



# 2016

## Anuario

**ANUARIO  
DE LA  
INDUSTRIA DEL  
VIDEOJUEGO**

# 2016

## Anuario

ANUARIO  
DE LA  
INDUSTRIA DEL  
VIDEOJUEGO

01

Más allá del  
entretenimiento  
**Fernando Benzo Sáinz**  
Secretario de Estado de Cultura

08

La visión de las  
compañías

02

Un impulso a la industria  
del videojuego  
**José María Lassalle Ruiz**  
Secretario de Estado de la Sociedad de la  
Información y Agenda Digital

09

El sector del  
videojuego  
en España

03

Liderando la innova-  
ción social  
**Carmen Vela Olmo**  
Secretaria de Estado de Investigación,  
Desarrollo e Innovación

10

La industria del  
videojuego en  
España

04

Un crecimiento soste-  
nible para la industria  
**Alberto González Lorca**  
Presidente de AEVI

11

El mercado mundial  
del videojuego

05

El videojuego entra en  
las instituciones  
**José María Moreno**  
Director General de AEVI

12

Los videojuegos  
más vendidos

06

El futuro del videojue-  
go también pasa por  
España  
**Simon Little**  
Managing Director de Interactive Software  
Federation of Europe (ISFE)

13

El éxito de la  
Barcelona  
Games World

07

Proteger la propiedad  
intelectual de los  
videojuegos:  
¡Merece la pena!  
**José Manuel Tourné**  
Director General FAP

14

Las grandes citas  
del sector



# Introducción

## MÁS ALLÁ DEL ENTRETENIMIENTO

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y en particular la Secretaría de Estado de Cultura, tiene entre sus objetivos el apoyo a un sector que cada vez está cobrando más relevancia en el ámbito de las industrias culturales, como es el videojuego.

Los videojuegos son plataformas de cultura, juego y entretenimiento que han ido incorporando lo mejor de las artes preexistentes. Reúnen imagen, sonido, estructura literaria y, además, poseen una característica que les es única y propia, la interactividad, que permite a los usuarios ser protagonistas de las experiencias que se viven e influir en el resultado a través de sus acciones.

Los buenos videojuegos no son casualidad, de igual forma que tampoco lo son las buenas novelas, las buenas películas o la buena música. En todos estos medios los creadores eligen de entre un conjunto definido de instrumentos, estrategias y técnicas para crear una experiencia determinada. Los videojuegos son programas increíblemente complejos que exponen al cerebro a diversas combinaciones de tareas y demandan nuevos niveles de procesamiento mental. Más allá del estereotipo, un videojuego es un ejercicio de resolución de problemas. Jugar consiste en maximizar fortalezas y minimizar debilidades, en gestionar los recursos disponibles para alcanzar un objetivo con el mejor resultado posible, en dividir incógnitas en otras más pequeños que faciliten su solución, en desarrollar agilidad, astucia, paciencia y perseverancia para lograrlo.

Los videojuegos son, por tanto, grandes herramientas para educar, estimular la creatividad, facilitar la adquisición de habilidades de distinto tipo y transmitir valores. Además, el desarrollo

tecnológico que generan llega más allá de las actividades de entretenimiento, pues también otros sectores se benefician de los avances que se consiguen en su I+D+i en ámbitos como la inteligencia artificial o el reconocimiento de gestos, entre otros.

En el aspecto económico, todos los datos disponibles confirman el continuo crecimiento del sector a nivel mundial. Los videojuegos son uno de los mayores generadores de ingresos de la industria cultural junto con el cine y el libro. En España se trata del sector con mayor potencial de crecimiento e innovación de los que conforman la industria de los contenidos digitales, y el que cuenta con mejores expectativas. Nuestro país tiene una capacidad de creación internacionalmente reconocida y debe buscar la expansión de su negocio en las áreas geográficas donde más crece su consumo, como América Latina y Asia-Pacífico.

Es por eso que el Plan Cultura 2020 recientemente presentado incluye proyectos destinados de forma directa a favorecer su consolidación y crecimiento. Destaca la constitución, en el marco de la Conferencia Sectorial de Cultura, de una mesa de trabajo permanente de la Administración General del Estado y de las Comunidades Autónomas con los representantes del sector del videojuego en España para elaborar un plan específico de desarrollo de la creación y producción del videojuego en España. También se espera que otras de las estrategias del Plan Cultura 2020, como las relativas a propiedad intelectual, impacten positivamente en el sector. El futuro del videojuego, brillante según todas las

estimaciones, estará basado en un doble modelo de crecimiento, el ligado a la cultura y el ocio y el ligado a su instrumentación para la consecución de objetivos en otros sectores a través de los juegos serios o la gamificación. España es un país con un gran talento en el desarrollo de videojuegos. El reto es el de producir y distribuir contenidos de calidad en un mundo global en el que la oferta es muy competitiva.

Es necesaria una mayor consolidación de la industria y de nuestra posición como país generador de valor añadido en el ranking de países productores de videojuegos que complemente nuestra destacada posición en la lista de sus consumidores. Todo ello sin olvidar que la importancia de los videojuegos va más allá de lo económico y el entretenimiento. Es necesario que pensemos en ellos como un medio innovador y poderoso que, como otros medios tradicionales, nos ayuda a comprendernos y a explorar lo que significa ser humano.



**FERNANDO BENZO SÁINZ**

Secretario de Estado de Cultura



# Introducción

## UN IMPULSO A LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO

A nivel mundial el sector de los videojuegos y entretenimiento digital es una de las industrias con mayor potencial de crecimiento. Gracias a los nuevos dispositivos y tecnologías la exposición a este tipo de aplicaciones ha aumentado en gran medida durante los últimos años. Así son millones de personas las que utilizan estos programas a diario con una gran diversidad de objetivos que abarcan desde los educativos hasta los puramente lúdicos. Concretamente en nuestro país son más de 15 millones de personas las que dedican una media de 6 horas por semana a esta actividad.

Este creciente interés mundial por los videojuegos ha permitido a su vez el surgimiento de nuevas profesiones basadas en la capitalización de la atención mediática que se genera a su alrededor de una forma similar a cualquier deporte. Gracias a ello hoy en día ya existe la profesión de jugador profesional de videojuego que participa como cualquier otro deportista en competiciones que pueden llegar a ser de alcance mundial. Sirva de ejemplo de la gran tracción que están generando estas actividades la apuesta de operadores de telecomunicaciones por su patrocinio o retransmisión.

En este sentido en nuestro país tenemos la gran fortuna de contar con un potente sector dedicado al sector del videojuego que genera valor y empleo mediante el uso intensivo e innovador de las tecnologías digitales. El año pasado esta industria facturó más de 1.000 millones de euros, gran parte de ellos provenientes de la exportación de estos productos a terceros países lo cual es una grata noticia.

Precisamente, la existencia de una potente base de empresas y las características tecnológicas propias del sector fueron las razones por las cuales se decidió incluir en la Agenda Digital para España actuaciones específicas que permitiesen fomentar su desarrollo en nuestro país, un objetivo que se ha abordado desde una triple vertiente.

En primer lugar se han realizado actividades financiación y fortalecimiento del sector. En concreto en 2014 se realizó una convocatoria pública de ayudas dotada de 35 millones de euros en préstamos y 3,5 millones de euros en subvenciones. En 2015 se puso en marcha la línea ENISA-Agenda Digital con un presupuesto de 15 millones cuya área prioritaria fueron los contenidos digitales, con especial mención y acceso prioritario para al sector de desarrollo de videojuegos, y en 2016 se dotó a esta línea de un presupuesto de 3 millones de euros.

En segundo lugar mediante medidas regulatorias que permitiesen garantizar la competencia del sector frente a otros países. Así dentro de la reforma fiscal aprobada en 2014 se amplió el concepto de innovación tecnológica incluyendo en éste los proyectos de demostración inicial o proyectos piloto relacionados con la animación y los videojuegos.

En tercer lugar mediante la formación en tecnologías digitales. Uno de los mayores desafíos recogidos dentro de la Agenda Digital para España para hacer de la industria del videojuego un sector de futuro es promover la calidad y la profesionalización en la formación para el sector de la economía digital. Para ello en octubre de

2014 se constituyó el Comité de Innovación de Ofertas Formativas Digitales que permitió la elaboración y publicación en septiembre de 2015 del Libro Blanco para el Diseño de las Titulaciones Universitarias en el marco de la Economía Digital. De esta forma se ha proporcionado una guía de gran utilidad para conseguir que la oferta universitaria incorpore titulaciones necesarias.

