

Con el apoyo de

ICEX España
Exportación
e Inversiones



LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS 2019



Promovido por



INTRODUCCIÓN

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

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

Esta edición el informe también se ha realizado gracias a la información aportada por los estudios españoles de desarrollo de videojuegos mediante una exhaustiva encuesta realizada durante 2019.

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

Gracias a su creatividad y saber hacer, la industria de desarrollo de videojuegos se encuentra en continua ebullición y representa una mina de oportunidades que cualquier empresa, administración pública o inversor privado debería tener en consideración.

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

10 MEDIDAS PARA INCENTIVAR LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGO EN 2020

1. ESTABLECER UN INCENTIVO FISCAL A LA PRODUCCIÓN DE VIDEOJUEGOS

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

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

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

3. DAR CONTINUIDAD A LOS PROGRAMAS DE AYUDAS AL SECTOR

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

4. CREAR UNA MODALIDAD DE EMPRESA SIN ACTIVIDAD ECONOMICA

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

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

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

6. PROFESIONALIZAR E INTERNACIONALIZAR LAS EMPRESAS PEQUEÑAS

- **¿Qué hacer?** Dotar de recursos a las micro y nanoempresas productoras de videojuegos para que puedan contratar asesoramiento experto en temas transversales como marketing y PR que les facilite el acceso a los mercados internacionales.
- **¿Por qué?** Hay una escasez en España de profesionales expertos en estos campos y las micro y nanoempresas de videojuegos no disponen de los recursos necesarios para contratar servicios externos. La compartición de costes (con ayudas públicas) permitirá acceder a profesionales de nivel internacional que deben marcar diferencias.
- **Impacto:** Aumentar la visibilidad de los juegos españoles en los principales mercados internacionales del videojuego: Norteamérica, Asia-Pacífico y Europa.

7. FOMENTAR LA CREACIÓN DE EMPLEO

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

8. ATRAER A PUBLISHERS E INVERSORES A ESPAÑA

- **¿Qué hacer?** Atraer a España a los principales *publishers* e inversores especializados internacionales, mediante incentivos al establecimiento de filiales locales.
- **¿Por qué?** En España faltan *publishers* locales que puedan patrocinar el lanzamiento de los juegos en mercados internacionales.
- **Impacto:** Más juegos españoles con éxito internacional. Transferencia de conocimiento y creación de un ecosistema local.

9. FOMENTAR LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LA INDUSTRIA

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

10. TENER PRESENCIA EN EL MERCADO CHINO

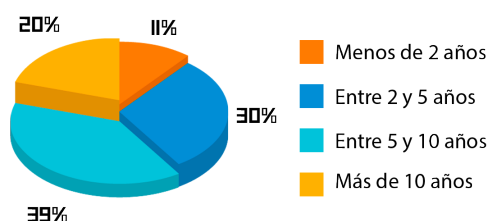
- **¿Qué hacer?** Habilitar recursos en las Oficinas Económicas y Comerciales de las Misiones Diplomáticas de España en China para apoyar a las empresas españolas que publican juegos en el mercado chino.
- **¿Por qué?** Las normativas chinas obligan a las empresas que quieran publicar juegos en el país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

COMPOSICIÓN EMPRESARIAL

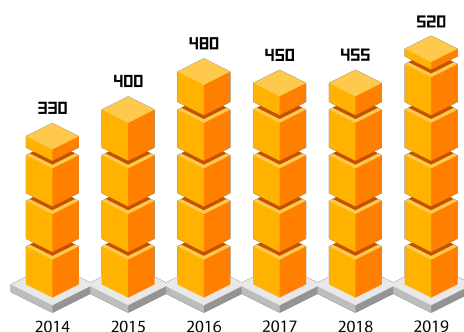
El censo español de empresas legalmente establecidas y constituidas que se dedican al desarrollo y a la producción de videojuegos asciende a 520.

El 80 % de las empresas activas se creó en los últimos 10 años. En 2019 España se ha ido recuperando del parón de crecimiento en volumen de empresas de videojuegos que sufrió en 2017 y 2018 y ha retomado el camino iniciado en 2016.

