RÁPIDOS Y PUEDEN JUGAR SIN VER

Antonio Ignacio Martínez

Entrevistado en el vídeo podcast 3



COLABORACIÓN CON AYUDA EN ACCIÓN

En pleno confinamiento, marzo del 2020, AEVI anunció la firma de un convenio de colaboración con la ONG Ayuda en Acción, para realizar proyectos y acciones que vayan en beneficio de la infancia, sobretodo -y siendo conocedores de los efectos de la pandemia- reducir la brecha digital y de género en España. Al mismo tiempo, desde la base de The Good Gamer, la colaboración tiene el objetivo de promocionar el uso responsable de los videojuegos en entornos familiares, escolares y de ocio.

Entre las acciones planteadas se encuentra la captación de fondos, eventos orientados a la divulgación de la infancia más vulnerable del país y el apoyo en la red de más de 30 colegios en los que ya colabora la ONG, con el fin de formar profesores en herramientas digitales y proyectos innovadores tecnológicamente.

ES IMPORTANTE ACERCAR A LOS MÁS PEQUEÑOS LOS REFERENTES FEMENINOS DEL MUNDO DIGITAL, TECNOLÓGICO Y CIENTÍFICO. ES IMPORTANTE QUE LAS JÓVENES VEAN QUE EN LAS COMPETENCIAS STEM HAY TODO UN ÁMBITO EN EL QUE PUEDAN DESARROLLAR SUS VOCACIONES

Marta Marañón

Directora de Relaciones Institucionales de Ayuda en Acción

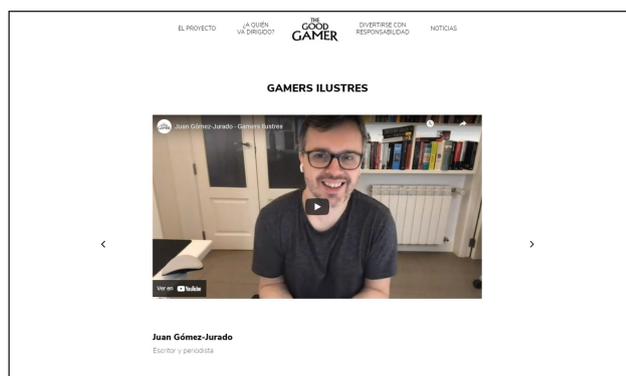
VÍDEO 'JUEGA A VIDEOJUEGOS CON SEGURIDAD'

Otra de las acciones comunicativas que The Good Gamer lanzó este 2020 fue el vídeo 1,2,3 Juega a Videojuegos con Seguridad. En un vídeo de tan solo 38 segundos, de manera muy visual y didáctica, se transmitieron las bases de un juego responsable para los menores de edad.

El vídeo fue dirigido hacia los padres, a modo de guía con una serie de recomendaciones (como el control parental) para mantener intacta la salud -física y mental- de sus hijos/as.

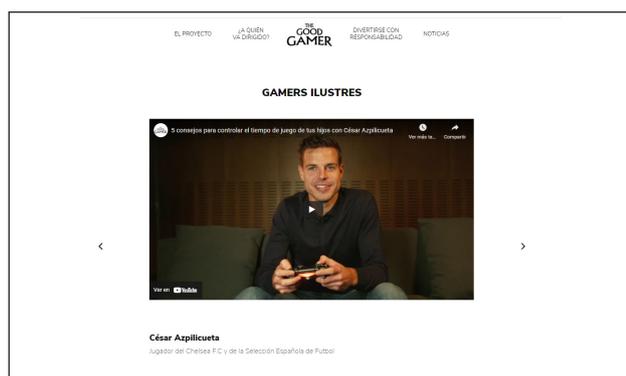
GAMERS ILUSTRES

Con la idea de romper la imagen predefinida y estigmatizada de los jugadores de videojuegos, desde The Good Gamer este año se ha querido dar voz y difundir a "Gamers ilustres". Es decir, intelectuales, famosos, personas conocidas e ilustres de nuestro país que nos hablan sobre su experiencia como Gamers y los beneficios que han encontrado en los videojuegos. Los videojuegos forman parte de nuestra vida cotidiana y de nuestro ocio. A través de su figura y aprovechando la fuerza de la comunidad que les siguen, se ha querido explicar que con responsabilidad, se puede disfrutar del juego. Este proyecto consiste en divulgar un vídeo breve, de máximo 2 minutos, donde la persona entrevistada comenta los beneficios y su experiencia jugando a videojuegos. Una vez colgados en la página web, permiten interactuar en redes sociales.