Tras la realización de estas actuaciones, y como una muestra más del compromiso del Gobierno con este sector, actualmente continuamos trabajando en nuevas iniciativas que nos permitan seguir avanzando en este ámbito. Concretamente está prevista la constitución de una mesa de trabajo permanente del gobierno y las administraciones autonómicas con el sector de los videojuegos que permita realizar un correcto diagnóstico de la situación actual y establecer, en colaboración con el sector, un plan específico de desarrollo de la creación y producción del videojuego en España. Con esta actuación se busca reforzar la competitividad del sector, impulsar su densidad y poder atraer capital nacional e internacional. Creemos firmemente en la capacidad tecnológica e innovadora de nuestras empresas y en que mediante una actuación coordinada podemos hacer de este sector una importante fuente de valor y empleo en nuestro país.



**JOSÉ MARÍA LASSALLE RUIZ**

Secretario de Estado de la Sociedad de la Información y Agenda Digital



# Introducción

## LIDERANDO LA INNOVACIÓN SOCIAL

Con casi cuatro décadas de historia a sus espaldas, la industria del videojuego está siendo un excelente referente en investigación, desarrollo e innovación, tanto en el desarrollo de herramientas software como de hardware. También a la hora de mostrar el talento creativo y la capacidad innovadora de las nuevas generaciones, lo que les ha permitido abrir fronteras, algo hasta hace poco inconcebible en lo que se refiere al entretenimiento digital. Con cada generación de videojuegos, la complejidad en el nivel de diseño ha puesto a esta industria a un nivel altísimo, sobre todo en el campo de aplicaciones donde se hace uso intensivo de los entornos gráficos 3D, lo que hace que la experiencia de inmersión del jugador sea cada vez mayor.

La introducción de las tecnologías de realidad virtual y aumentada en la industria del videojuego han supuesto avances significativos que van más allá de la industria del entretenimiento en sí, ya que también son de gran utilidad para otros sectores científicos y tecnológicos: robótica, telemedicina, (bio)medicina personalizada, detección temprana de catástrofes medioambientales, seguridad física y virtual, desarrollo de aplicaciones biomecánicas para discapacitados y práctica deportiva, farmacología, gestión en tiempo real de recursos naturales y energéticos, sectores multimedia y comunicación, etc. En términos generales, estas tecnologías sirven para resolver problemas que radican en cómo los humanos vemos e interpretamos el mundo en el que vivimos.

Al mismo tiempo, la industria del videojuego es un auténtico "driver" y "catalizador" de la innovación social. Por ejemplo, provee herramientas de valor

incalculable para la educación ("e-Learning"), ayudando tanto a pequeños como a mayores a adaptarse a la nueva economía del conocimiento e innovación.

El éxito de la industria española del videojuego a nivel internacional es un claro exponente de las mejores prácticas en la combinación de talento creativo y técnico, y por tanto del camino a seguir. Quiero aprovechar esta ocasión para dar la enhorabuena a la industria del videojuego por los excelentes resultados anuales obtenidos, y al mismo tiempo expresar mi agradecimiento al sector que representa la Asociación Española de Videojuegos (AEVI).





**CARMEN VELA OLMO**

Secretaria de Estado de Investigación,  
Desarrollo e Innovación



# Introducción

## UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE PARA LA INDUSTRIA

El 2016 ha sido, de nuevo, un buen año para la industria de los videojuegos en nuestro país. Nos consolidamos, un año más, como la primera industria audiovisual en España, muy por encima de la música y el cine, y con una facturación total de 1.163 millones de euros, un 7,4% más respecto al año anterior. Este es el mejor dato absoluto para la industria desde 2009. Ciertamente, estamos creciendo de forma sostenible desde hace muchos años y con ello contribuyendo muy positivamente a la economía española.

En 2016 destaca, entre otros, el aumento en la adquisición de videoconsolas, el incremento en la compraventa de videojuegos para videoconsolas y el crecimiento del consumo online de videojuegos. Es una tendencia que se consolida. Esto nos permite concluir que la industria en su conjunto tiene suficientes elementos, no solo en nuestro país sino en todo el mundo, para ser optimista respecto a los años que nos vienen. La apuesta por la innovación del sector de los videojuegos, una industria nativa digital, es valorada por unos consumidores cada vez más exigentes.

España se sitúa de nuevo en el TOP10 de los países donde más se genera actividad económica como consecuencia de la facturación de la industria de los videojuegos. Nuestro reto es consolidar nuestro liderazgo mundial también en el ámbito de la producción y el desarrollo. Quienes somos directivos de compañías de alcance mundial, sabemos que España cuenta con el talento necesario para el desarrollo de nuestra industria. Solo es necesario que nuestra política económica apueste decididamente por la innovación y la tecnología.

El sector de los videojuegos también es un sector genuinamente internacional. Para el desarrollo y la distribución de un videojuego participan decenas, cientos o miles de personas de muchas nacionalidades, y en ocasiones desde países distintos. El objetivo de nuestro sector debe ser atraer talento de todo el mundo a nuestro país e internacionalizar nuestras compañías. Que las pequeñas sean medianas, las medianas sean grandes y las grandes aún más grandes. Y combinar estos elementos con la consolidación de la facturación de la industria en España, facilitar las inversiones internacionales y promover desarrollo de una industria local de alcance global.

El 2016 nos ha dejado muchos ingredientes para que así sea.



**ALBERTO GONZÁLEZ LORCA**

Presidente de AEVI



# Introducción

## EL VIDEOJUEGO ENTRA EN LAS INSTITUCIONES

Como seguramente sabes, la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) es la principal organización que representa a la industria de los videojuegos en nuestro país y está formada por desarrolladores nacionales e internacionales, distribuidores nacionales e internacionales, retailers y ligas de e-sports. Este 2016 ha sido un buen año para nuestra organización, porque con la incorporación de Delirium Studios y la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) nos hemos seguido consolidando como la organización de referencia del sector de los videojuegos y los e-sports en España.

Pero el 2016 sobre todo ha sido un buen año para el conjunto de la industria. No solo por el crecimiento de ventas de videojuegos, sino también porque el videojuego ha entrado de lleno en la agenda política. El trabajo que desde AEVI venimos impulsado en los últimos años ha empezado a dar sus frutos. Algo que no solo agradecemos como industria, sino que consideramos que empieza a poner los cimientos para que la economía española pueda estar cada vez más ligada a la innovación. Y eso es beneficioso para todos.

Los cuatro principales partidos políticos españoles se comprometieron en sus programas electorales en 2016 a desarrollar esta legislatura medidas efectivas para apoyar la industria de los videojuegos en España. Prueba de ello es la puesta en marcha del Plan Cultura 2020 impulsado por el Gobierno de España, en el que el videojuego está entre las prioridades a desarrollar en los próximos años.

También en 2016 la industria de los videojuegos compareció por primera vez en la historia de España en una cámara legislativa. Para nosotros

fue un honor recibir la invitación del Parlamento catalán y exponer nuestras prioridades como sector. Pero no solo todo quedó en declaraciones. En 2016 el Congreso de los Diputados aprobó también por primera vez medidas que ya están teniendo sus primeras consecuencias y dirigidas a facilitar las inversiones internacionales del sector de los videojuegos y el desarrollo de la industria local.

El pasado año, la agenda institucional de AEVI fue muy intensa. Por ejemplo, impulsamos visitas institucionales con representantes de los Grupos Parlamentarios del Congreso y el Senado, el Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad de Madrid o el Gobierno catalán a los estudios de nuestros miembros.

Asimismo, la Barcelona Games World, que organizamos por primera vez, contó con una alta implicación de representantes de todas las formaciones políticas como el presidente del Gobierno catalán Carles Puigdemont, la alcaldesa Ada Colau, la líder de la oposición Inés Arrimadas o el líder popular Xavier Garcia Albiol. Definitivamente, el videojuego ha entrado en la agenda institucional. Y eso es una gran noticia. Confiamos que este 2017 sea un año por lo menos tan bueno como el anterior y aprovechamos la circunstancia para agradecer el esfuerzo que desde las instituciones se está haciendo por comprometerse con una industria como la nuestra vinculada a la innovación, a la cultura y al entretenimiento.



**JOSÉ MARÍA MORENO**  
Director General de AEVI



# Introducción

## EL FUTURO DEL VIDEOJUEGO TAMBIÉN PASA POR ESPAÑA

La industria europea de los videojuegos goza de muy buena salud, con España como uno de sus principales referentes. El consumo de videojuegos es la primera actividad audiovisual en Europa, donde lidera las industrias culturales y creativas. No obstante, nuestro principal reto es que Europa sea un referente a nivel mundial también en el desarrollo de los videojuegos.