Distribución de las empresas por antigüedad



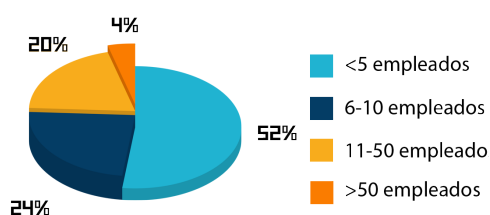
Evolución del número de empresas censadas en España



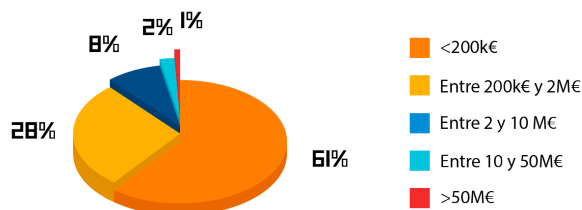
Existe cierta incertidumbre sobre la evolución futura del censo del sector. Por un lado, existe un gran potencial de crecimiento, habiéndose censado alrededor de **250 proyectos a la espera de constituirse como entidad legal**. Sin embargo, se ha detectado un centenar de empresas sin actividad y que por lo tanto podrían correr el riesgo de desaparecer.

El gran incremento del número de empresas durante la última década no ha ido de la mano de una consolidación que haya permitido su crecimiento sostenible. El resultado es **un tejido empresarial extremadamente polarizado, compuesto por una amplia base de microempresas**. El 61 % de las empresas factura menos de 200.000 euros y el 75 % emplea a menos de 10 personas.

Distribución de las empresas por empleados



Distribución de las empresas por facturación

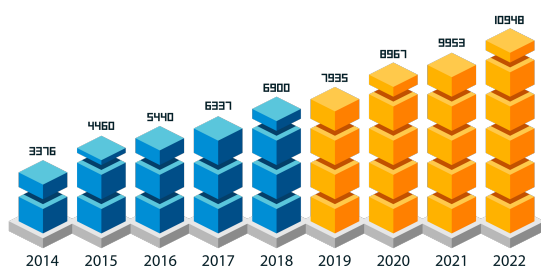


FACTURACIÓN Y EMPLEO DEL SECTOR

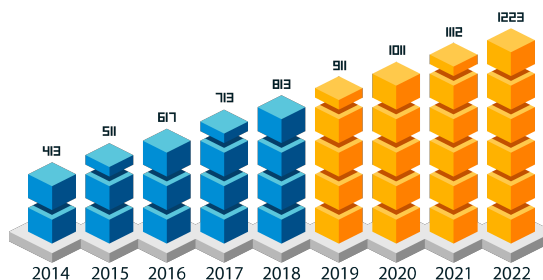
El sector productor de videojuegos españoles **facturó en 2018 813 millones de euros, un 14,0 % más que 2016**. De la misma manera, **incrementó su plantilla en 2018 en un 8,9 %, alcanzando los 6.900 profesionales**.

Según las previsiones, la facturación crecerá a un ritmo anual del 10,7 % (CAGR 2018-2022), lo que supondría **alcanzar en 2022 los 1.223 millones de euros**. De la misma manera, podemos estimar un crecimiento del empleo a una tasa compuesta anual (CAGR 2018-2022) del 12,2 %, hasta llegar a **los 11.000 empleos directos en 2022**.

Evolución real y prevista del empleo en el sector



Evolución real y prevista de la facturación en el sector (M€)



Sin embargo, **se trata de un crecimiento que se debe en su mayor parte a las empresas de gran tamaño**. El 44 % de la facturación del sector corresponde a las empresas con facturación superior a los 50 millones de euros. Asimismo, el 46 % del empleo lo conforman aquellas empresas con una plantilla superior a los 50 empleados.

Por otro lado, las microempresas que facturan menos de 2 millones de euros y emplean a menos de 10 personas suman juntas solamente el 8 % de la facturación y el 7 % del empleo.

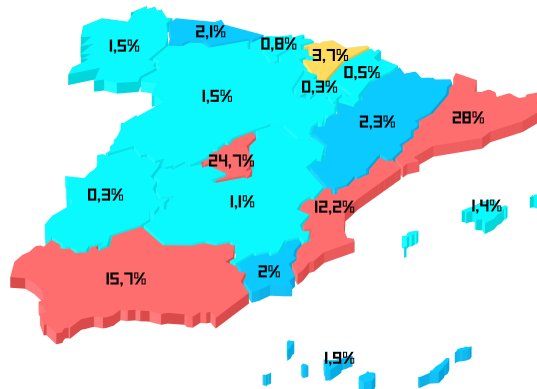
Distribución de la facturación y del empleo en el sector por tamaño de empresas



PRINCIPALES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

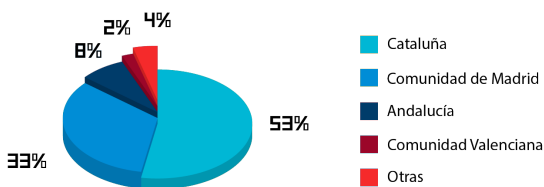
La mayor parte de las empresas se concentran en cuatro comunidades autónomas: **Cataluña**, la **Comunidad de Madrid**, la **Comunidad Valenciana** y **Andalucía**.