PARA MÍ, SIGNIFICAN FELICIDAD, NO SÉ EXPLICARLO DE OTRA FORMA

Juan Gómez Jurado
Escritor y periodista, novelista español de éxito

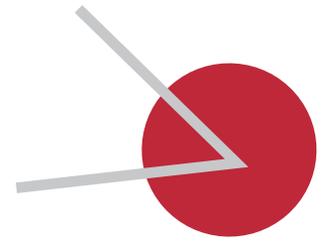
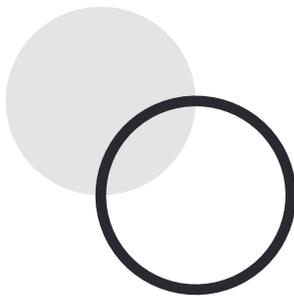


TE ANIMO A QUE ESTABLEZCAS CIERTOS CONTROLES A LA NUEVA CONSOLA QUE TRAIGAS A CASA, YO LO HAGO CON MIS HIJOS, ESTOS SON MIS CONSEJOS

César Azpilicueta Tanco
Futbolista navarro

INFOGRAFÍAS

Este año **The Good Gamer** se propuso ser más moderno, más actual. ¡Y así lo está consiguiendo! Hemos creado infografías con un tono más pedagógico y didáctico para hacer llegar a padres, profesores, instituciones y jugadores, las temáticas que giran entorno a los valores de The Good Gamer.



LOS VIDEOJUEGOS EN LA HISTORIA

El videojuego como elemento de ocio cultural **está plenamente asentado en nuestra sociedad**, además con una difusión global. **Las posibilidades de transmisión cultural** son factores dignos de tener en cuenta en el momento de abordar el establecimiento de conceptos, ideas e iconos por parte de las nuevas generaciones, ya identificadas como nativos digitales.

Para que un videojuego sea **histórico**, tiene que tener una cierta **fiabilidad histórica**, tienen que tener una cierta **verosimilitud**.

El **profesor** debe conocer el juego, saber qué espera de él para poder definir correctamente sus **objetivos didácticos**, y finalmente, debe poder **resolver los problemas técnicos** que surjan en clase.

Uno de los mayores **beneficios del videojuego** como medio es su **carácter interactivo**, es decir, que a diferencia de libros o películas, donde solo somos simples lectores o espectadores pasivos delante de la información, dentro del videojuego es posible intervenir de un modo u otro en la acción.

Los **videojuegos históricos** aportan un gancho atractivo para el **aprendizaje** y pueden ayudar a comprender **conceptos complejos**, pero su uso didáctico siempre ha de hacerse con un docente de por medio para que exista un aprendizaje real.

Los videojuegos son un **gran catalizador para aprender historia**, pero no han de ser el **único recurso didáctico**.

No cualquier videojuego histórico sirve de la misma manera, se tienen que **adaptar a las necesidades del temario y los alumnos**.

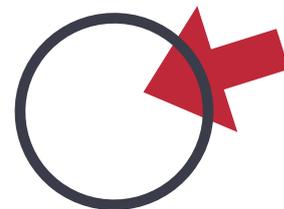
Los expertos recomiendan los **videojuegos estratégicos** como el género mejor posicionado para enseñar historia.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- <https://www.safika.com/videojuegos/estos-videojuegos-metodologia-profesores-que-quieren-enseñar-historia-a-sus-alumnos-gaming>
- <https://www.historyayvideojuegos.com/proyecto/>
- <https://thegoodgamer.es/descubre-la-historia-a-traves-de-los-videojuegos/>

08

Metodología



METODOLOGÍA: UNA COMBINACIÓN DE FUENTES



La dimensión del mercado español del videojuego en el año 2020 se ha calculado a través de diversas fuentes:

MERCADO FÍSICO (FACTURACIÓN/UNIDADES: HARDWARE, SOFTWARE Y ACCESORIOS):

- Games Sales Data (GSD)

MERCADO DIGITAL (PLATAFORMAS DIGITALES Y APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES):

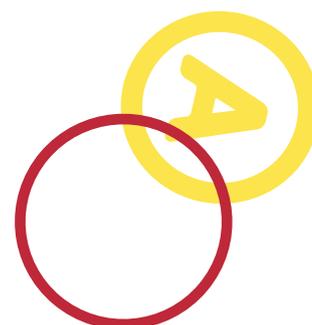
- GSD y Gametrack

PERFIL DE LOS VIDEOJUGADORES:

- Gametrack
- E-sports:
- Newzoo



Los indicadores sobre el mercado de videojuegos en 2020 han sido principalmente proporcionados por Games Sales Data (GSD). GSD es el panel de referencia, a nivel europeo, para el mercado de videojuegos, impulsado recientemente por la Federación Europea de Software Interactivo (ISFE). GSD incorpora los datos de ventas de producto físico (compras realizadas en tiendas minoristas y tiendas online) y del mercado digital (compras de videojuegos realizadas a través de las plataformas digitales Sony Playstation Network -PSN-, Microsoft Xbox Live y Steam).



MERCADO FÍSICO

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

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

MERCADO DIGITAL Y PERFIL DE VIDEOJUGADORES

Para reflejar la evolución del mercado digital de videojuegos entre los ejercicios 2020 Y 2021, y para mostrar las características de los videojugadores españoles se han utilizado los datos de Gametrack.