La industria del videojuego tiene un gran potencial de crecimiento, con enormes capacidades para generar trabajos de alta cualificación y considerables oportunidades de internacionalización. Hay un enorme potencial para seguir desarrollando un ecosistema unido a la innovación y a la cultura en Europa y particularmente en España.

El sector se halla en un momento de importantes transformaciones con importantes novedades como la introducción de la realidad virtual. Además, los e-Sports también son un fenómeno en ascenso que supone una nueva dimensión para los videojuegos como medio de entretenimiento masivo.

A nivel europeo, Alemania, Reino Unido y Francia siguen liderando la industria de los videojuegos albergando numerosas empresas líderes del sector. Además podemos observar una tendencia esperanzadora con la incorporación de pequeños y medianos desarrolladores muy activos en toda Europa.

El mercado digital se mantiene como un mercado muy competitivo y a la vez accesible, con barreras de entrada potencialmente bajas y con desarrolladores de, literalmente, todos los países del continente que están lanzando sus productos a nivel global. El próximo videojuego de éxito, bien

podría ser español.

Desde ISFE, queremos trabajar junto a las autoridades para que un producto de dimensión global, como lo puede ser un videojuego, pueda ser completamente desarrollado por compañías con presencia internacional en toda Europa, incluyendo a España.

En cualquier caso, aún queda mucho trabajo por hacer para que España y Europa pasen a liderar, a nivel mundial, la industria del videojuego. En referencia al acceso a ayudas financieras, los desarrolladores no pueden seguir teniendo tantos problemas en este aspecto. Solicitamos a la administración que ofrezca una visión clara y elimine barreras burocráticas y obstáculos administrativos.

La industria debería seguir trabajando con la Administración para que nuestra economía pueda centrarse con mayor intensidad en un proceso de digitalización e innovación. De igual modo, reclamamos la aplicación de medidas que protejan la propiedad intelectual en la industria del videojuego y software. En este sentido, recibimos con optimismo las medidas y legislación desarrolladas por el Gobierno español en los últimos años y hacemos un llamamiento a que se siga trabajando en esta dirección.

Trabajemos juntos para crear un ecosistema de emprendimiento efectivo y a la vanguardia internacional.



**SIMON LITTLE**

Managing Director de Interactive Software  
Federation of Europe (ISFE)



# Introducción

## PROTEGER LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE LOS VIDEOJUEGOS: ¡MERECE LA PENNA!

Proteger los derechos de los titulares de los videojuegos es un privilegio. El videojuego no es sólo una industria generadora de riqueza - ¡1163 millones de euros de facturación en nuestro país durante 2016! - y empleo; es una industria dinámica que contribuye al desarrollo tecnológico, fomenta la creatividad de los seres humanos, proporciona entretenimiento y supone una plataforma cultural en la que convergen un relato, un desarrollo informático, imagen y música. El desarrollo de un videojuego implica el riesgo de altas inversiones tanto económicas como humanas sin que el esfuerzo tenga siempre garantizada la recompensa del éxito que como en todas las industrias culturales, es caprichoso y esquivo. Como parte de las industrias dependientes de la Propiedad Intelectual, contribuyó a la creación de 11,6 Millones de puestos de trabajo directos en Europa que generaron 914,612 Millones de Euros (6,8% del PIB). De acuerdo con los datos de la EUIPO, se trata de industrias muy activas que gracias a su digitalización permiten al viejo continente un grado de competitividad nada desdeñable. Estos datos bastan por sí solos para que la sociedad europea defienda las industrias culturales y justifica el elevado grado de protección que desde las instituciones quiere concederse a los sectores de la propiedad intelectual. Sin embargo y con la excepción de la distribución de productos que pudieran ser nocivos para la salud, la sensibilización ciudadana frente a la piratería es proporcionalmente baja en Europa y escasa en nuestro país. La cultura del "Todo gratis" que se ha instalado en Internet en España, está ahogando el desarrollo y el talento, ampliamente demostrados de nuestros creadores al no encontrar una industria con

músculo económico suficiente para financiarlo. De acuerdo con los datos del Observatorio de la piratería, publicado por la Coalición de creadores; durante 2016, se produjeron 223 millones de accesos ilegales a videojuegos por valor de 5.608 millones de Euros y un lucro cesante de 247 millones de Euros. Pero el perjuicio va más allá, se perdieron más de 800 puestos de trabajo directos y el Estado dejó de ingresar 52 millones de Euros procedentes de esta industria, por culpa de la piratería. La contundencia de los datos admite pocas dudas respecto al vergonzante puesto que nuestro país viene ocupando en los 'rankings' de la piratería mundial. Las razones alegadas por los propios consultados para acceder a contenidos ilícitos en lugar de acudir a la oferta legítima son también muy claras: "Ya pago mi conexión a internet", "no pago por un contenido que posiblemente luego no me guste", "no estoy haciendo daño a nadie", "no hay consecuencias legales para el que piratea, no pasa nada", ... Los internautas conocen la existencia de una oferta legal amplia pero los piratas pueden ofrecer el mismo producto que desarrolló la industria sin pagar impuestos, ni seguros sociales y aprovechando la inversión promocional. En varios países de nuestro entorno han entendido la importancia del sector y han adoptado medidas contundentes; en estos días, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha resuelto que la actividad realizada por The Pirate Bay (TPB) constituye una "Comunicación al Público" y, en consecuencia, ilegal cuando no ha sido autorizada por los titulares, confirmando lo que ya es jurisprudencia habitual y doctrina