Distribución territorial de las empresas y estudios de videojuegos

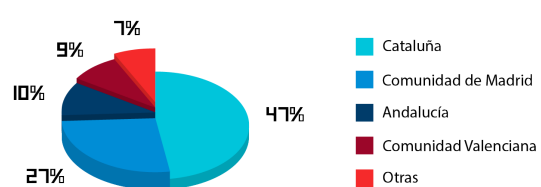


Cataluña mantiene, con diferencia, su liderazgo siendo el principal polo de la industria española del videojuego. Con el 28 % de empresas, supone el 53 % de la facturación y el 47 % del empleo de todo el sector.

Distribución de la facturación por CC.AA.



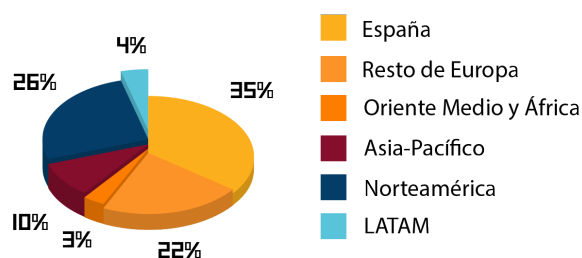
Distribución del empleo por CC.AA.



ACTIVIDAD INTERNACIONAL

La industria productora de videojuegos es altamente exportadora, ya que el **65 % de los ingresos proviene de los mercados internacionales**. Teniendo en cuenta la posición dominante de la región Asia-Pacífico en el consumo de videojuegos mundial, hay un gran margen de crecimiento para las empresas españolas dirigiendo sus esfuerzos hacia ese mercado.

Distribución de la facturación por regiones



ACTIVIDAD Y MODELOS DE NEGOCIO

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

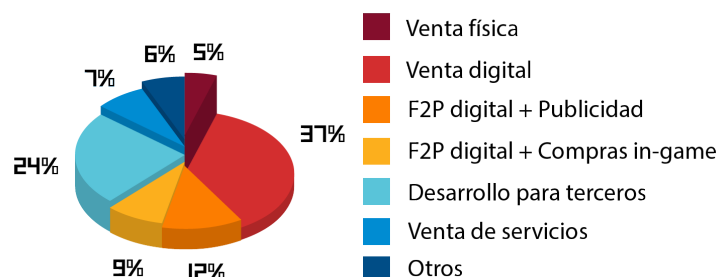
Una de cada cuatro empresas desarrolla serious games. El 21,4 % de los juegos publicados en 2018 se enmarcó en esta tipología y se dirigieron, especialmente, al sector de la Educación, seguido del de la Cultura y del de la Sanidad.

Tipología de actividades realizadas



Los modelos de negocio digitales son los que más facturación generan de media para las empresas españolas de videojuegos: en primer lugar la venta digital, seguida por los modelos de negocio *free to play* con monetización por publicidad o compras *in-game*. Los videojuegos por encargo, de media, ya representan un cuarto de los ingresos del sector.

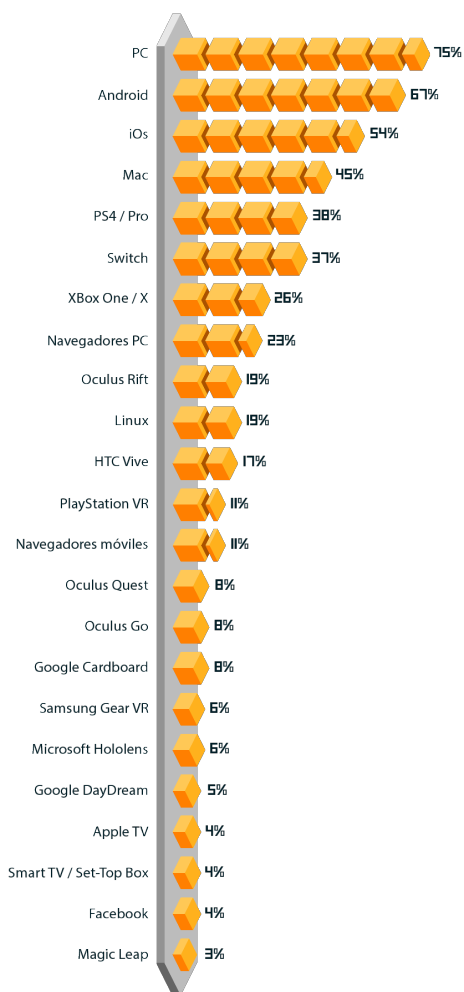
Distribución de la facturación por modelo de negocio (% de facturación)