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

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

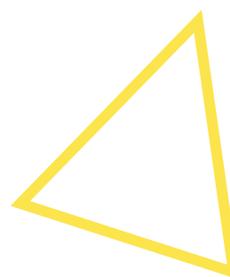
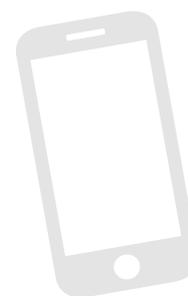
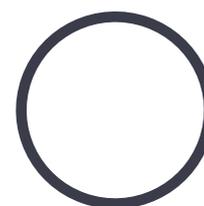
Gametrack extrapola los datos de GSD para estimar el mercado total (todos los editores, todas las plataformas y todas las compras -juegos completos, microtransacciones, etc-). La metodología de extrapolación de GameTrack se basa en dos elementos principales:

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

E-SPORTS

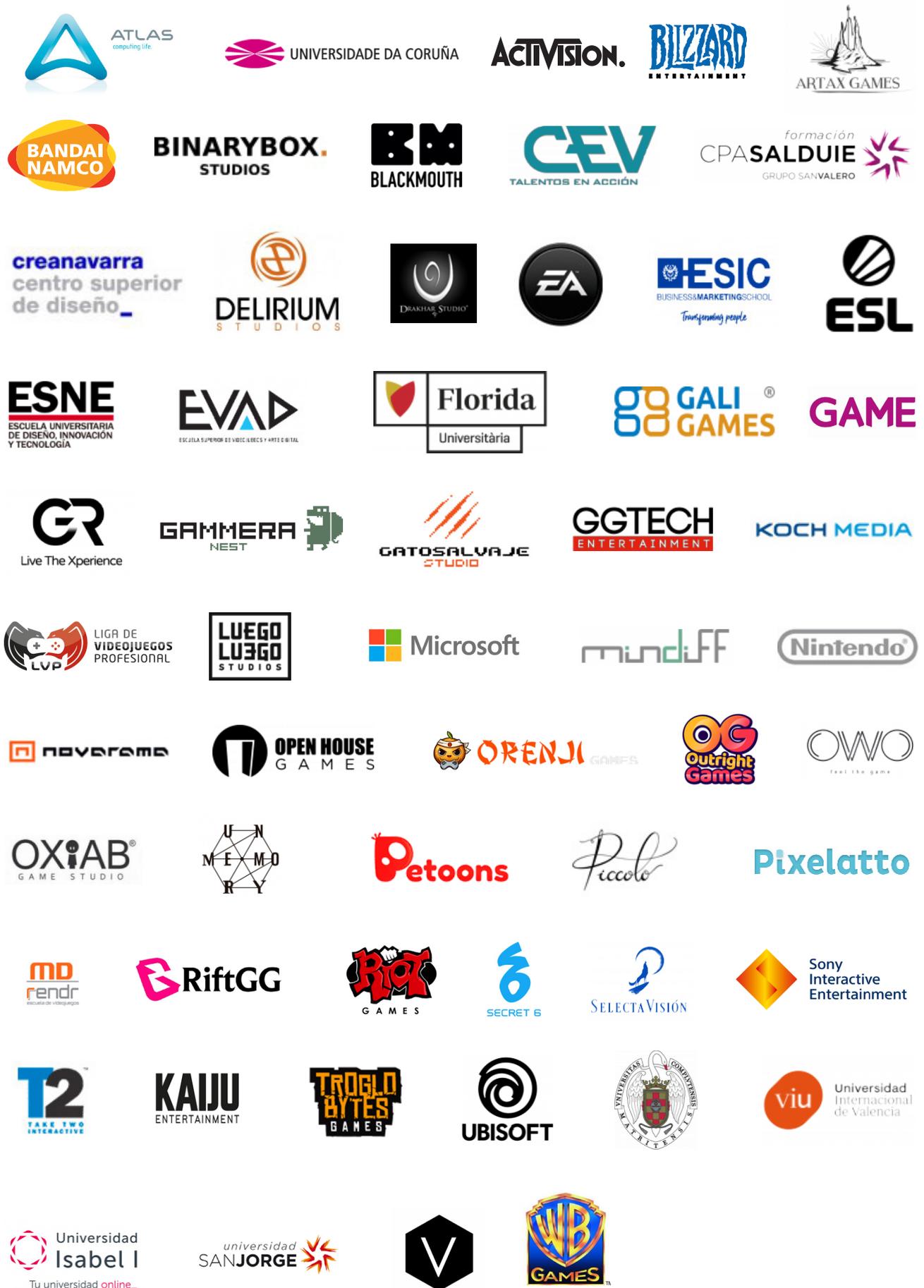
Los principales datos y magnitudes que se recogen en relación a los e-sports se han extraído de los datos de la consultora Newzoo, que en su informe anual sobre el mercado global de los e-sports recoge las predicciones de tendencias, ingresos y jugadores por segmento, información del consumidor, a nivel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

También se han recogido cifras del informe de Deloitte "Let's Play" y el Informe de PayPal "Europa y los esports: Alta participación y un potencial aún mayor"



09

Asociados





A E V I
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS

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

LLYC