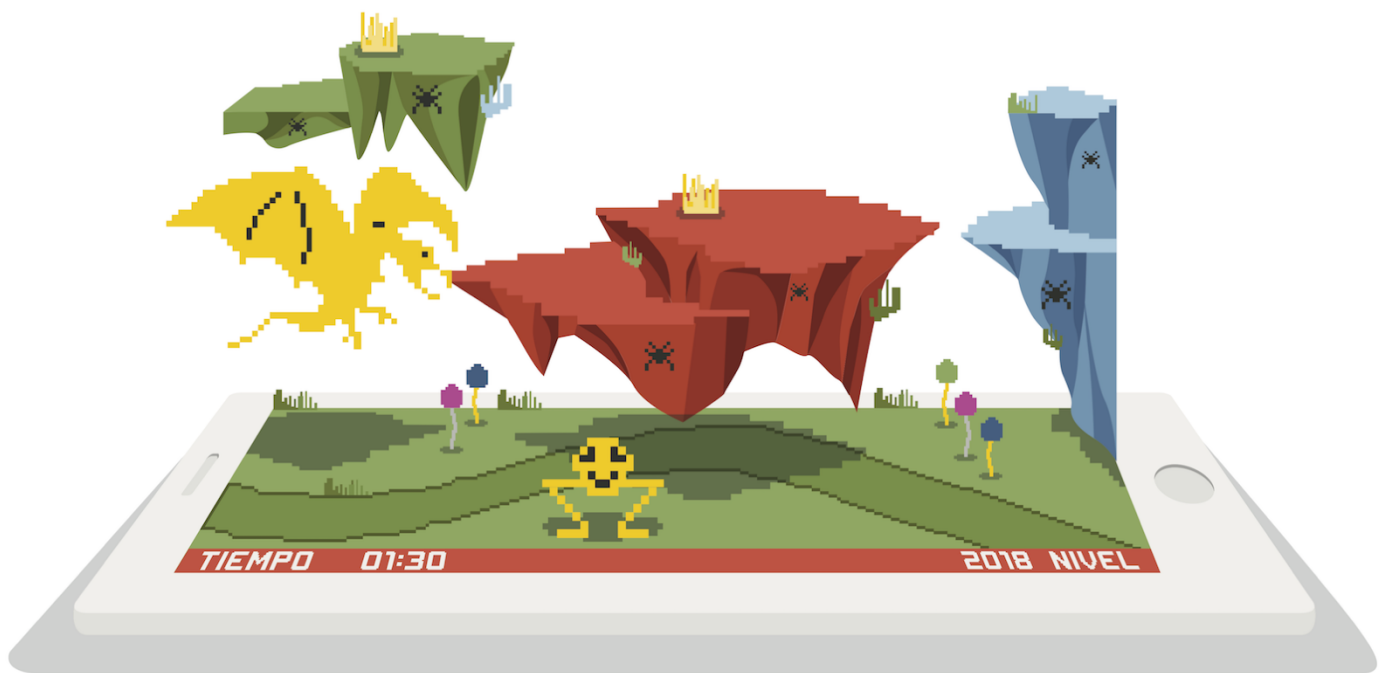


Con el apoyo de

ICEX España
Exportación
e Inversiones



LIBRO BLANCO DEL DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS **2018**



Promovido por



INTRODUCCIÓN

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

El Libro Blanco, que este año cumple su **quinta 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.

En 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 2018.

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.

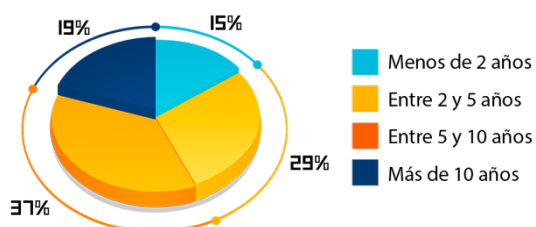
Gracias a su creatividad y saber hacer, la industria de desarrollo de videojuegos se encuentra en continua ebullición y representa una mina de oportunidades que cualquier empresa, administración pública o inversor privado debería tener en consideración.

COMPOSICIÓN EMPRESARIAL

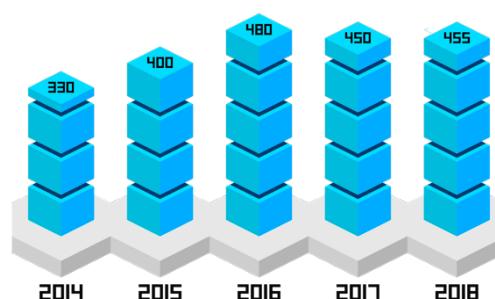
El censo español de empresas legalmente establecidas y constituidas que se dedican al desarrollo y a la producción de videojuegos asciende a 455.

El 81 % de las empresas activas se creó en los últimos 10 años. Tras un fuerte crecimiento experimentado hace poco más de un lustro, el número de empresas que se dedican al desarrollo y a la producción de videojuegos en España se había redimensionado en 2017 para luego estabilizarse en el siguiente año.

