



## HEIDI KLUM Solicita el divorcio a Seal tres meses después de su separación

La modelo alega «diferencias irreconciliables» en la relación ▶ 85

informacion.cultura@epi.es



## RELIGIÓN Un obispo arremete contra la homosexualidad

Juan Antonio Reig, obispo de Alcalá de Henares, calificó las relaciones entre personas de un mismo sexo como «la malicia del pecado» ▶ 86

# Cultura & Sociedad

ESPECTÁCULOS | CIENCIA | ARTE | TENDENCIAS | GENTE | TELEVISIÓN



Los videojuegos de fútbol de Fromthebench se hacen un hueco en el mercado asiático. JESÚS CRUCES

## China, seducida por los videojuegos «made in Alicante»

► La empresa eldense Fromthebench abre sede en Hong Kong y, desde entonces, multiplica por 10 sus ventas en un mercado donde no existe ni Google, ni Facebook ► Las descargas que reciben del país asiático, con sus juegos del Real Madrid y el Barça, suponen ya el 30% de su negocio

JUANJO PAYÁ

■ Hasta ahora, la única área cultural que ha sobrevivido a la crisis económica es el videojuego. Un mercado que sigue generando mayor número de ventas que el cine y la música juntos, por no citar otros campos culturales que siguen igualmente estrangulados por los recortes en las subvenciones.

Sin embargo, desde hace unos meses, algunos portales especializados anunciaban cierta parálisis en el ámbito europeo, lo que conllevaría un evidente retroceso en la venta de juegos. Sobre todo, en los desarrollados para dispositivos móviles y tabletas digitales. Así pues... ¿Es China el paraíso perdido de los videojuegos? ¿Y Japón o Corea del Sur, fanáticos de los videojuegos, con jugadores profesionales que incluso firman autógrafos

por la calle como si se tratasen del mismísimo Messi o Cristiano Ronaldo?

Fromthebench, empresa de videojuegos de Elda, ha abierto recientemente una sede en Hong Kong, China, y los resultados no se han hecho esperar: han multiplicado por 10 sus beneficios, lo que supone ya un 30% del total de las descargas que reciben de sus juegos.

Estos buenos resultados se deben a que la empresa alicantina es propietaria del videojuego «Real Madrid Fantasy Manager» que, disponible para móvil o tabletas digitales, convierte al usuario en un «Florentino Pérez del fútbol». Es decir, puedes gestionar cualquier detalle de la plantilla, estadio y presupuesto del club para medirte a otros rivales. Este título, que cuenta con todos los derechos oficiales del Real Ma-

**¿La clave del éxito? Contratar a personal nativo que conoce bien sus redes sociales y los blogs especializados**

**El próximo reto pasa por Sudamérica, donde la cultura del fútbol está tan implantada como en España**

drid CF, es el que han expandido por China junto a otro idéntico y también oficial del FC Barcelona.

«El mercado chino es muy complejo, pero al final hemos conseguido implantarnos allí creando una empresa en Hong Kong, que es un lugar más fácil para nosotros que otros puntos de China. Y de momento hemos llevado los equipos que tienen un mayor potencial, como el Real Madrid y Barcelona. ¿Y los re-

sultados? Muy buenos, tanto que hemos multiplicado por 10 las descargas, y el 30% del total que recibimos son ya de China», afirma José David Poveda, uno de los socios responsable de la empresa Fromthebench.

En un país donde no existe Google, ni redes sociales conocidas por todos (Facebook o Twitter), la clave del éxito de los alicantinos pasa por la de contratar a trabajadores nativos capaces de traducir los juegos y «colocarlos» en blogs especializados, buscadores y redes sociales chinas para llegar a los posibles públicos.

«La mayoría de páginas con las que trabajamos aquí no cargan en China, como Facebook o Google. Hay filtros y controlan a lo que puedes acceder y a lo que no. Además, a las empresas extranjeras se lo ponen difícil para fomentar sus productos en redes

PROYECTO

## En Japón, con una cartera de 100 millones de usuarios

► En Japón no todo es béisbol, como en España no es todo (o casi todo) fútbol. Por eso, Fromthebench prepara su aterrizaje en tierras niponas en colaboración con la empresa japonesa DeNA, que cuenta a su vez con una red social móvil (MOBAGE) con más de 100 millones de usuarios. «Hemos llegado a un acuerdo con ellos para difundir nuestros juegos para móviles», apunta José David Poveda, de Fromthebench. Con esta salida que los alicantinos ultiman para junio, preparan su salto además a otros mercados como el de Corea del Sur, donde allí los jugadores de videojuegos profesionales son considerados como estrellas mundiales del fútbol. Los próximos retos de Fromthebench pasan por Sudamérica, donde existe una cultura del fútbol tan fuerte como en España.

sociales y buscadores chinos como Ren Ren, Tencent y Shina. Por eso hemos contratado allí a un personal que se encarga de todas las tareas de producción, soporte y promoción. Mueven los juegos en los foros y blogs más utilizados. Nuestro enlace con China es un español que lleva media vida allí y conoce bien la cultura del país», explica José David Poveda, quien añade: «Los chinos trabajan mucho y fuerte. Y, sobre sueldos, es mucho más barato que en España, la verdad. El único problema es dar con las personas adecuadas».

A diferencia de lo que se podría pensar, en China son unos grandes seguidores del fútbol occidental. Sobre todo, de la Premier League, de la Liga Inglesa, donde son más fans del jugador de fútbol que del mismo club. «Si Messi sale del Barça y se va al Manchester City, por decirte algo, la gente se haría del Manchester City y se olvidaría del Barça. Y lo mismo ocurriría con Cristiano Ronaldo o con cualquier otro jugador de fútbol conocido», matiza Poveda.

Con todo, en China, conocen perfectamente los equipos del Real Madrid y del FC Barcelona en la Liga de España, aunque no van mucho más allá del resto de equipos. «Son los dos conjuntos que hacen giras por allí, y por eso se les conoce más. Pero poco más te conocerían del resto de equipos», agrega Poveda.