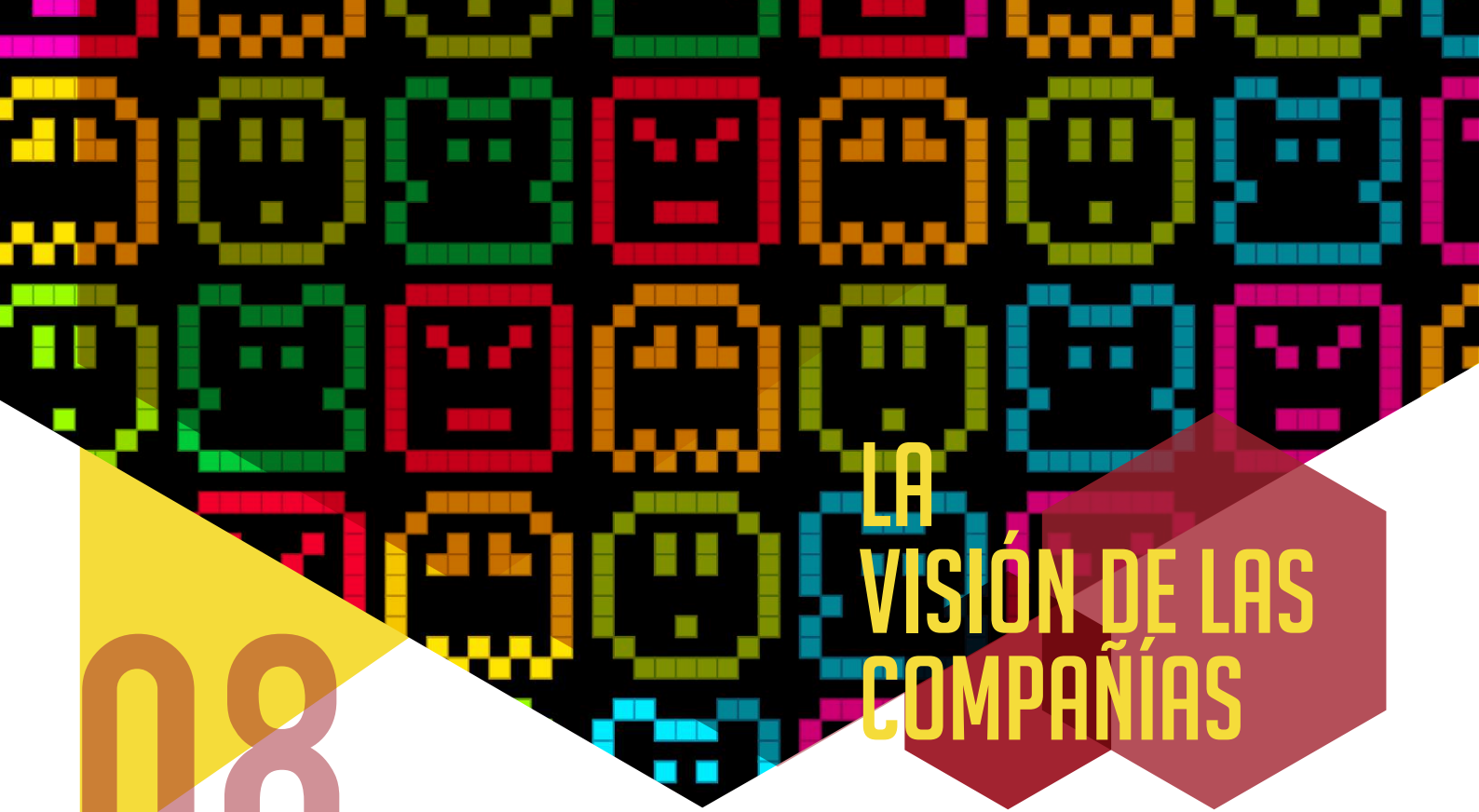


consolidada en Europa. En nuestro país, seguimos dándole vueltas a argumentos falaces que dilatan los procedimientos judiciales tanto en la vía penal como en la administrativa. Los datos son reveladores: en 5 años, la sección segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual, el instrumento estrella para acabar con la piratería en Internet, ha conseguido el bloqueo o cierre de 4 páginas piratas de videojuegos tras cerca de medio centenar de denuncias. Un bagaje muy pobre para una actividad enormemente dinámica. De acuerdo con la presentación del plan de cultura 2020, el gobierno de España parece estar dispuesto a corregir esta situación y ha anunciado medidas concretas que incluyen un incremento de los medios de la Comisión, la creación de una Fiscalía especial y una campaña de sensibilización para una "generación antipiratería". Ojalá se haga realidad pronto pues estamos seguros de que sin la cizaña entorpecedora de la piratería, el sector del videojuego será capaz de crecer aún más rápido y seguir generando riqueza y empleo.



**JOSÉ MANUEL TOURNÉ**

Director General FAP



08

LA  
VISIÓN DE LAS  
COMPAÑÍAS





En Activision Blizzard hemos disfrutado de un exitoso 2016, año que finalizamos con la presentación de unos resultados financieros récord para la compañía. Además, Call of Duty se convirtió en la franquicia para consola número uno a nivel mundial, y ya van siete años consecutivos ostentando dicho título.

Pero si tuviéramos que destacar un área de especial crecimiento, ese es el de los eSport. En 2016 la Call of Duty® World League cerró temporada con la celebración de una gran final en septiembre, coincidiendo con el COD XP. Emitido en cinco idiomas y con más de mil equipos participando desde distintas partes del mundo, la competición se retransmitió en Twitch, MLG.TV, YouTube y a través de la propia funcionalidad de Black Ops III, vía Live Event Viewer. Durante toda la temporada se registraron 1100 millones de minutos de contenido, y más de 100 millones de visitas. A nivel nacional y tras un lento comienzo, los deportes electrónicos se han asentado, y la involucración de las grandes telcos no hace más que confirmarlo. Sin duda alguna estamos ante una de las más exitosas áreas de negocio, que nos lleva a hablar de las múltiples posibilidades que ofrece el sector de los videojuegos, más allá del software y el hardware.

**Carlos Pombo**  
**Director General de Activision Blizzard Iberia.**



Para este año, nuestro principal objetivo es continuar incorporando a nuestro catálogo propio como editora nuevos títulos, desarrollados en su gran mayoría por estudios independientes españoles. En nuestro país tenemos una excelente cantera de creadores y desarrolladores, agrupados en alrededor de 500 estudios de desarrollo; es decir, hay potencial más que de sobra para alimentar con producto propio el mercado nacional del videojuego, el cual ha logrado posicionarse como el 4º a nivel europeo, pero que representa tan solo el 3% del mercado mundial. Y a eso, a hacer crecer nuestra industria en España gracias al producto y al talento nacional es a lo que queremos seguir contribuyendo desde BadLand Games. Todo ello, por supuesto, sin dejar de lado la distribución en formato físico, otro de los pilares fundamentales de nuestra actividad. Ofrecer ediciones físicas con contenido extra que suponga un valor añadido sabemos que es un aspecto muy apreciado y agradecido por la comunidad de jugadores y usuarios; por tanto, continuaremos haciéndolo como hasta ahora, además de distribuir en España títulos en formato físico de distintos géneros que abarquen y satisfagan los gustos y necesidades de un público lo más amplio y diverso posible.

**Luis Quintáns.**  
**CEO de BadLand Games.**





Entertainment

Este ha sido un año del que sentirnos muy orgullosos en BANDAI NAMCO Entertainment. Como compañía japonesa, somos testigos de primera fila del resurgir de una nueva edad de oro en el desarrollo nipón con el regreso de sagas y marcas icónicas, enclavadas ya de forma permanente en el imaginario de varias generaciones. Eso, sumado al auge de los estudios europeos con grandes producciones y pequeñas joyas del indie, nos hace augurar unos años más que interesantes para el futuro.



**Alberto González Lorca**

**Vicepresidente de la región del Sur de Europa de BANDAI NAMCO Entertainment**



Durante 10 años, Delirium Studios ha intentado ofrecer a los usuarios propuestas diferentes y originales. Si lugar a dudas, el 2016 ha sido el mejor año repleto de éxitos, premios y reconocimientos tanto de la industria como de los usuarios. Un año en el que se ha unido el cierre de un ciclo con 'Los Ríos de Alice' y la apertura de una nueva etapa con el lanzamiento de 'Los Delirios de Von Sottendorff' y 'Unforgiven VR' al mercado y la pre-producción de la gran apuesta del estudio. Un año repleto de ilusión y optimismo de cara a nuevas producciones y retos.

**Arturo Monedero.**

**Game Designer y Director creativo de Delirium Studios.**



El año pasado fue muy especial para Electronic Arts (EA) y no solo porque hayamos batido récords de market share, tanto a nivel mundial como en España, con unos datos que no se veían en la industria desde hacía años. Lo fue también porque con el modo FUT Champions de EA SPORTS FIFA 17 nos metimos de lleno en el mundo de los eSports y estamos encantados con la pasión que ha demostrado la comunidad. Además Battlefield 1 cambió la tendencia en los shooters al trasladar la acción a un conflicto del pasado, la Primera Guerra Mundial, algo que muchos de nuestros fans llevaban soñando desde hace años. Es por ello que lo mejor del 2016 ha sido reafirmarnos en nuestra creencia de que para crecer hay que posicionar a los consumidores en el centro del negocio: les hemos escuchado, hemos reaccionado a sus peticiones y hemos aprendido muchísimo de ellos. Por tanto, en EA lo tenemos claro: la línea a seguir en 2017 es mejorar nuestros productos y servicios con el claro objetivo de estar a la altura de las expectativas de nuestros fans.

**Néstor Pequeño**

**Director General de Electronic Arts Iberia.**

## GAME

2017 es un año que afrontamos con mucha energía que nos da la fuerza para seguir en constante evolución en el sector del videojuego en España. Esta energía nos ayuda a afrontar nuevos retos que cada vez toman más relevancia en la industria como son los e-Sports, los nuevos desarrolladores, los talentos locales y áreas que van creciendo como el merchandising junto con otras formas de expandir la forma en que se disfrutan los videojuegos. Todo acompañado de la llegada de nuevas plataformas y maneras de jugar que afianzan la buena salud de los videojuegos en nuestro país.

**Pablo Crespo**

**Managing Director de GAME España**



## KOCH MEDIA

El año 2016 ha sido en general un buen año para el sector de videojuegos y por extensión para Koch Media, pero quien verdaderamente se ha visto beneficiado ha sido el consumidor al poder disfrutar de experiencias de entretenimiento interactivas cada vez más exclusivas y espectaculares. Una de ellas, sin duda alguna, ha sido el lanzamiento de la realidad virtual con PlayStation VR. Tanto Final Fantasy XV como Rise of the Tomb Raider -lanzamientos de Koch Media/SquareEnix de las pasadas navidades- incluían soporte para esta novedosa tecnología. Por ello, seguiremos por la línea de los contenidos exclusivos en las plataformas de juegos actuales y venideras. En 2016 hemos añadido hemos ofrecido también títulos como DeusEx Mankind Divided, Dishonored 2, Doom, Total War Warhammer, Homefront The Revolution, Dirt Rally, F1 2.017, Let's Sing g... Esperamos que 2017 sea aún mejor, debido sobre todo a la llegada de Nintendo Switch y Project Scorpio de Microsoft. Seguiremos fieles a nuestro principio de seguir aportando al consumidor de nuestro país los mejores contenidos para su plataforma de juego habitual, mientras, continuamos en escucha activa a través de las redes sociales tanto de sus necesidades como de sus comentarios para seguir mejorando día a día



**Oscar del Moral Negugogor**  
**CEO de Koch Media SLU**



En sus dos primeras décadas de existencia, los eSports se han desarrollado como una industria de vocación internacional dirigida a una sofisticada comunidad global. Pero una vez que su popularidad ha alcanzado una cierta masa crítica, la demanda de competiciones y contenido localizado, vinculado a un territorio y culturalmente relevante, crece más rápidamente que la demanda de competiciones mundiales de alto nivel. Es el momento de la expansión de ligas nacionales y regionales.