Distribución de las empresas por antigüedad



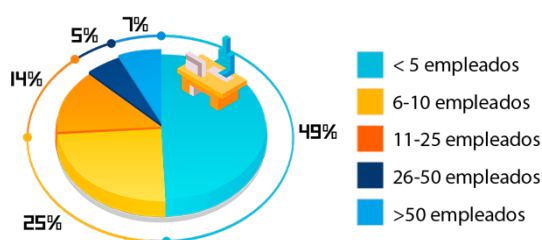
Evolución del número de empresas censadas en España



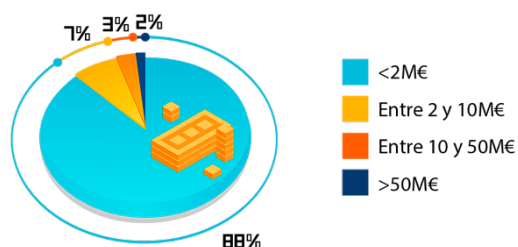
Pese a este estancamiento en el número total de empresas, sigue existiendo un gran potencial de crecimiento, habiéndose censado alrededor de **160 proyectos a la espera de constituirse como entidad legal.**

El gran incremento del número de empresas durante la última década no ha ido sin embargo 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 88 % de las empresas factura menos de 2 millones de euros y el 74 % emplea a menos de 10 personas.

Distribución de las empresas por empleados



Distribución de las empresas por facturación

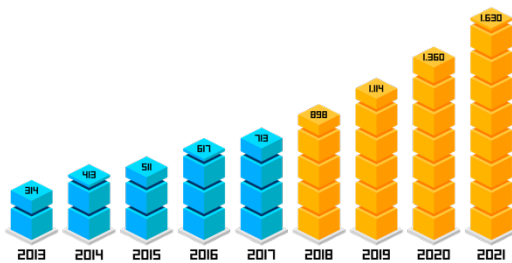


FACTURACIÓN Y EMPLEO DEL SECTOR

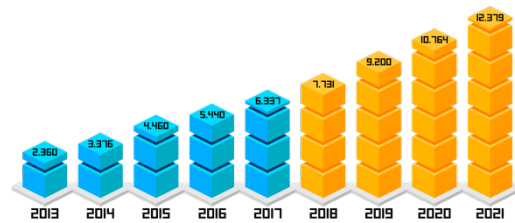
El sector productor de videojuegos españoles **facturó en 2017 713 millones de euros, un 15,6% más que 2016**. De la misma manera, **incrementó su plantilla en 2017 en un 16,5%, alcanzando los 6.337 profesionales**.

Según las previsiones, la facturación crecerá a un ritmo anual del 23 % (CAGR 2017-2021), lo que supondría **alcanzar en 2021 los 1.630 millones de euros de facturación**. De la misma manera, podemos estimar un crecimiento del empleo a una tasa compuesta anual (CAGR 2017-2021) del 18,2 %, hasta llegar a **los 12.379 empleos directos en 2021**.

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



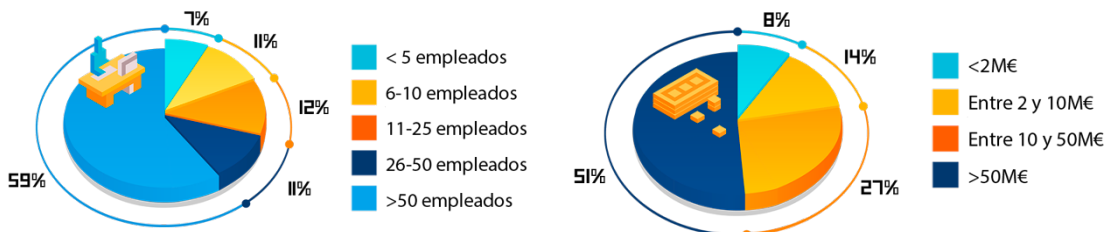
Evolución real y prevista del empleo en el sector



Sin embargo, **se trata de un crecimiento que se debe en su mayor parte a las empresas de gran tamaño**. La mitad de la facturación del sector corresponde a las empresas con facturación superior a los 50 millones de euros. Asimismo, el 59 % 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.

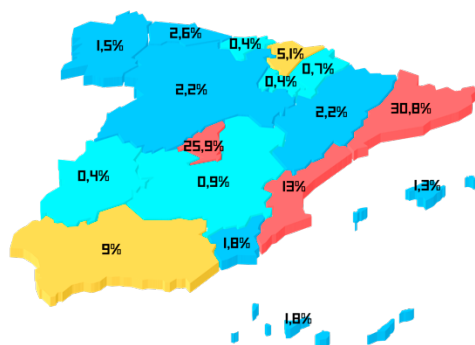
Distribución de la facturación y del empleo en el sector 2017 por tamaño de empresas



PRINCIPALES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

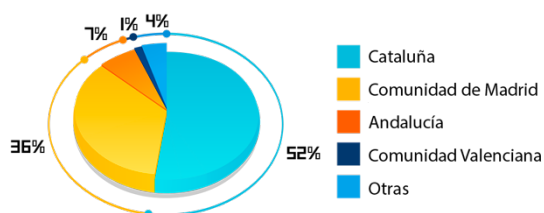
La mayor parte de las empresas se concentran en cuatro comunidades autónomas: **Cataluña**, la **Comunidad de Madrid**, la **Comunidad Valenciana** y **Andalucía**.

Distribución territorial de las empresas y estudios de videojuegos

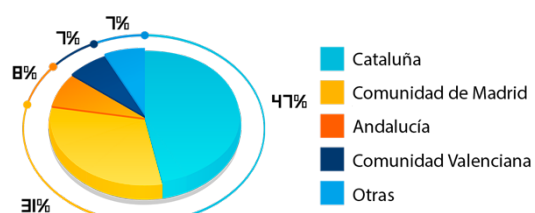


Cataluña se consolida como el principal polo de la industria española del videojuego. Con el 31 % de empresas, supone ya a la mitad de la facturación y del empleo de todo el sector.

