



Parte del equipo de PlayGiga en la sede de la compañía en Madrid.

PlayGiga se afianza en el mercado del 'cloud'

La entrada de nuevos socios impulsa su crecimiento

ASUN INFANTE *Madrid*

La *startup* española PlayGiga sigue consolidándose dentro del mercado nacional e internacional de los videojuegos. La entrada de nuevos socios con una ronda de financiación de cinco millones de euros hace que la empresa se afianza como líder en *cloud gaming* y pueda alcanzar una mayor expansión internacional.

Entre los participantes destaca Adara Ventures, que ya confió en el proyecto en 2013 con más de un millón de euros y que vuelve a apostar por el Netflix español del videojuego, esta vez "con un porcentaje mayor". A esta se han sumado otras entidades, como Bankinter, Caixa Capital Risc e Inveready, quienes entran en el accionariado de PlayGiga con el objetivo de acelerar su crecimiento.

Y es que con estos nuevos socios la *startup* española puede asumir objetivos más ambiciosos, como consolidar su posición, completar con éxito las pruebas piloto que se están realizando en España y Portugal y desarrollar su expansión internacional, tal y como asegura su director general, Juan Gili.

El proyecto, que cuenta con un equipo de 30 personas, desarrolla una plataforma de distribución de videojuegos por *streaming* para jugar desde cualquier dispositivo conectado a internet sin descargas ni instalaciones. "Supone una revolución en la distribución de videojuegos similar a la ya producida en industrias como el cine o la música. El usuario ya no necesita una videoconsola o un ordenador de altas prestaciones para jugar y puede acceder a más juegos a un coste moderado", asegura César Valencia, fundador de la compañía.

Eso sí, el servicio será "más bueno" para aquellos usuarios que dispongan de fibra óptica, un soporte con mayores capacidades de comunicación que ofrecerán algunos de los 20 operadores con los que PlayGiga tiene proyectos en Europa, Asia, Latinoamérica o Rusia.

En este sentido, destaca en España el pacto que la compañía tiene con Mo-

vistar desde hace dos años, con el que están desarrollando pruebas piloto para integrarse en la plataforma Fusión, que esperan finalizar en el plazo de un mes. También están presentes en Portugal, donde su principal aliado es Vodafone, un operador con el que lanzarán el servicio *cloud*.

Además de otros países europeos como Polonia o Letonia, desde hace seis meses PlayGiga ha apostado por lanzarse

será entre un 10% y un 20% superior al español. Por su parte, en países como India o Rusia, la suscripción estará en torno a los tres y cinco euros, respectivamente. Unos beneficios que serán compartidos entre PlayGiga, el proveedor de servicios y los editores de los videojuegos.

Aunque hasta el momento la compañía no ha llevado a cabo sus lanzamientos comerciales, todo parece apuntar a que se producirán con "alguno de los 20 operadores" en el primer trimestre de 2016. Para ello también han alcanzado el *lag*, un reto que tenían pendiente con el objetivo de acercar la experiencia de los proveedores de servicios a las consolas mediante pruebas a ciegas, demostrando que los tiempos de respuesta de la plataforma son similares a los de otros dispositivos.

Por este motivo, la *startup* española espera tener buenos resultados, ya que también está avalada por diversos reconocimientos, como el premio en The South Summit 2014, donde fue seleccionada entre 3.000 proyectos, o el de Start-up Tour Barcelona, además de ser finalista en la Start-up Competition de LeWeb'14 en París.

PlayGiga fue fundada en 2013 con el objetivo de liderar el *cloud gaming* mediante el desarrollo de una plataforma híbrida de virtualización y baremetal. Con el apoyo de los nuevos socios, esta compañía emergente se "fortalece y consolida" en el mercado digital del videojuego. "PlayGiga ha entrado en el top mundial gracias a su liderazgo técnico y calidad de contenidos. La confianza de Adara Ventures, Bankinter, Inveready y CaixaBank supone un respaldo fundamental para seguir manteniéndonos en el pódium", añade su director general.

Y es que se prevé que el mercado global de juegos en la nube crezca a una tasa anual del 33,7% durante el periodo 2015-2020. Todas las empresas del sector de entretenimiento ya se están moviendo hacia esta nueva plataforma, tratando de hacerse más accesibles para no perder sus cuotas de mercado.

FUNCIONES

PLAYGIGA

- **Vídeo:** la plataforma captura la salida gráfica del juego y lo convierte en una secuencia de vídeo enviándolo a los clientes finales con la misma latencia
- **Audio:** convierte el audio del juego y lo envía a los usuarios finales sin pérdida de velocidad
- **Nube:** transmite los juegos en la nube con una interfaz de usuario multiplataforma, vídeo en tiempo real y decodificación del flujo de audio
- **Comandos:** recibe y envía comandos de control de clientes y los pasa directamente a la nube

al mercado chino e iniciar allí sus pruebas piloto. Pese a que aún no existe despliegue en el país asiático debido al coste extraordinario que conlleva, la *startup* española ya cuenta con un *partner* comercial e industrial y estará presente con China Unicom, con Shenzhen Cable y con Guangdong.

Todo ello para impulsar la estrategia de la compañía, que se apoya en estos operadores que permiten unir el mundo del *game* con sus potenciales clientes, quienes pagarán una suscripción de entre ocho y nueve euros por acceder a un catálogo de más de 1.500 juegos en España. No obstante, el precio será diferente en función de la economía de cada país. En el caso de Portugal, el coste