2016 ha marcado ese punto de inflexión en España y en la Liga de Videojuegos Profesional, desarrollo que ha venido acompañado de una mayor profesionalización de la competición (Superliga Orange), la consolidación con la entrada en el Grupo Mediapro y la implicación de los medios de comunicación. En 2017 queremos llevar los eSports a un nuevo nivel de relevancia en España y queremos hacerlo mano a mano con la industria del videojuego, vocación que se puso de manifiesto con la entrada de la LVP en AEVI a finales del año pasado.

**Sergi Mesonero**  
**Director de estrategia**  
**LVP Liga de Videojuegos Profesional**



En 2017 apostaremos por tener la tecnología más puntera vista hasta la fecha en una videoconsola con Project Scorpio. El año pasado mostramos nuestra visión de querer llegar a más jugadores y que éstos eligieran si quieren jugar en Xbox One o Windows 10. Que disfruten de los juegos y accesorios y puedan jugar entre sí sin importar si juegan en Xbox o un ordenador.

Las generaciones de consolas y sus barreras han terminado. Con Xbox Play Anywhere hemos sido capaces de romper las fronteras con el mundo del PC y hemos permitido que millones de personas puedan jugar en Xbox y Windows 10 sin ningún tipo de límites. Tras un año lleno de lanzamientos de gran nivel como Gears of War 4 y Forza Horizon 3 entre otros, esta vez haremos una fuerte inversión por traer juegos en resolución 4K, una propuesta de contenido digital de gran valor con Xbox Game Pass y cerrar el año con el lanzamiento de nuevos juegos compatibles con Xbox One, Xbox One S y Project Scorpio.

**Fernanda Delgado Puig**  
**Xbox Lead en Microsoft Spain**



Echando la vista atrás me es muy satisfactorio hacer balance de un año especialmente positivo para PlayStation y la industria del videojuego en nuestro país. 2016 ha sido sin duda el año de la realidad virtual, una nueva tecnología que está cambiando la forma de jugar y que abre un abanico de posibilidades tanto a desarrolladores como a las compañías.

PS4, PS4 Pro y PS VR forman el exitoso catálogo con el que PlayStation quiere seguir siendo motor de la industria y para ello contaremos con grandes novedades como Uncharted: El Legado Perdido, Gran Turismo Sport o God of War que harán las delicias de nuestro público más exigente, mientras que los nostálgicos podrán revivir grandes momentos con WipEout Omega Collection para PS4. Además el catálogo de PS VR recibirá nuevas experiencias y títulos de los que muy pronto sabremos más.

Además, seguimos siendo firmes en nuestra apuesta por el talento local a través de nuestro programa PlayStation Talents. Durante 2017 y 2018 tendremos un catálogo de 20 nuevos juegos que estarán listos dentro de unos meses para que los jugadores de PS4 sean testigos del potencial que existe en el panorama de desarrollo de videojuegos español.

**Liliana Laporte**  
**Directora General Iberia & Territorios Mediterráneos**  
**Sony Interactive Entertainment Europe**





Cerramos un 2016 marcado por diferentes hitos, en cuya base siempre ha habido un denominador común: nuestra comunidad de jugadores. Durante el 2016 no sólo celebramos con ellos ¡30! años, si no que hemos seguido trabajando para ofrecerles escenarios increíbles en los que disfrutar de aventuras memorables. Aventuras que por primera vez salen de los hogares y las consolas, para ofrecer a los jugadores una perspectiva distinta desde la gran pantalla.

No hay duda de que para Ubisoft, 2016 ha sido un año cargado de grandes retos y mejores momentos, que nos invitan a ver el 2017 de forma optimista. Los hitos cambiarán, seguro, pero el denominador común de todos ellos permanecerá inalterable. ¡Es momento de ponernos manos a la obra! Tenemos muchos meses por delante en los que seguir creando emociones y escribiendo aventuras, que hagan que los jugadores quieran seguir disfrutando de su tiempo en nuestros mundos. Sus mundos.

**Antonio Temprano**

**Director General de Ubisoft España.**



2016 ha sido un año muy importante para nosotros ya que hemos continuado la senda del crecimiento gracias a LEGO Dimensions que ha supuesto nuestra entrada en el apasionante segmento de los Toys to Life. Con LD hemos integrado con éxito los tradicionales ladrillos de la compañía danesa dentro del mundo interactivo de nuestros videojuegos.

En el segmento de core gamers mantuvimos una destacada presencia con Mortal Kombat XL, de cuyo estudio Netherrealm ofreceremos este año Injustice 2. También hemos integrado en el portfolio de WB los juegos de Telltale, editora especializada en aventuras gráficas interactivas con títulos tan apasionantes como Batman: Telltale Series o Walking Dead: Una Nueva Frontera.

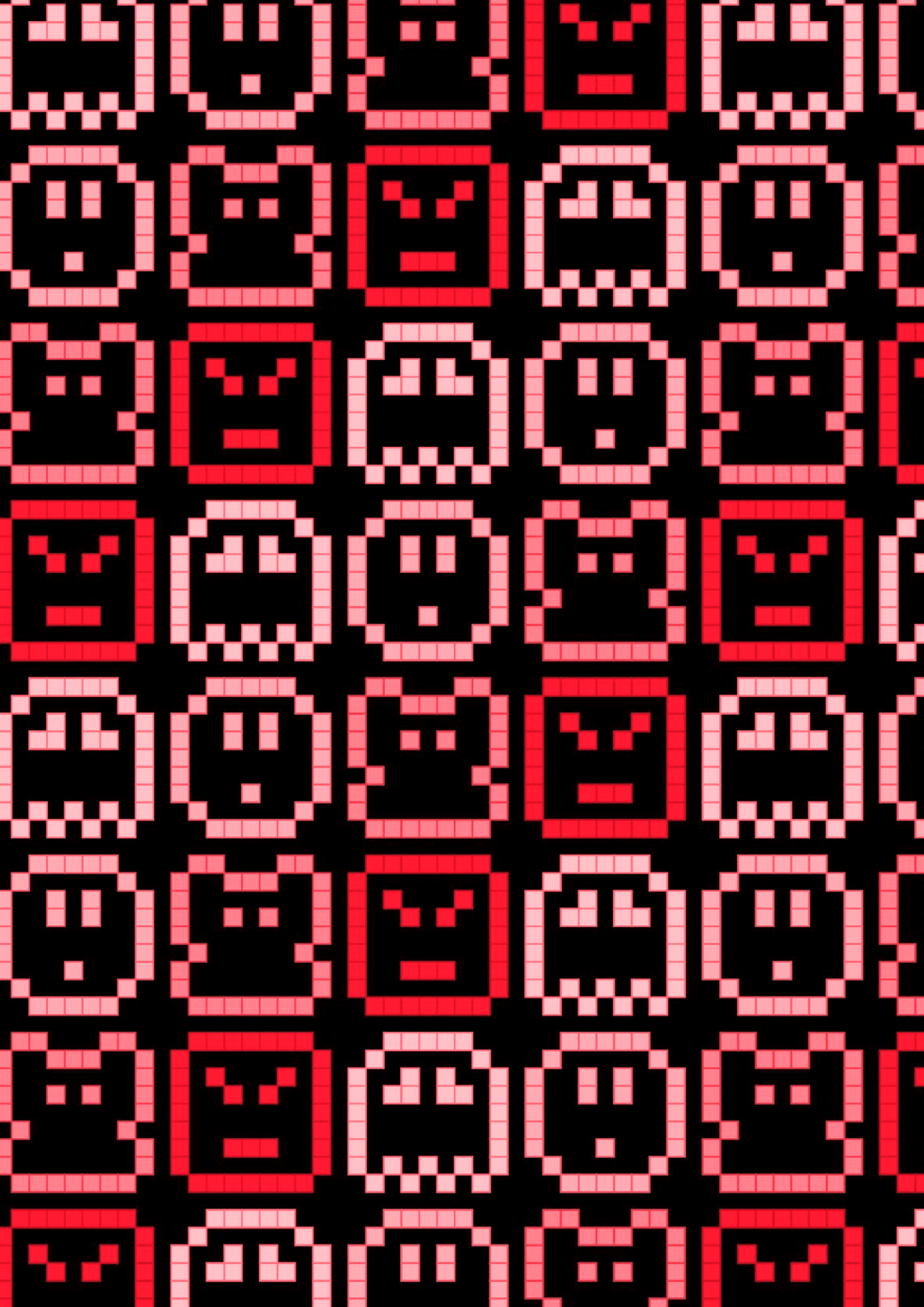
Asimismo me gustaría destacar en 2016 nuestra entrada en el mundo de la realidad virtual de la mano de PSVR con el aclamado videojuego Batman Arkham VR de Rocksteady.