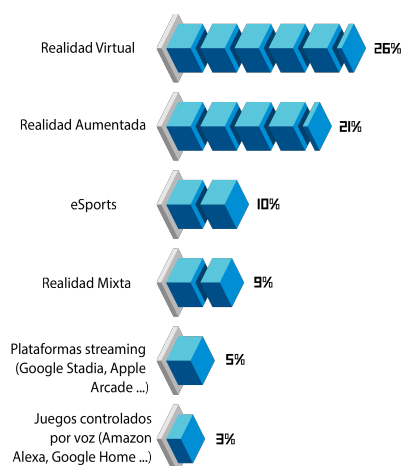
PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS

La plataforma más utilizada por las empresas y estudios españoles sigue siendo el **ordenador** (PC y MAC). Le siguen los **dispositivos móviles** (Android por encima de iOS), aunque su uso está decreciendo de forma importante. En tercer lugar aparecen los desarrollos para consola, donde domina el desarrollo para PS4 / Pro, aunque la consola de Nintendo podría llegar a dominar su segmento el próximo año.

Plataformas utilizadas



Principales tendencias



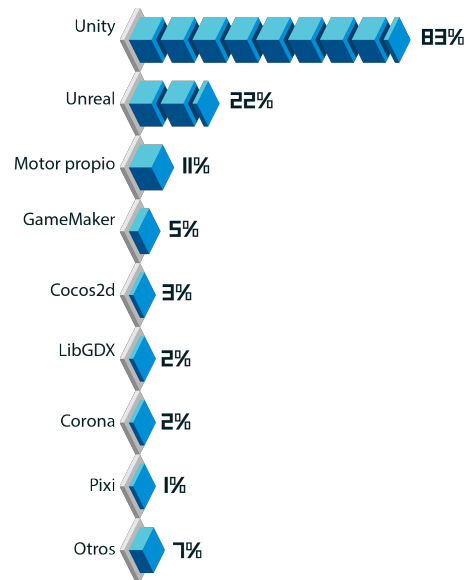
Aunque los datos varían sensiblemente por Comunidad Autónoma, los desarrollos para tecnologías emergentes como VR/ AR/ XR aún están lejos de ser dominantes en el sector, aunque son Realidad Virtual y Aumentada las tendencias emergentes más frecuentes en la producción española de videojuegos, seguida de contenidos vinculados con e-sports.

Unity es el motor de juego leader del mercado en España, ya que el 83% de las empresas lo utiliza.

Le sigue a mucha distancia Unreal, con un 22%.

Destaca el hecho de que una empresa sobre diez utiliza motores propios, lo que pone en evidencia las inversiones en I+D+i del sector.

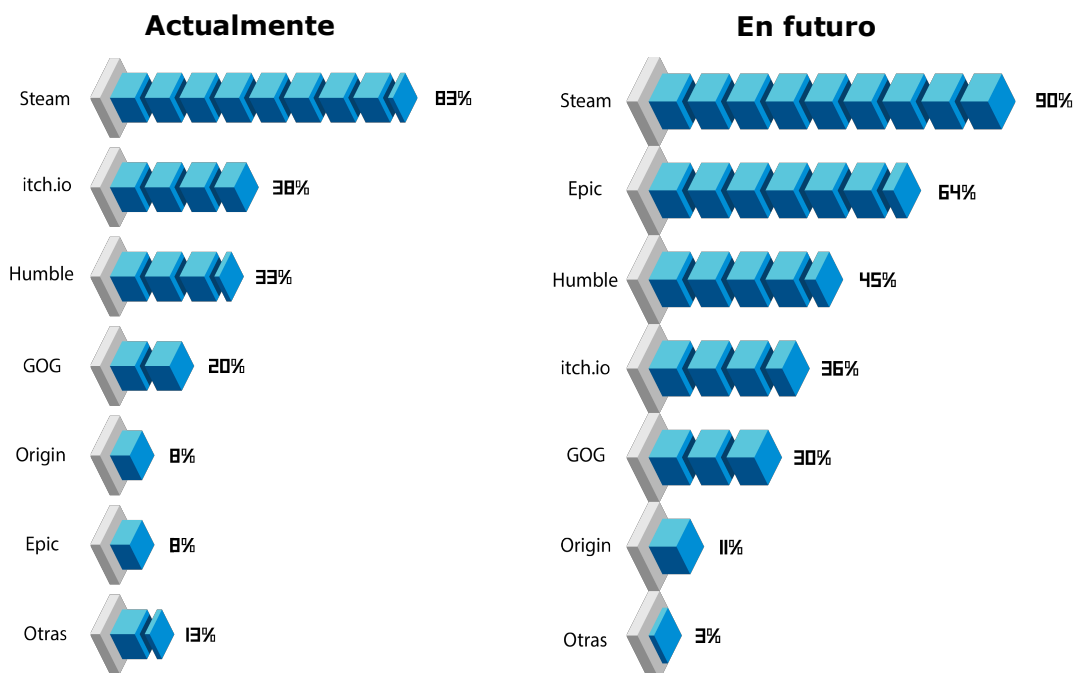
Herramientas utilizadas (% de empresas)