Distribución de la facturación por CC.AA.



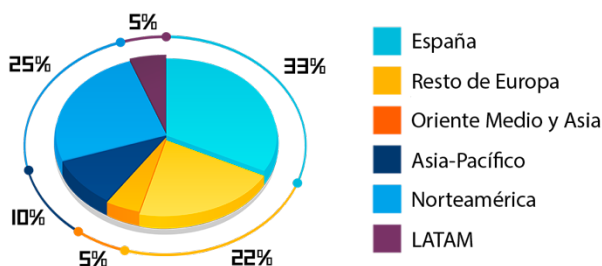
Distribución del empleo por CC.AA.



ACTIVIDAD INTERNACIONAL

La industria productora de videojuegos es altamente exportadora, ya que **el 67 % de los ingresos proviene de los mercados internacionales**, un 10 % más con respecto a 2016. En particular, el peso de los mercados norteamericano y asiático creció en 2017 un 4 % para ambas regiones, lo que es un dato positivo considerando que se trata de los principales mercados mundiales.

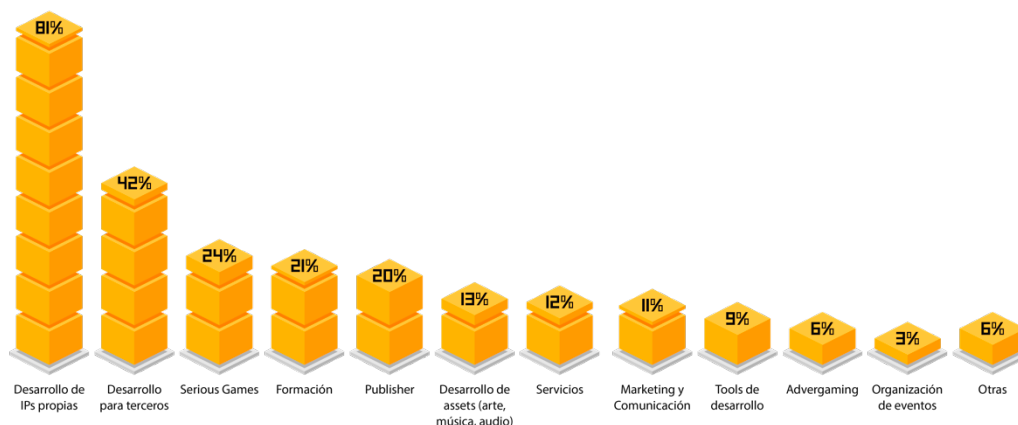
Distribución de la facturación por regiones



ACTIVIDAD Y MODELOS DE NEGOCIO

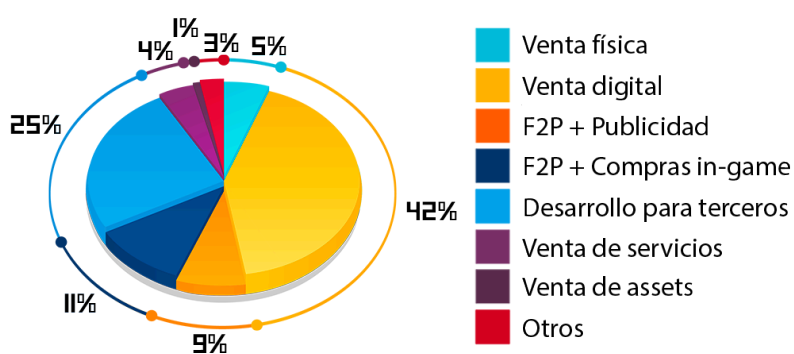
El 81 % de las empresas desarrolla propiedad intelectual (IP) propia. Por otro lado, el 42 % desarrolla videojuegos por encargo y el 20 % publica sus juegos o juegos de terceros. El 21 % también lleva a cabo actividades formativas, por su cuenta o en colaboración con centros de formación. **Una de cada cuatro empresas desarrolla serious games.**

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.

