

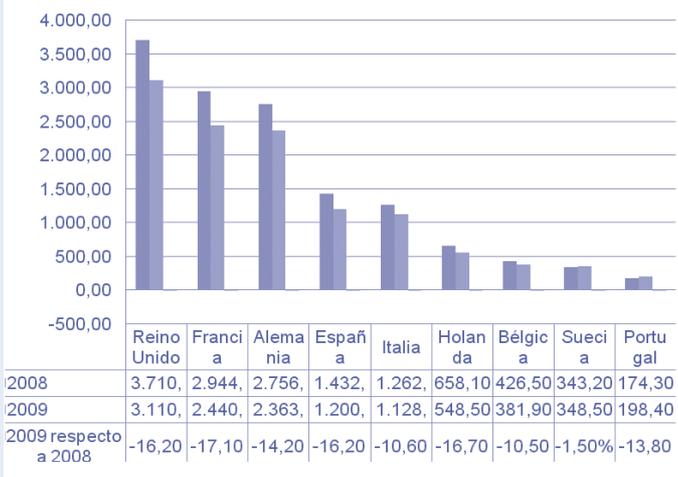
CONTEXTO SECTORIAL

Además de videojuegos, las empresas desarrolladoras de ocio interactivo crean otros contenidos interactivos digitales para diferentes plataformas tecnológicas.

Desde 2009, los videojuegos están considerados como parte de la industrial cultural en España, lo que supone que las empresas pueden acceder a ayudas públicas y financiación específica para el sector cultural. La industria española del videojuego es la cuarta potencia europea en consumo, con 1.200 millones de euros en ventas, y la sexta a nivel mundial. En España, el 22,5% de la población se declara jugadora de videojuegos.

A medio plazo (año 2015) se prevé una evolución del videojuego hacia la integración en la televisión y en cualquier dispositivo con acceso a Internet a modo de servidor virtual. La tendencia es, por tanto, la desaparición de la consola y juego físico y la consolidación del modo descarga y *streaming*.

CONSUMO DE VIDEOJUEGOS Y CONSOLAS EN EUROPA EN 2009



DAFO

AMENAZAS

- Rapidez en los cambios tecnológicos y nula posibilidad de influencia en los mismos
- Falta de visibilización en el mercado
- Pocas barreras de entrada al mercado
- Dificultades de acceso a financiación privada ajena
- Apoyo de otros países a sus sectores (especialmente Canadá, Corea, China, etc.)

PUNTOS FUERTES

- Originalidad y creatividad
- En España, costes más bajos que los principales competidores de otros países
- Clasificación como industria cultural en España

OPORTUNIDADES

- Tendencia a la desaparición de soporte físico (*cloud computing*), lo que disminuye los gastos en soportes
- Mercado en expansión: nuevos segmentos, nuevos usos, redes sociales, etc.
- Sector no tradicional y emergente basado en nuevas tecnologías y valor añadido
- Posibilidad de colaboración con sectores de oferta complementaria
- Tendencia generalizada a la expansión del uso de las TIC en la sociedad
- Mercado global y mercado de habla hispana

PUNTOS DÉBILES

- Débil estructura financiera de las empresas. Pocos fondos propios y nivel de capitalización
- Poco o deficiente nivel de profesionalización en la gestión empresarial
- Débil nivel de orientación al cliente en las empresas de tamaño reducido
- Pocos recursos y dificultades para realizar acciones de marketing
- Tamaño reducido de las empresas

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

Los videojuegos tienen un 53% de la cuota del mercado español de entretenimiento audiovisual e interactivo, superando en ventas a la suma de lo que registran el cine y la música en conjunto.

En España, el 22,5% de la población se declara jugadora de videojuegos. En total, cerca de 10,4 millones de personas. En este sentido, la tendencia es creciente: en 3 años el número de *gamers* ha aumentado en más de un millón y medio de jugadores.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunidad Valenciana, el 84% de las empresas desarrolladoras de ocio interactivo son autónomas, un porcentaje algo mayor que en el resto de España, donde es el 71%.

Además, las empresas de videojuegos en la Comunidad Valenciana tienen dos líneas de productos predominantes: los videojuegos y los videojuegos descargables. Hay poca producción de otras líneas como marketing para móviles, aplicaciones por encargo, videojuegos para consolas, *advergaming*, animación o realidad virtual.

Casi la mitad de las empresas de videojuegos de la Comunidad Valenciana se financia al 100% con fondos propios, muy pocas de estas empresas recurren a créditos ICO, subvenciones, etc.

PRODUCTOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Diseño de videojuegos específicos para las diferentes plataformas, sistemas operativos y soportes	<i>Advergaming</i>
Diseño de videojuegos descargables	Desarrollo de aplicaciones para equipos en movilidad (<i>tablets</i> , móviles, etc.)
Líneas de productos de ocio interactivo asociadas a líneas de productos de éxito	Conversiones: adaptación de un producto de éxito a otros medios, para aprovechar la situación favorable
Videojuegos para redes sociales	Asesoramiento en marketing 2.0
Diseño, desarrollo y mantenimiento de páginas web	Audiovisuales de animación
Implementación de videojuegos para multiplataformas	Distribución de videojuegos

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DESARROLLADORA DE OCIO INTERACTIVO TIPO

CNAE/SIC	5821, 6203, 6209
IAE	3552
Condición jurídica	Autónomo / Sociedad Limitada
Facturación	56.000 euros
Localización	Zonas urbanas
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor y 1 Persona de Apoyo
Instalaciones	45 m ² para zona de trabajo y administración
Clientes	Sector privado: distribuidores o <i>publishers</i> , empresas. Cliente final, a través de aplicaciones de descarga online o móvil
Herramientas promocionales	Labor comercial, página web propia, presencia en páginas web sectoriales, asistencia a ferias sectoriales, anuncios en directorios comerciales, redes sociales
Valor de lo inmovilizado/Inversión	30.000 euros
Importe gastos anuales	50.600 euros
Resultado bruto (%)	3%

RECOMENDACIONES

Entrar en contacto con un *publisher* de ámbito internacional es muy importante para conseguir una buena difusión del producto.

Profesionalizar la gestión empresarial.

Entrar en contacto con empresas de sectores con los que se pueda establecer colaboraciones, como el sector audiovisual, el juguetero, etc., realizando trabajos de animación digital.

ENLACES DE INTERÉS

www.doid.org · www.dev.org.es · www.anetcom.es · www.adese.es · www.observatoriovideojuegos.com · www.asupiva.org