

Emprendedores



El equipo de Gamesonomy en las instalaciones de espaitec 2.

Gamesonomy, el editor más sencillo del mercado para crear videojuegos

Esther Ramo. Comunicación ESPAITEC

En 2013 la crisis económica llevó a un grupo de investigadores del Instituto de Nuevas Tecnologías de la Imagen (INIT) y profesores del Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos de la UJI a buscar alternativas para la salida laboral de parte de sus investigadores. Decidieron salir de la zona de confort y se lanzaron a emprender con el proyecto Gamesonomy, una startup con la que afrontar el reto de crear puestos de trabajo cualificados en Castellón, evitando que el personal contratado en proyectos de investigación tuviera que buscar trabajo fuera al finalizar sus contratos.

La empresa se constituyó hace un par de años. Durante la fase inicial centraron los escasos recursos al desarrollo de su tecnología, un editor para la creación de videojuegos en dispositivos móviles y web. Desde el verano de 2014 han empezado a extender el conoci-

miento del editor entre los más jóvenes, con una línea de negocio enfocada a impartir cursos en colegios y campamentos tecnológicos.

Hoy Gamesonomy nos cuenta un poco más de su tecnología y de un sector en constante crecimiento, los datos indican que más de 250 millones de personas juegan en Facebook cada mes, un sector donde la oferta de juegos de diferentes géneros no para de crecer. Gamesonomy es una herramienta básica de diseño y creación de juegos.

¿Cómo surge la idea de crear esta herramienta?

La idea surge al intentar enseñar a crear videojuegos a gente que no sabía programar. Tras explorar el mercado comprobamos la falta de aplicaciones para la creación de videojuegos orientadas a dispositivos móviles y que pudieran utilizarse sin tener conocimientos de



informática. Entre vuestra oferta de servicios, hacéis cursos de creación de videojuegos para niños.

¿Qué beneficios tiene este tipo de cursos para el público infantil?

Mediante la creación de videojuegos se promueve la educación en el área CTIM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas). En este sentido, se utilizan los videojuegos y los dispositivos móviles como elementos para atraer la atención de los niños. En nuestras clases se les enseña cómo los conocimientos que adquieren sobre geometría, física y tecnología pueden utilizarse en el campo de la creación de videojuegos. Por otro lado, impulsamos la creatividad, la resolución de problemas y retos, el trabajo en equipo como parte principal del proceso de aprendizaje.

Juegos por encargo

Además de esta herramienta y los cursos, ¿qué otros servicios ofrecéis? ¿Tenéis en marcha otros proyectos?

El editor de juegos ha sido diseñado para que sea fácil publicar juegos para dispositivos móviles. En este sentido el servicio de publicación en las tiendas online (App Store y Google Play) es uno de nuestros principales servicios. Otro de los servicios que ofrecemos es la realización de juegos por encargo.

¿Hacéis videojuegos aplicados al advergaming? Podrías poner un ejemplo concreto para acercar el concepto a los lectores.

Sí, los juegos de este tipo buscan de alguna forma publicitar una marca, un producto o una idea. Mediante este tipo de aplicaciones el usuario recibe una exposición continua a la marca publicitada mientras juega y se divierte. Muchas marcas de coches tienen juegos de este tipo, en los que se pueden probar y jugar con los nuevos modelos de vehículos.

Se estima que 250 millones de personas juegan a juegos en Facebook cada mes.

Hay miles de juegos de diferentes géneros para elegir con los que la gente pasa horas relajándose, divirtiéndose... Con una oferta tan amplia, ¿cómo se consigue entrar en este mercado?

La entrada en estos mercados es muy difícil y principalmente lo ocupan grandes empresas. Sin embargo en cualquier momento alguien tiene una idea sencilla, desarrolla un juego y se hace viral. El mercado es complicado pero hay posibilidades de éxito.

¿Cuál es vuestro público objetivo?

Fundamentalmente nuestro público está formado por entusiastas de los videojuegos que tienen interés en realizar sus propias creaciones de forma sencilla. En la actualidad impartimos clases a niños de entre 7 y 17 años, aunque el editor también está dirigido a creati-

Emprendedores

vos y artistas en general sin conocimientos de programación que estén interesados en entrar en el sector de los videojuegos.

¿Qué ofrecéis diferente de la competencia?

Un editor multiplataforma en la nube que se parece mucho al Powerpoint. Hemos diseñado el editor más sencillo del mercado para crear videojuegos.

¿Es complicado crear una empresa en España? ¿Cuáles han sido las condiciones en vuestro caso?

La verdad es que es difícil entender el proceso. Siempre es necesario recurrir a profesionales y asesores. Además cada tipo de empresa tiene su propia idiosincrasia y es difícil encontrar quien sepa cómo resolver problemas concretos.

¿Cuánto dinero tuvisteis que invertir para poner en marcha la empresa (en euros) y principales partidas a las que destinasteis ese dinero?

Iniciamos con 30.000 euros. La parte principal se dedicó a la realización del editor de juegos.

¿Qué os ha resultado más difícil en todo este camino? ¿Y lo más fácil?

Lo más difícil ha sido dedicar nuestro tiempo libre y el que dedicamos a la familia a la creación de la empresa. Lo mejor y lo más fácil ha sido lo que hemos disfrutando desarrollando nuestra idea.

¿Cómo os veis en 3 años?

Como una empresa que se dedica a fomentar el diseño y creación de videojuegos, dando clases a niños y desarrollando un editor de juegos de calidad que cada vez utiliza más gente en el mundo.

¿Tenéis planes de internacionalización?

En principio la web de Gamesonomy es multilingüe e intentamos que posicione bien en los buscadores. Todavía no hemos diseñado estrategias de internacionalización, primero estamos tratando de consolidar la empresa, la inversión no ha sido muy alta, así que el proceso es lento. |