El 83 % de los estudios de videojuegos españoles utiliza STEAM para comercializar sus videojuegos. STEAM es una plataforma global con impacto internacional pero que en la actualidad se encuentra muy saturada.

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

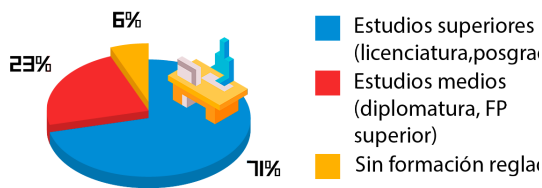
Tiendas digitales utilizadas (% empresas)



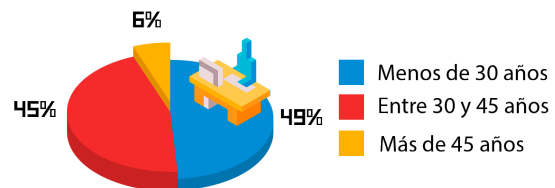
EMPLEO Y PERFILES PROFESIONALES

La industria de desarrollo y producción de videojuegos se reconfirma como un **sector de empleo joven y cualificado**: el 49 % de los/as empleados/as tiene menos de 30 años y solamente el 3 % supera los 45 años; el 71 % han cursado estudios superiores (licenciatura, posgrado) y el 23 % estudios medios (diplomatura, FP superior); además, el 65 % del empleo posee un contrato de carácter indefinido.

Empleo de la industria por titulación (% empleo)

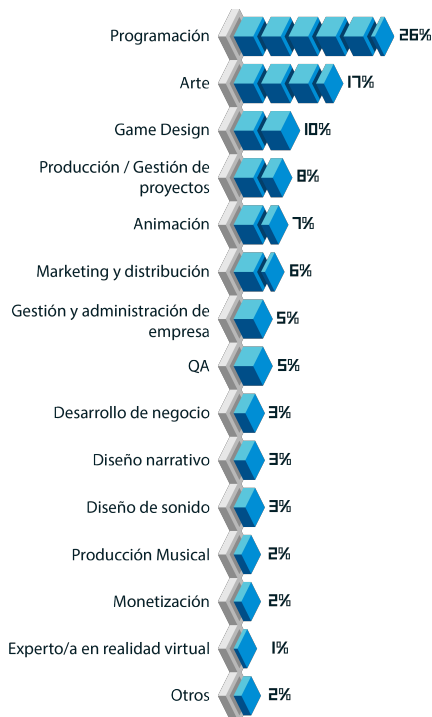


Empleo de la industria por edad (% empleo)

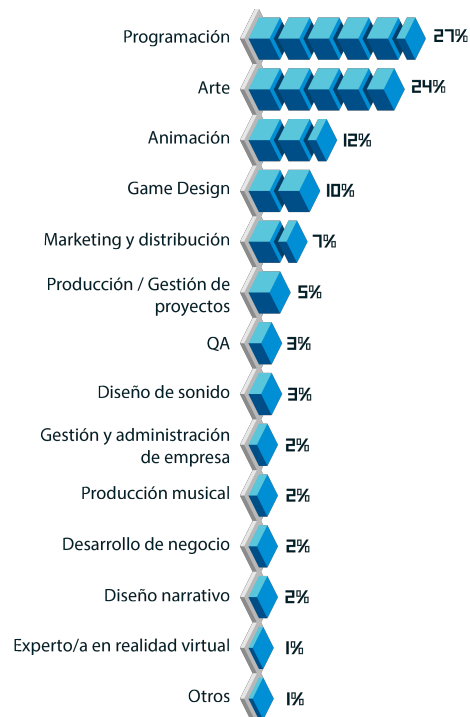


Los programadores lideran el *ranking* del empleo, ocupando un 26 % de los puestos de trabajo del sector y el 27 % de las ofertas de trabajo, seguido de artistas, que ocupan un 17 % de los puestos de trabajo y un 24 % de las ofertas. Sendas gráficas muestran la gran variedad de perfiles profesionales que pueden incorporarse a la industria de los videojuegos.