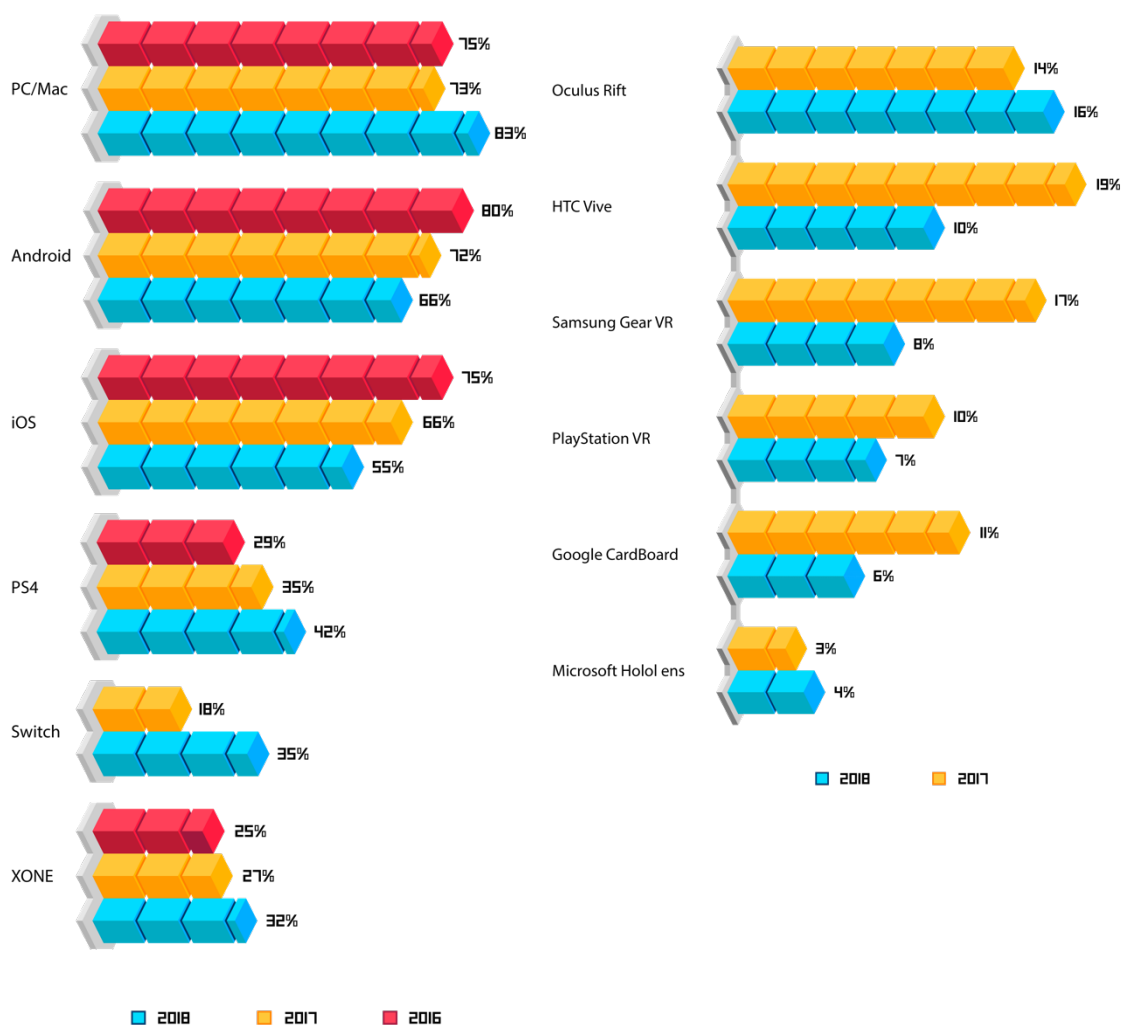
Distribución de la facturación por modelo de negocio (% de facturación)



PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS

La plataforma más utilizada por las empresas y estudios españoles sigue siendo el **ordenador** (PC y Mac), que en los últimos años ha aumentado su presencia. Le siguen los **dispositivos móviles** (Android por encima de iOS), aunque su uso está decreciendo de forma importante. Por otro lado, **las consolas** Playstation 4, Nintendo Switch y Xbox One están siendo cada año más utilizadas y podrían llegar a superar a los dispositivos móviles el año que viene. En particular, la consola de Nintendo ha visto duplicar su uso por las empresas españolas en el último año.

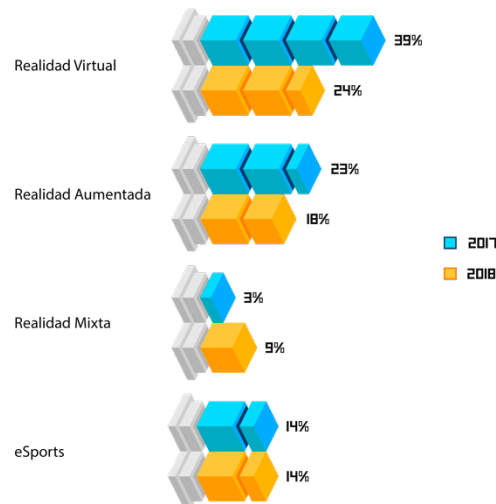
Variación de uso de las principales plataformas



Casi todas las plataformas de realidad virtual han visto decrecer su uso con respecto al año anterior. Solamente Oculus Rift y Microsoft HoloLens han incrementado su presencia en las producciones de las empresas españolas.

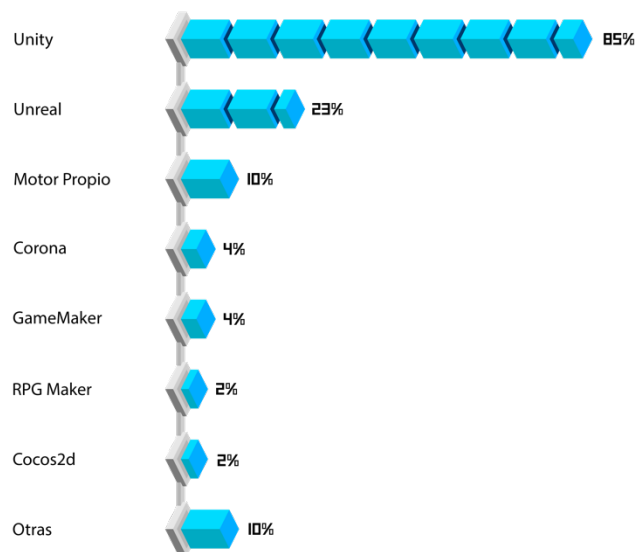
Los grandes retos que presenta la realidad virtual hacen que su implementación en los juegos españoles haya disminuido de forma importante en el último año, junto también, en menor medida, con la Realidad Aumentada. La Realidad Mixta, sin embargo, es el segmento que más está creciendo, impulsada por las expectativas que generan plataformas como Microsoft Hololens y Magic Leap. Por otro lado, la adopción de los modelos basados en eSports se mantiene estable.