Solo me quedaría añadir nuestra evolución en plataformas móviles. El crecimiento en el mundo digital es imparable y, por ello, seguimos ofreciendo apps de nuestras franquicias estrella como por ejemplo Animales Fantásticos: Casos del Mundo Mágico o DC Legends.

**Carlos Rincón**

**Director General de Warner Bros Home Entertainment España**







# EL SECTOR DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

09

# EL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA 2016

## DATOS ECONÓMICOS



Los videojuegos son la **primera opción de ocio** audiovisual en España

**1.163 MILLONES** de euros facturado en 2016 (+7,4% respecto a 2015)

Industria del cine: **601 M€**



Industria de la música grabada: **163,7 M€**



### VENTA FÍSICA

781 M€



### VENTA ONLINE

382 M€



Online **205 M€**



Apps **177 M€**



## BARCELONA GAMES WORLD 2016

El mayor **evento** de videojuegos de la historia de **España**



**121.980** Visitas



**+1000** Terminales de juego



**155** Expositores



**372** Reuniones de negocio



**53.000** m<sup>2</sup>



## EL VIDEOJUEGO EN EL PARLAMENTO

### Congreso de los Diputados

Por primera vez exigió al Gobierno facilitar inversiones internacionales

### Asamblea de Madrid

Por primera vez exigió el desarrollo de la industria local.

### Parlament de Catalunya

Por primera vez la industria compareció en un parlamento



## PERFIL DE LOS JUGADORES

**15 MILLONES** DE VIDEOJUGADORES



♂ **56%**

♀ **44%**



6-10 años		<b>75%</b>
11-14 años		<b>76%</b>
15-24 años		<b>68%</b>
25-34 años		<b>46%</b>
35-44 años		<b>36%</b>
45-64 años		<b>15%</b>



Los españoles dedican una media de **6,2 HORAS / SEMANA** a jugar a videojuegos



Reino Unido **8,9 Horas**



Alemania **8,1 Horas**



Francia **6 Horas**

## TIPOS DE VIDEOJUEGOS POR PLATAFORMAS



Juegos Físicos **8M**



Juegos Online **7,4M**



Apps Móviles **6,8M**



Apps Tablets **3,8M**



Videoconsolas Portátiles **3,7M**



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS



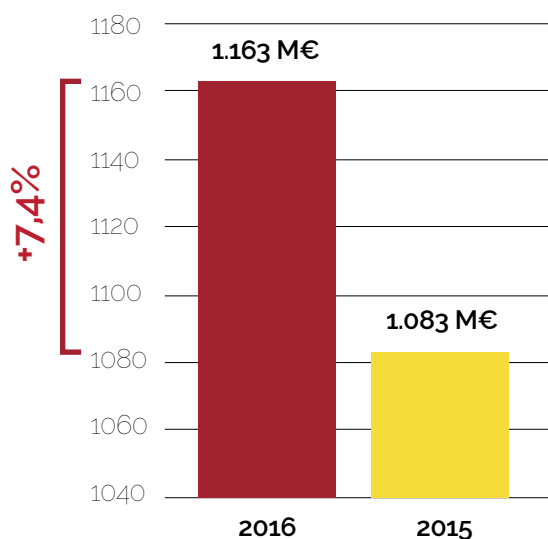
10



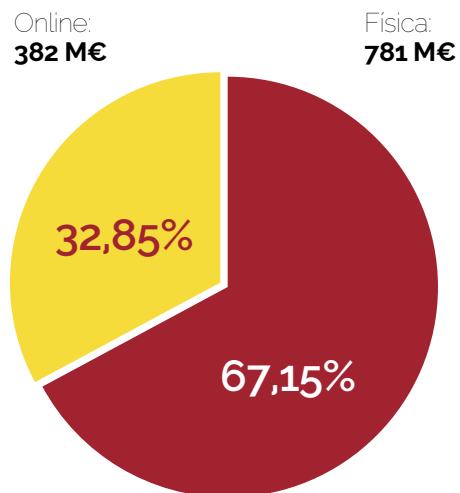
LA INDUSTRIA DE  
LOS VIDEOJUEGOS  
EN ESPAÑA EN  
2016



## FACTURACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO



## FACTURACIÓN POR PLATAFORMAS



## LOS MEJORES DATOS PARA LA INDUSTRIA ESPAÑOLA DEL VIDEOJUEGO DESDE EL AÑO 2009

En 2016, el sector de los videojuegos generó 1163 millones de euros en España, sumando la venta física que supuso un total de 781 millones de euros (GFK) y la venta online que ascendió hasta los 382 millones de euros (Gametrack-ISFE).

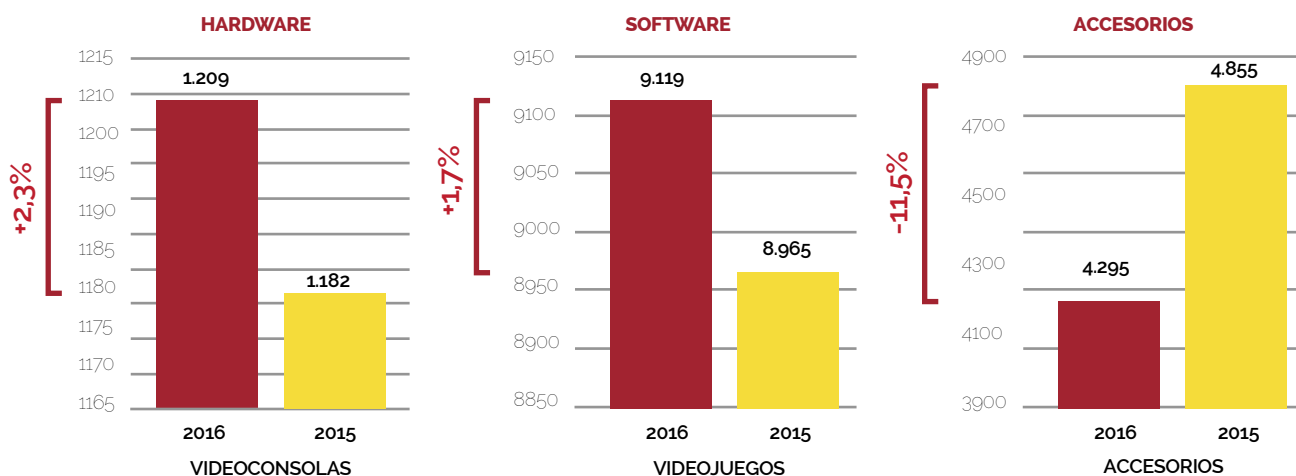
La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) valora positivamente estos datos que son la mejor base para poder desarrollar la industria de los videojuegos en España.

De esta forma, el sector de los videojuegos se consolida un año más como la primera opción de ocio audiovisual e interactivo de nuestro país. La cifra supone un incremento del 7,4% en relación al 2015, cuando la industria generó 1.083 millones de euros.