Distribución de los perfiles profesionales



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



La presencia de la mujer en la industria sigue siendo un reto, ya que **el empleo femenino solo alcanza el 16 %**, lo que contrasta con el equilibrio que hay en cuanto a *gamers*.

NECESIDADES DE FORMACIÓN

El 57 % de las empresas del sector sigue teniendo dificultad a la hora de encontrar en el mercado perfiles profesionales con formación adecuada, a pesar de que en España existe una amplia oferta formativa de grados, másteres, formación profesional y cursos.

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

Principales razones de la dificultad de encontrar profesionales con la formación adecuada



Entre los perfiles para los cuales resulta más difícil encontrar profesionales con la formación adecuada, en primer lugar encontramos nuevamente la programación, seguida por el *game design*, el *marketing* y distribución, el arte y la producción y gestión de proyectos.

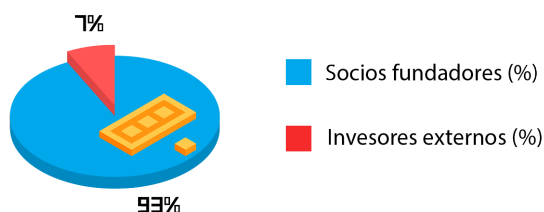
Profesionales con formación adecuada más difíciles de encontrar



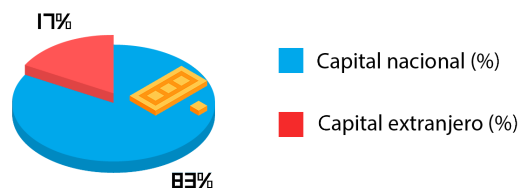
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

De media, el **93 % del capital social de las empresas procede únicamente de los socios fundadores**. Por otro lado, el capital extranjero de media solamente representa de media el 17 % del capital social de las empresas españolas, aunque en los últimos años ha experimentado un cierto crecimiento.

Composición del capital social

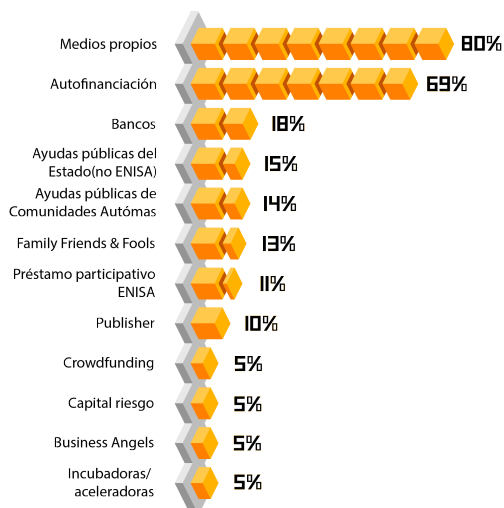


Distribución del capital por procedencia

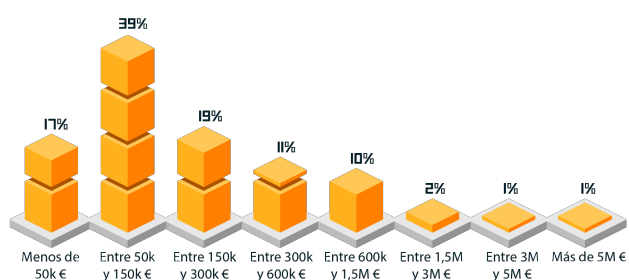


El 78 % de las empresas necesita financiación pero, hoy en día, esta proviene en el 80 % de los casos de recursos propios de los fundadores y en el 69 % de las empresas de la autofinanciación como consecuencia de su actividad.