Variación de desarrollos realizados según las principales tendencias



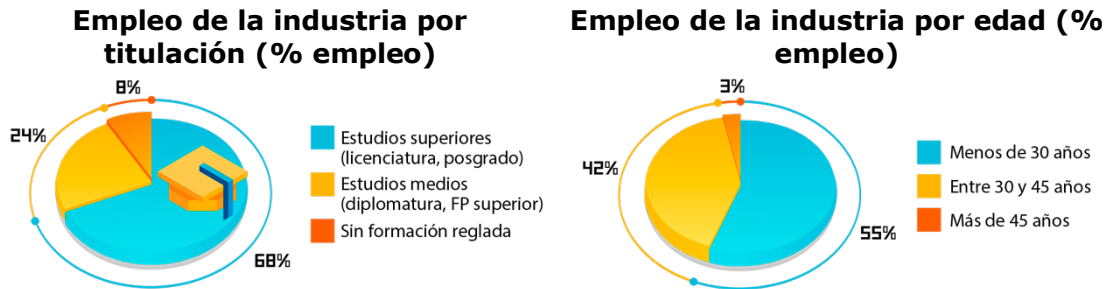
Unity es el motor de juego líder del mercado en España, ya que el 85% de las empresas lo utiliza. Le sigue a mucha distancia Unreal, con un 23%. Destaca el hecho de que una empresa sobre diez utiliza motores propios, lo que pone en evidencia las inversiones en I+D+i del sector.

Herramientas utilizadas para desarrollar videojuegos (% de empresas)



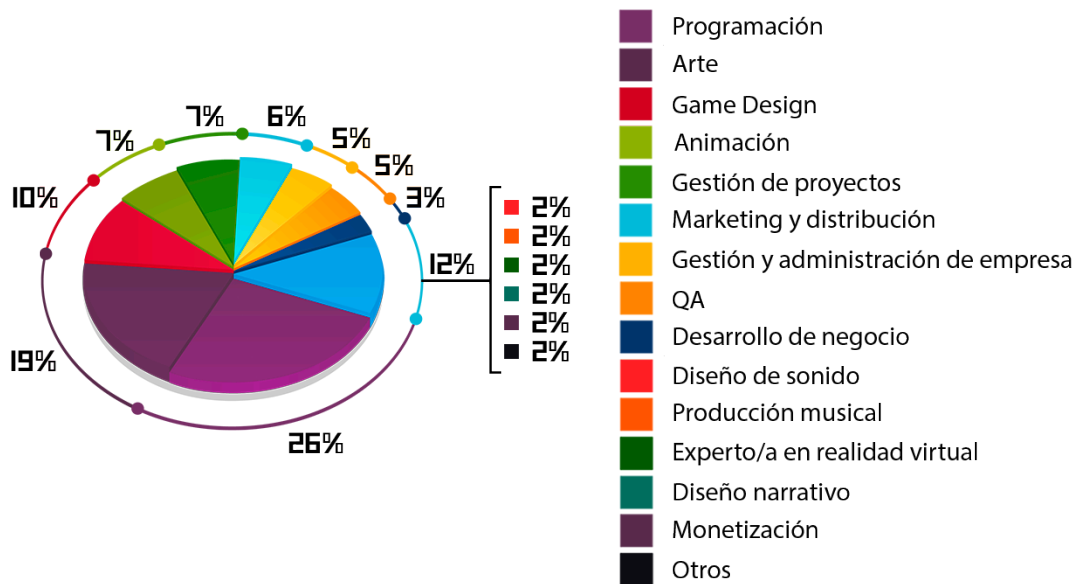
EMPLEO Y PERFILES PROFESIONALES

La industria de desarrollo y producción de videojuegos se reconfirma como un **sector de empleo joven y cualificado**: el 55 % de los/as empleados/as tiene menos de 30 años y solamente el 3 % supera los 45 años; el 68 % han cursado estudios superiores (licenciatura, posgrado) y el 24 % estudios medios (diplomatura, FP superior); además, el 67 % del empleo posee un contrato de carácter indefinido.



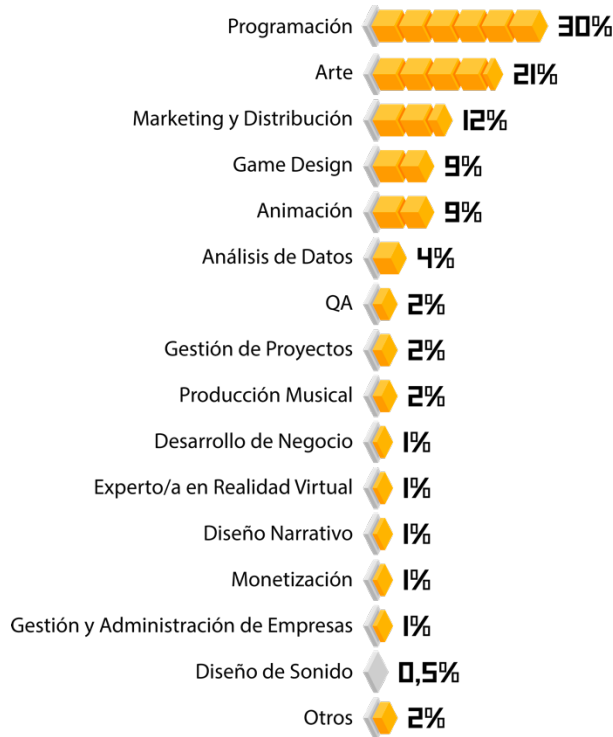
Los perfiles profesionales más presentes en la industria son programador, artista y *game designer*, que juntos suman el 55 % del empleo total.