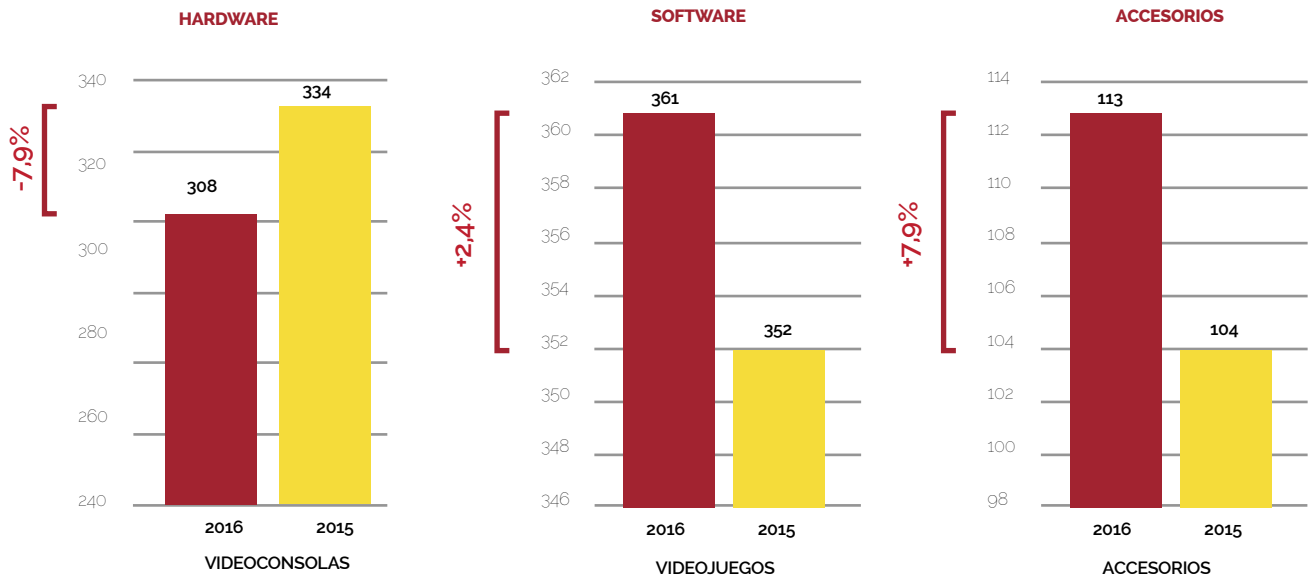
La tendencia positiva iniciada en 2014 se consolida, siendo los mejores resultados desde el año 2009.

## SIGUE EL INCREMENTO EN LA VENTA DE VIDEOCONSOLAS Y VIDEOJUEGOS

Venta por segmentos de negocio (miles de unidades vendidas)



Facturación por segmentos de negocio (millones de euros)



Los datos facilitados por GFK señalan que, por segmentos, el software generó 361 millones de euros, el hardware 308 millones y los accesorios y periféricos 113 millones de euros. En relación al software destaca el incremento de las videoconsolas generando 346 millones de euros (2,77% respecto al 2015).

En relación al hardware destaca el incremento en el número de videoconsolas vendidas hasta un total de 1.209.000 (un 2,3% más respecto a 2015).

Por último, y en relación a los accesorios y periféricos destaca el aumento tanto de los accesorios para ordenadores cuyas ventas generaron 8,94 millones de euros (un 16% más respecto a 2015) como la venta de los accesorios para videoconsolas cuya facturación ascendió a los 103,66 millones de euros (un 7% más respecto al año anterior).

**SOFTWARE**

	Miles de unidades 2016	Miles de unidades 2015	Variación unidades vendidas 15-16	Miles de euros 2016	Miles de euros 2015	Variación facturación 15-16
PS4	650	590	10%	215	220	-2%
PS3	6	34	-82%	1	7	-84%
PS2		0,0			0	
PSP		1			0	
PS Vita	21	63	-67%	4	12	-67%
XBox 360	3	11	-73%	0	2	-79%
XBox ONE	75	62	21%	22	22	0%
Nintendo Wii	1	27	-96%	0	3	-96%
WIIU	43	80	-46%	13	23	-45%
DS		1			0	
3DS	357	296	20%	48	44	11%
Otras	53	16	231%	3	1	264%
<b>TOTAL</b>	<b>1.209</b>	<b>1.182</b>	<b>2,3%</b>	<b>308</b>	<b>334</b>	<b>-7,9%</b>



**HARDWARE**

	Miles de unidades 2016	Miles de unidades 2015	Variación unidades vendidas 15-16	Miles de euros 2016	Miles de euros 2015	Variación facturación 15-16
Ordenador	510	557	-8%	15	15	-5%
Consolas	8.609	8.408	2,39%	346	337	2,77%
PS4	4.150	2.767	50%	199,12	145,99	36%
PS3	905	1.771	-49%	26,20	60,52	-57%
PS2	2	10	-85%	0,01	0,10	-88%
PSP	17	64	-73%	0,13	0,60	-78%
PS Vita	178	335	-47%	4,65	9,35	-50%
XBox 360	276	522	-47%	7,20	15,69	-54%
XBox ONE	438	343	28%	18,25	16,28	12%
Nintendo Wii	404	718	-44%	11,62	21,68	-46%
WIIU	448	467	-4%	16,58	19,30	-14%
DS	19	50	-62%	0,19	0,57	-66%
3DS	1.770	1.356	31%	62,04	46,55	33%
Otras	3	5	-40%	0,05	0,09	-50%
<b>TOTAL</b>	<b>1.209</b>	<b>8.965</b>	<b>1,7%</b>	<b>361</b>	<b>352</b>	<b>2,4%</b>

**ACCESORIOS**

	Miles de unidades 2016	Miles de unidades 2015	Variación unidades vendidas 15-16	Miles de euros 2016	Miles de euros 2015	Variación facturación 15-16
Ordenador	204	192	6%	8,94	7,68	16%
Consolas	4.091	4.663	-12%	103,66	96,68	7%
PS4	978	668	46%	42,82	26,31	63%
PS3	360	531	-32%	6,98	11,98	-42%
PS2	5	5	-8%	0,04	0,05	-10%
PSP + PS Vita	82	134	-39%	0,82	1,35	-39%
XBox 360	75	126	-40%	2,01	3,49	-42%
XBox ONE	165	124	33%	8,12	5,70	43%
Nintendo Wii	124	176	-30%	2,26	3,27	-31%
WIIU	125	179	-30%	3,26	4,86	-33%
DS + 3DS	546	568	-4%	5,73	5,74	0%
Multiplataforma	1.625	2.152	-24%	31,54	33,94	-7%
Otros	7	0	2333%	0,08	0,00	2178%
<b>TOTAL</b>	<b>4.295</b>	<b>4.855</b>	<b>-11,5%</b>	<b>113</b>	<b>104</b>	<b>7,9%</b>

## **EL CONSUMO ONLINE SUBE MÁS DE UN 30%**

Según los datos del Gametrack elaborados para la Interactive Software Federation of Europe (ISFE), el valor estimado del consumo online de videojuegos en 2016 ascendió hasta los 382 millones de euros (un 30,82% más que en 2015, donde se generaron 292 millones de euros) entre apps (para dispositivos móviles) y el resto de plataformas online.

Los videojuegos adquiridos a través de apps móviles supusieron un valor de 177 millones de euros (un 43,90% respecto al 2015), mientras que el valor estimado del consumo desde el resto de plataformas online situó en los 205 millones de euros (un 17,56% más que el año anterior).

Las estimaciones del estudio de Gametrack para ISFE se han elaborado en todo Europa a través de un triple sistema de sondeos: una encuesta anual a nivel europeo offline a 1.000 personas mayores de 18 años, una encuesta a nivel europeo mensual online a 1.000 personas de entre 6 y 64 años y una encuesta trimestral por países a 3.000 personas.





# EL MERCADO MUNDIAL DEL VIDEOJUEGO EN 2016

11

El mercado global del videojuego creció un 8,5% en el año 2016 con respecto al año anterior alcanzando una facturación total de 99.600 millones de dólares (más de 92.000 millones de euros) según las estimaciones de Newzoo.

Europa sigue siendo una de las regiones que lidera la industria del videojuego, tras Asia-Pacífico y Norteamérica. Alemania, Reino Unido, Francia, España e Italia son los países que mayor consumo de videojuegos generan en Europa, situándose entre los diez más importantes del mundo. Se estima que durante 2016, Alemania registró unos ingresos aproximados de 3.700 millones de euros, en la línea de Reino Unido que generó 3.500 millones de euros, seguidos de Francia que rondó los 2.500 millones de euros.

El mercado global de videojuegos se encuentra encabezado por China, Estados Unidos, Japón y Corea del Sur. Sólo los veinte países que generan más ingresos representan el 90% del total de la facturación mundial.

### **EL MERCADO A NIVEL GLOBAL**

De acuerdo con los datos del último informe global del mercado de los videojuegos presentado por Newzoo, el mercado mundial de videojuegos habría aumentado considerablemente (un 8,5%) pasando de una facturación de 91.500 millones de dólares (80.100 millones de euros) en 2015 a 99.600 millones de dólares (91.700 millones de euros) en 2016. Este crecimiento sería, sobre todo, consecuencia del incremento superior al 10% en la región de Asia-Pacífico, del 20% en Latinoamérica y del 26% en África y Oriente Medio.