Fuentes de financiación de la actividad (% de empresas)



Nivel de financiación que necesitan las empresas (% de empresas)

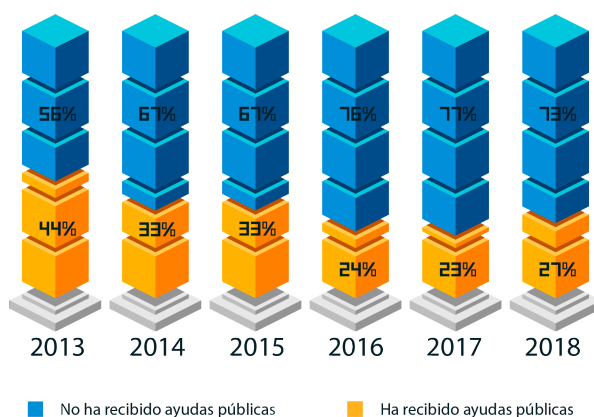


El 58 % de las empresas de videojuegos españolas ha tenido la ocasión de presentar sus proyectos a inversores. Para el 86 % de las empresas, la financiación necesitada es inferior a 600.000 euros.

ACCESO A AYUDAS PÚBLICAS

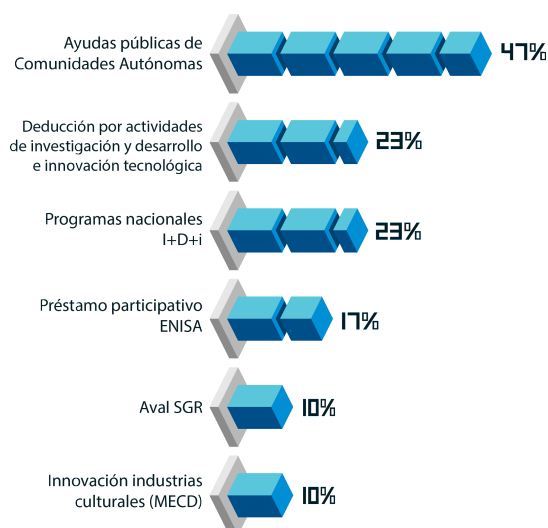
El apoyo público representa un reto importante, ya que en 2018 **solamente el 27 % de las empresas se benefició de algún programa de ayudas**. Si analizamos la participación del sector en programas de ayuda, se evidencia una preocupante tendencia a la baja: en 2013 ese porcentaje fue del 44 %, casi el doble.

% de empresas que han recibido ayudas públicas (evolución)



Las ayudas públicas a las que han tenido acceso los estudios de videojuegos en 2018 son, principalmente, las de las comunidades autónomas y las deducciones fiscales por actividades de I+D+i.

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



EL RETO DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

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

Principales 10 mercados mundiales en 2019

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

Industria del videojuego en los principales países

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

DAFO

INDUSTRIA ESPAÑOLA DE PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Escaso número de estudios de tamaño grande y mediano que puedan absorber la oferta disponible de profesionales.• Ante la falta de oportunidades, gran número de profesionales se ven abocados al emprendimiento sin disponer de las necesarias vocaciones empresariales.• Predominancia de micropymes (estudios indie), con falta del capital necesario y carencias en gestión empresarial para finalizar con éxito sus proyectos y, posteriormente, posicionar sus productos en los mercados internacionales.• La infravaloración de los activos intangibles (PI) hace imposible encontrar vías de financiación tradicional.• El 97% del capital se financia con recursos propios, lo que apunta a la nula confianza de inversores ajenos.• Falta de editores locales (<i>publishers</i>) que puedan patrocinar el lanzamiento de los juegos en mercados internacionales.• Los inversores generalistas no ven atractivo en el sector por desconocimiento y falta de incentivos.• Políticas públicas de apoyo no adaptadas a las necesidades del sector.• Falta de profesionales con competencias especializadas, lo que obliga a algunas empresas grandes y medianas a captar talento extranjero.• Mercados saturados e insostenibles para los juegos independientes.	<ul style="list-style-type: none">• Fracaso de la mayoría de las startups y empresas pequeñas (estudios indie).• La falta de capital inversor con vocación de permanencia pone en riesgo a los estudios de tamaño mediano que están abocados a financiar nuevos proyectos con recursos propios.• Oferta de empleo insuficiente para absorber la siguiente generación de egresados de grados y másteres, lo que generará frustración y una posible caída de la demanda de formación.• Deslocalización de los estudios más grandes y exitosos en otros países con un ecosistema más completo y favorable.• Pérdida del talento de nuestros mejores creativos y profesionales, que son atraídos por proyectos extranjeros.• Frustración de los inversores, que se dirigirían a otros sectores o a otros países.