Distribución de los perfiles profesionales en las empresas españolas



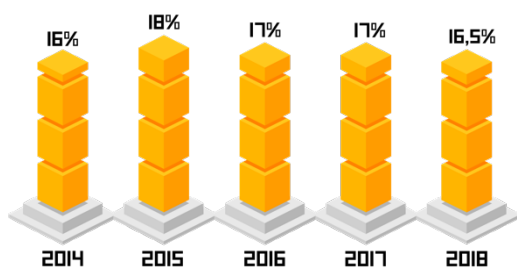
La programación se encuentra también en primer lugar entre los perfiles profesionales más demandados, junto a los de arte, *game design*, animación y *marketing* y distribución, que en el último año ha incrementado de forma importante su demanda. Otro perfil para el que ha aumentado la demanda es el de analista de datos.

Ofertas de empleo por tipo de perfil en los próximos 12 meses (% de puestos ofrecidos)

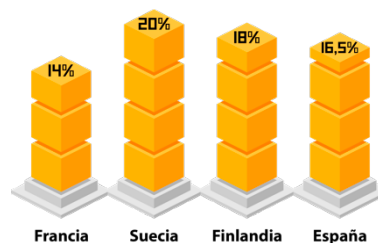


La presencia de la mujer en la industria sigue siendo un reto, ya que **el empleo femenino solo alcanza el 16,5 %**, lo que contrasta con el equilibrio que hay en cuanto a *gamers*. El dato está en línea con los principales países productores de videojuegos, lo que confirma que el sector, también en el ámbito europeo, debe hacer una reflexión y tomarse en serio esta grave anomalía.

Evolución de la presencia de la mujer en la industria española



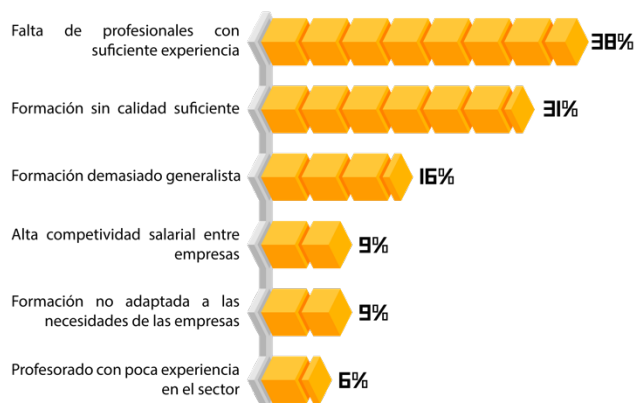
Presencia de la mujer en las principales industrias europeas



NECESIDADES DE FORMACIÓN

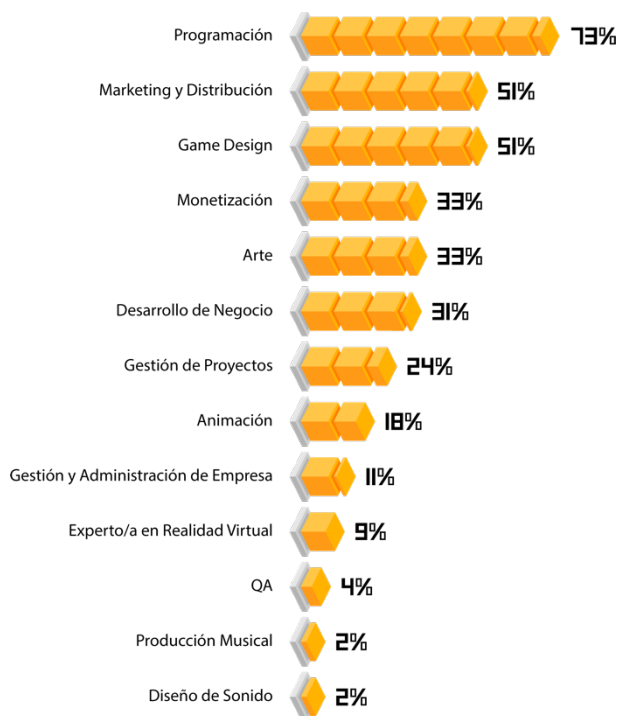
La mitad de las empresas del sector sigue teniendo dificultad a la hora de encontrar en el mercado perfiles profesionales con formación adecuada, a pesar de que en España existe una amplia oferta formativa de grados, másteres, formación profesional y cursos.

Principales razones de la dificultad de encontrar profesionales con la formación adecuada (% de empresas con dificultad)



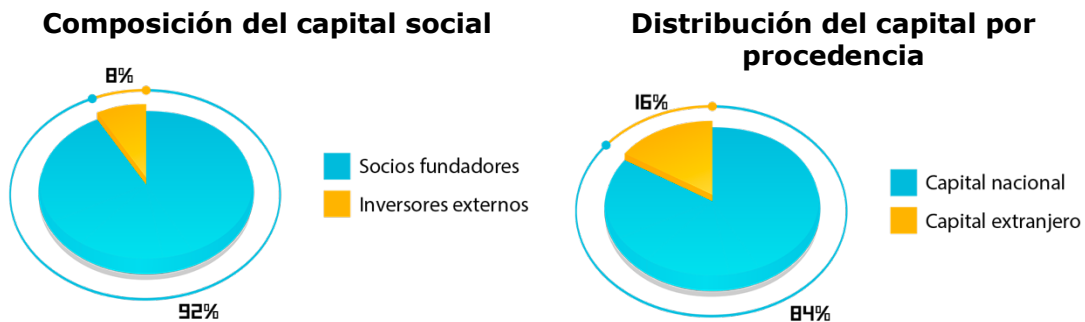
Entre los perfiles para los cuales resulta más difícil encontrar profesionales con la formación adecuada, en primer lugar encontramos nuevamente la programación, seguida por el *marketing*, el *game design*, la monetización, el arte y el desarrollo de negocio.