### **MERCADOS INTERNACIONALES DESTACADOS**

En cuanto a las áreas geográficas, la región mundial que mayor crecimiento ha tenido en 2016 ha sido África y Oriente Medio, donde se ha registrado una facturación de 3.200 millones de dólares (2.950 millones de euros), un 26% más que 2015. Cabe destacar la facturación de 755 millones de dólares (695 millones de euros) en Turquía y de 502 millones (462 millones de euros) en Arabia Saudí.

Buena parte del crecimiento global está relacionado con el aumento de la facturación en América Latina, donde se han registrado unos ingresos superiores a 4.100 millones de dólares (3.775 millones de euros), un 20,1% más que en 2016. El mercado latino ha estado liderado por Brasil con una facturación de

1.300 millones de dólares (1.195 millones de euros), México con 1.100 millones de dólares (1.015 millones de euros) y Argentina con 409 millones de dólares (375 millones de euros).

En la región de Asia y la zona del Pacífico también se habría producido un crecimiento en 2016 superior a la media al aumentar un 10,7% desde 2015 hasta los 46.600 millones de dólares (42.900 millones de euros). Esta región geográfica ha seguido ocupando un año más la primera posición dentro del volumen de negocio mundial, superando los ingresos combinados de Norteamérica y Europa, copando un 46,8% de la facturación total. Especialmente destacada ha sido la facturación de China, que ha superado a Estados Unidos en 2016, situándose como el primer país en el mercado global de videojuegos. Un 58% del crecimiento del mercado de videojuegos en 2016 ha procedido directamente de Asia.

### **CHINA Y ESTADOS UNIDOS**

China y Estados Unidos han seguido liderando los datos de facturación mundial en 2016, seguidos de lejos por Japón, Corea del Sur y Alemania. En el pasado año, China obtuvo unos ingresos de 24.369 millones de dólares (22.425 millones de euros), arrebatando el liderazgo mundial a Estados Unidos que alcanzó los 23.598 millones de dólares (21.715 millones de euros). El crecimiento del gigante asiático es imparable al concentrar en su territorio a 789 millones de personas con acceso a internet frente a los 294 de millones de Estados Unidos.

### **CRECIMIENTO MUNDIAL POR SEGMENTOS**

De la facturación total de 91.700 millones de euros en 2016 en todo el mundo, el 29% provino de videoconsolas físicas y videojuegos alcanzando 26.685 millones de euros (un 4,5% más que en 2015). Por otro lado, los videojuegos en móviles supusieron un 27% de los ingresos globales (23,7% más que en 2015), el mismo porcentaje que los videojuegos online, (4,2% más que el año pasado).





12

LOS  
VIDEOJUEGOS  
MÁS VENDIDOS  
EN 2016





TÍTULO	MARCA	DISTRIBUIDOR	PLATAFORMA
#1. FIFA 17	ELECTR. ARTS	ELECTR. ARTS	PS4
#2. POKEMON SOL	NINTENDO	NINTENDO	NINTENDO 3DS
#3. GRAND THEFT AUTO V	R*	TAKE 2	PS4
#4. POKEMON LUNA	NINTENDO	NINTENDO	NINTENDO 3DS
#5. YO-KAI WATCH	NINTENDO	NINTENDO	NINTENDO 3DS
#6. CALL OF DUTY: BLACK OPS III	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	PS4
#7. UNCHARTED 4: EL DESENLACE DEL LADRON	SONY	SONY	PS4
#8. BATTLEFIELD 1 (INCL. EXCLUSIVE ED.)	ELECTR. ARTS	ELECTR. ARTS	PS4
#9. CALL OF DUTY: INFINITE WARFARE LEGACY EDITION (INCL. EXCLUSIVE ED.)	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	PS4
#10. CALL OF DUTY: INFINITE WARFARE	ACTIVISION	ATVI BLIZZARD	PS4
#11. FIFA 16	ELECTR. ARTS	ELECTR. ARTS	PS4
#12. UNCHARTED 4: EL DESENLACE DEL LADRON EDICION ESPECIAL	SONY	SONY	PS4
#13. FAR CRY PRIMAL (INCL. EXCLUSIVE ED.)	UBISOFT	UBISOFT	PS4
#14. JUST DANCE 2017	UBISOFT	UBISOFT	WII
#15. TOM CLANCYS THE DIVISION (INCL. EXCLUSIVE ED.)	UBISOFT	UBISOFT	PS4
#16. FIFA 17	ELECTR. ARTS	ELECTR. ARTS	PS3
#17. WATCH DOGS 2 (INCL. EXCLUSIVE ED.)	UBISOFT	UBISOFT	PS4
#18. SUPER MARIO MAKER	NINTENDO	NINTENDO	NINTENDO 3DS
#19. ROCKET LEAGUE COLLECTOR'S EDITION	505 GAMES	DIGITAL BROS	PS4
#20. FIFA 16	ELECTR. ARTS	ELECTR. ARTS	PS3

BARCELONA

GAMES

WORLD

EL ÉXITO DE LA  
BARCELONA  
GAMES WORLD  
2016

13

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) organizó entre los días 6 y 9 de octubre de 2016 junto a Fira de Barcelona la primera edición de la Barcelona Games World. Barcelona Games World 2016 se convirtió en el evento más multitudinario organizado hasta la fecha por la industria de los videojuegos en España y contó con 121.980 visitantes. Más de 53.000 m2, más de 1.000 terminales de juego, 372 reuniones entre inversores y desarrolladores y 155 expositores son algunas de las cifras que convirtieron al evento en una referencia europea para la industria.

El objetivo de AEVI con la organización de este evento, que se repetirá este año entre los días 5 y 8 de octubre, es abrirse a nuevos públicos y darles la oportunidad de probar las novedades del sector de los videojuegos. Asimismo, se pretende aprovechar el ecosistema empresarial alrededor de la industria tecnológica de Barcelona, buscar nuevos mercados, generar sinergias con otros sectores tecnológicos y reunir a toda la cadena de valor de la industria de los videojuegos.

Barcelona Games World 2016 no solo albergó expositores y terminales de juego para el gran público, sino que contribuyó al desarrollo de la industria española. Buena muestra de ello fue el pitch and match en la que decenas de desarrolladores españoles tuvieron la oportunidad de presentar sus proyectos a inversores internacionales o la organización de conferencias con referentes del sector.

Entre ellas, destaca la participación de Simon Little (director general de ISFE, la patronal europea del videojuego) o Tanya Woods (vicepresidenta de ESAC, la patronal canadiense) que compartieron la estrategia de la industria europea y canadiense para situar al videojuego en el

centro de las prioridades políticas.

Desde el punto de vista institucional, Barcelona Games World 2016 contó con la participación de la alcaldesa de la ciudad de Barcelona Ada Colau, el conseller de Empresa del Govern de la Generalitat Jordi Baiget, la líder de la oposición en el Parlamento de Cataluña Inés Arrimadas, así como líderes de grupos parlamentarios como Xavier Garcia Albiol.





A large vertical banner for the game World of Warships. At the top is the game's logo, a shield with a ship's anchor. Below it, the text "WORLD OF WARSHIPS" is written in a stylized, metallic font. Underneath that, "ACTION STATIONS" is written in a smaller, blue font. A large white box contains the Spanish text "JUEGA A TU MANERA" in bold blue letters. At the bottom of the banner, the website "WORLDOFWARSHIPS.EU" is listed, followed by the Wargaming.net logo and name.

WORLD OF WARSHIPS  
ACTION STATIONS  
JUEGA A TU MANERA  
WORLDOFWARSHIPS.EU  
WARGAMING.NET





# LAS GRANDES CITAS DEL SECTOR

14



# LAS GRANDES CITAS DEL SECTOR



**Game Developer  
Conference**  
San Francisco (EE.UU)  
*27 de febrero – 3 marzo de 2017*

**E3 2017**  
Los Ángeles (EE.UU)  
*13-15 de junio de 2017*



**Gamescom**  
Colonia (Alemania)  
22-26 de agosto de 2017

**Milan Games Week**  
Milán (Italia)  
29 de septiembre - 1 de octubre de 2017

**Tokyo Game Show**  
Tokio (Japón)  
21-24 de septiembre de 2017

**Barcelona Games World**  
Barcelona (España)  
5-8 de octubre de 2017

**Paris Games Week**  
París (Francia)  
1-5 de noviembre de 2017



AEVI  
ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
VIDEOJUEGOS

**Contacto AEVI:**

C/ O'donnell, 34 3º D

28009 Madrid

91 522 46 45

*info@aevi.org.es*