

Categorías

Economía
Nuevas Tecnologías

Canales

Informes
Management XXI
Mundo Cimkey
Ocio y Negocio

Libre de impuestos

Quién quiere ser
emprendedor
Humberto Salerno

El miedo, el control
abusivo de nuestras
decisiones, soñar
despiertos, son
conceptos que se
podrían considerar
apocalípticos en
términos de management
pero les aseguro que
son tan palpables en
nuestras vidas como el
hecho de levantarnos
cada mañana para
afrontar nuevos retos.

Nuevas Tecnologías

España deja escapar el negocio de los videojuegos, aún siendo un gran consumidor



15/10/07 - Sara Agualeles

Con una facturación de 967 millones de euros en 2006, según la patronal del sector, España se convierte en el cuarto mercado europeo en consumo de videojuegos, por detrás de Reino Unido, Alemania y Francia. No obstante, se sitúa a la cola de Europa en cuanto al desarrollo de contenidos propios, muy por detrás de países con un consumo mucho menor como son Italia, Holanda o Noruega. Madrid acogerá en las próximas semanas el primer Foro Internacional de Contenidos Digitales (FICOD), en el que se abordarán, entre otros temas, las oportunidades para desarrollar una verdadera industria española de videojuegos.

Según los datos de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

(ADESE), los videojuegos que más gustan en España son los de aventuras, estrategia, deporte o acción. Gracias a ellos, el año pasado se ingresaron casi mil millones de euros en un sector que crece a un ritmo anual del 14% desde el año 2005.

El éxito de estos contenidos de entretenimiento digital sitúa a España en el cuarto puesto de Europa en cuanto a consumo de videojuegos, ranking que podría mejorar en los próximos años teniendo en cuenta las previsiones de crecimiento del sector en España, que apuntan a que la senda del 14% anual se pueda mantener al menos hasta 2009.

*Solo el 1% de las
ventas de
videojuegos revierte
en la industria
española de
contenidos*

No obstante, el negocio podría ser muchísimo mayor si los contenidos distribuidos fueran españoles y no extranjeros como sucede ahora en la mayoría de los casos. Actualmente se calcula que el 95% de las personas que trabajan en el sector en España están dedicadas a la distribución de videojuegos extranjeros, mientras que tan sólo el 5% se dedican al desarrollo de contenidos. De hecho, según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio sólo el 1% de las ventas revierte en empresas españolas de desarrollo.

A por el *made in Spain*

La primera edición de FICOD, que se celebrará en Madrid los próximos 6, 7, y 8 de noviembre en el marco de SIMO 2007, ha programado una mesa redonda sobre "videojuegos, animación y nuevos hábitos sociales" en la que diferentes expertos y profesionales del sector intentarán esgrimir las bases para que España cuente con una verdadera industria de desarrollo de videojuegos, que por ahora está en una fase muy embrionaria teniendo en cuenta el potencial de este mercado en nuestro país.

Las oportunidades que se han detectado en este sentido apuntan al desarrollo de videojuegos "casual", es decir, producciones de bajo coste dirigidos al mercado de Internet o teléfonos móviles, "debido al importante desarrollo de redes móviles y la creciente penetración de Banda Ancha", según Red.es.

De hecho, según el último Informe Panel Hogares enero-marzo 2007 de este organismo público, "el 40% de los hogares está conectado a Internet", y "cerca de 22 millones de españoles han accedido a la Red en alguna ocasión, de los cuales un 68% son internautas intensivos".

Según la información difundida por el Ministerio de Industria ante la próxima inauguración de Ficod, "el presupuesto para el desarrollo de juegos casual, más fáciles y por lo tanto con una producción técnica más sencilla, puede rondar los 150.000 euros, frente a los 10 ó 15 millones de un videojuego normal". En este contexto, se calcula que el mercado mundial de juegos "casual" puede alcanzar una Tasa de Crecimiento media anual (TCMA) del del 2004 al 2008 de un 43% llegando a los 2.100 Millones de dólares.

Hoteles