Profesionales con formación adecuada más difíciles de encontrar (% de empresas con dificultad)

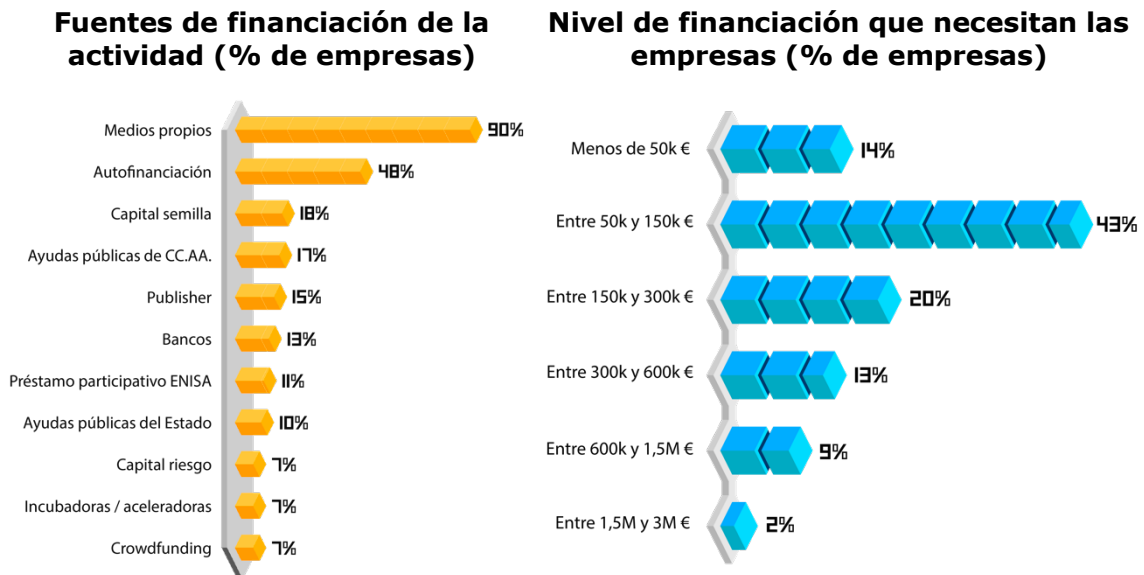


NECESIDADES DE FINANCIACIÓN

De media, el **92 % 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 16 % del capital social de las empresas españolas, aunque ha experimentado un importante crecimiento con respecto al año anterior, cuando de media representaba un 12 %.



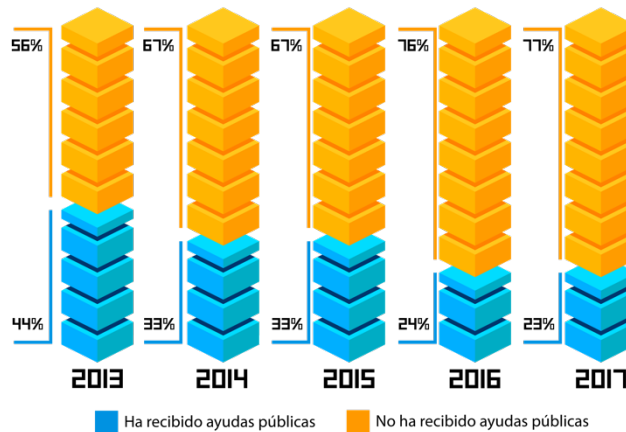
El 87 % de las empresas necesita financiación pero, hoy en día, esta proviene en el 90 % de los casos de recursos propios de los fundadores y en el 48 % de las empresas de la autofinanciación como consecuencia de su actividad.



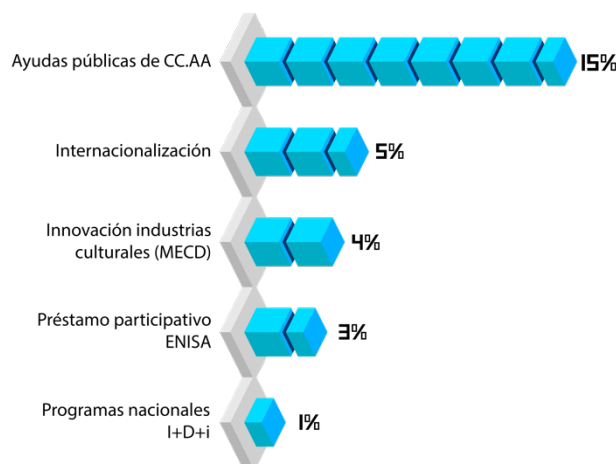
ACCESO A AYUDAS PÚBLICAS

El apoyo público representa un reto importante, ya que en 2017 **solamente el 23 % 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)



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).