Fortalezas

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

Oportunidades

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

INICIATIVAS DESTACADAS DE DEV



"Las 3D de la Financiación de Videojuegos: Detectar, Destinar, Devolver" es un informe que pretende poner en conocimiento tanto la oferta de capital como la demanda de proyectos invertibles, en un trabajo que busca conectar a ambos colectivos a través de una mayor concienciación sobre sus características y procesos asociados.

Descárgalo gratuitamente aquí: <http://dev.org.es/3dfinanciacion>

GAMES@360

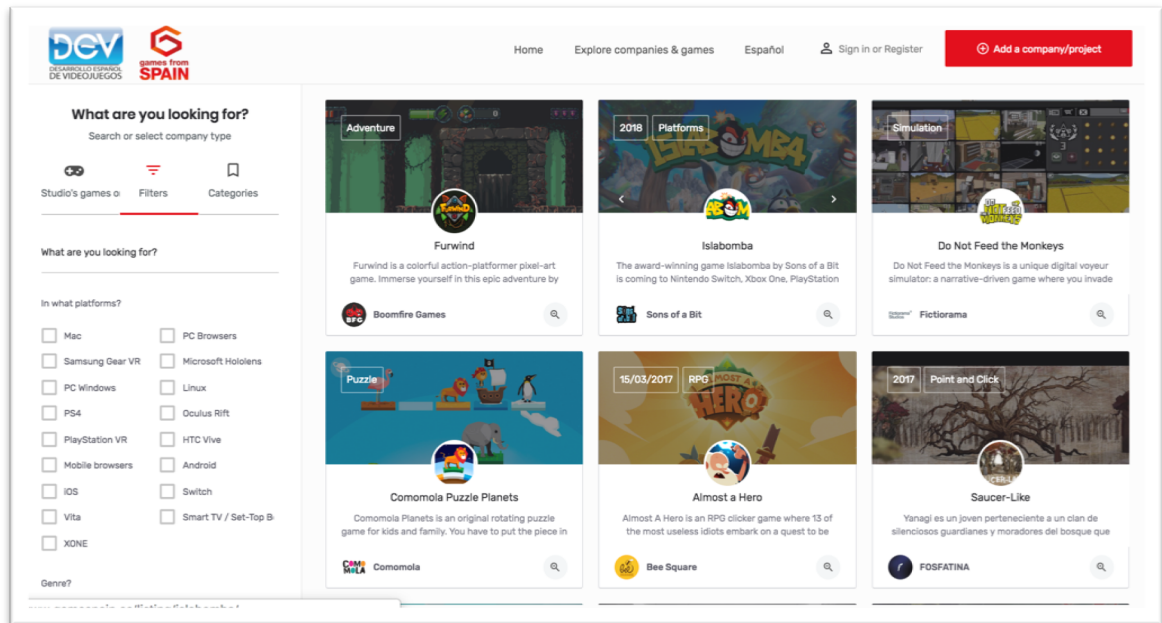
Guía para la aplicación de tecnologías, metodologías y mecánicas del videojuego a otras industrias

transmedia - gamificación - serious games - advergaming - industria 4.0



"GAMES@360: guía para la aplicación de tecnologías, metodologías y mecánicas del videojuego a otras industrias" es un informe que pretende dar a conocer los principales beneficios que pueden obtener las demás industrias colaborando con empresas creadoras de videojuegos, llevando a cabo proyectos transmedia y crossmedia, desarrollando serious games, advergaming y estrategias de gamificación, además de servicios orientados a la Industria 4.0.

Descárgalo gratuitamente aquí: <http://dev.org.es/games360>



Registra gratuitamente tu empresa, tus proyectos y servicios en GameSpain.es, el primer directorio interactivo online de la industria española del videojuegos:

- Estudio de desarrollo de videojuegos
- Publisher
- Compañías de servicios
- Inversores
- Centros educativos

Regístrate en GameSpain.es y aparecerás en la guía oficial de ICEX en todos los eventos y mercados internacionales a los que asiste bajo la marca **Games from Spain**: Gamescom, Tokyo Game Show, Game Connection America, GDC,...

<http://www.gamespain.es/>

CON EL APOYO DE:



FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL



CON LA COLABORACIÓN DE:



UNA MANERA DE HACER EUROPA

**LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO
ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS**

EDICIÓN DE 2019

Promovido por



**DEV - Asociación Española de Empresas Productoras y
Desarrolladoras de Videojuegos y Software de
Entretenimiento**

Velázquez, 94, 1ª planta - 28006 Madrid

www.dev.org.es | info@dev.org.es

 @DEV_es