Principales 10 mercados mundiales en 2018

#	País	Población (millones)	Tamaño del mercado (M\$)
1	China	1.415	34.400
2	Estados Unidos	327	31.535
3	Japón	127	17.715
4	Corea del Sur	51	5.764
5	Alemania	82	4.989
6	Reino Unido	67	4.731
7	Francia	65	3.366
8	Canadá	37	2.399
9	España	46	2.202
10	Italia	59	2.168

Industria del videojuego en los principales países

País	Empresas	Empleados	Facturación (M€)	Fact. por empresa (M€)
EEUU	2.711	65.678	10.263	3,8
Canadá	596	21.700	3.300	5,5
Francia	700	5.050	3.677	5,3
Finlandia	250	3.000	2.360	9,4
Alemania	521	11.140	1.820	3,5
Reino Unido	2.261	20.430	1.720	0,8
Suecia	343	5.338	1.526	4,4
España	455	6.337	713	1,6
Polonia	331	4.000	266	0,8
Países Bajos	455	3.030	190	0,4
Dinamarca	186	1.009	123	0,7
Bélgica	75	800	43,6	0,6
Noruega	180	599	36	0,2
Austria	120	750	n.d.	-
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	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <i>transmedia</i>, 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, <i>crowdfunding</i>, 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.

10 MEDIDAS PARA INCENTIVAR LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGO EN 2019

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 la industria del videojuego reciba incentivos fiscales para la producción y la captación de proyectos internacionales, tal como ya recibe la industria audiovisual.
- **¿Por qué?** Los principales países europeos de nuestro entorno (Francia, Italia, Reino Unido) han implementado 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 contenidos producidos 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).
- **¿Por qué?** Los programas de apoyo específicos que se diseñan teniendo en cuenta las particularidades de la industria productora de videojuegos son más efectivos. Impulsan el crecimiento y consolidación de las pequeñas y microempresas y la puesta en marcha de nuevos proyectos.
- **Impacto:** Más de 300 microempresas (con menos de 10 empleados) en España con dificultad de acceso a financiación para poner en marcha sus proyectos y consolidarse.

4. 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 y 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.

5. PROFESIONALIZAR E INTERNACIONALIZAR LAS EMPRESAS PEQUEÑAS

- **¿Qué hacer?** Dotar de recursos a las micro y nano empresas 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 nano empresas 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.

6. 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.

7. 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.

8. APROVECHAR LOS EFECTOS DEL BREXIT

- **¿Qué hacer?** Realizar campañas institucionales focalizadas en la atracción a España de empresas británicas y el regreso de profesionales españoles que se expatriaron.
- **¿Por qué?** El Brexit ya está poniendo en marcha un efecto salida de muchos profesionales extranjeros que alimentan a las empresas británicas, por lo cual estas serían propensas a buscar oportunidades de deslocalización en el extranjero.
- **Impacto:** Establecimiento en España de grandes estudios británicos e internacionales. Regreso a España de profesionales expatriados, que alimentarían a la industria local con su experiencia y conocimientos.

9. 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 con un cuarto de los ingresos globales.

10. IMPULSAR UN GRAN EVENTO DE MERCADO EN ESPAÑA

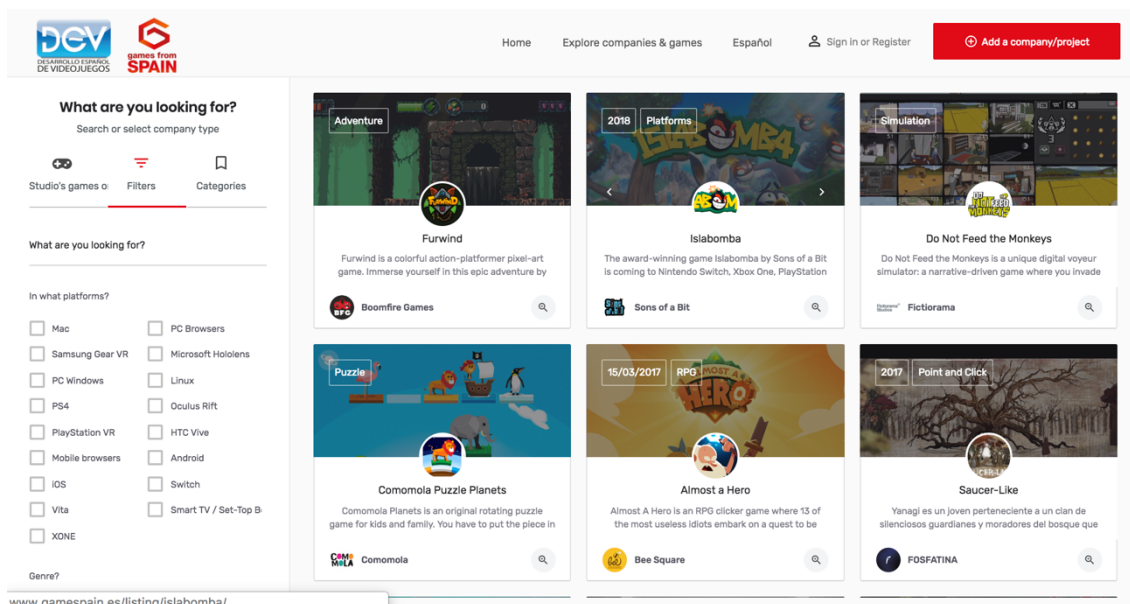
- **¿Qué hacer?** Potenciar los eventos existentes con la implementación de escaparates de producciones de videojuegos españoles capaces de atraer a los compradores e inversores internacionales. Posicionar a España en el calendario de las grandes citas internacionales del sector.
- **¿Por qué?** Los grandes eventos de videojuegos en España están preferentemente orientados al mercado español, en beneficio de las grandes producciones internacionales. Se necesitan escaparates que pongan en valor las producciones nacionales y se conviertan en mercados de IP española.
- **Impacto:** Atracción de inversiones, internacionalización de las empresas.

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>



www.gamespain.es/listing/islabomba/

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 2018

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