

FX Interactive: Growth and decline of the Spanish video games publisher

Jaume Esteve¹ y Federico Peinado²

¹Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II Facultad de Ciencias de la Información ²Departamento de Ingeniería del Software e Inteligencia Artificial Facultad de Informática

Universidad Complutense de Madrid

`jesteve83@gmail.com, email@federicopeinado.com`

Resumen: Established in 1999 by the Ruiz brothers (Pablo, Víctor and Ignacio), Jesús Alonso and Carlos Abril, FX Interactive S.L. managed to become one of the most successful Spanish publishers. Thanks to a catalogue formed by Spanish games, such as the ones from Pendulo Studios, or from overseas, like Haemimont Games, FX Interactive posted 11.6 million euros in revenue in 2005 while having a staff of 30 people. The economic crisis, the rise of digital video games publishing platforms like Steam and the lack of games developed in-house caused the studio to be declared bankrupt by a judge in Madrid. In this article we aim to study the causes that led to the rise of the studio during its first years as well as the reasons why it was declared bankrupt.

Palabras clave: Historia del Videojuego, Gestión Empresarial, Videojuego Español, Industria del Videojuego, Contenidos Digitales, Economía.

1. Introducción

El 26 de abril de 2017, una sentencia publicada en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid declaraba la insolvencia económica de FX Interactive S.L [1]. La decisión anticipa el final de una empresa nacida en 1999, fundada por antiguos trabajadores de Dinamic Multimedia y centrada en la publicación de videojuegos de estudios *third party*. FX Interactive se convirtió, en sus primeros años, en un ‘publisher’ encargado de producir trabajos de estudios españoles con los que ya había tenido relación, como Pendulo Studios, mientras oteaba el mercado en busca de títulos extranjeros que pudiera localizar al castellano.

La declaración de insolvencia ha sido la confirmación de las noticias que auguraban la mala salud de la compañía en 2015 [2], después de que su volumen de facturación se redujera de manera drástica desde 2006 a 2014, años en los que se pasó de un volumen de ventas de 11,6 millones de euros [3] a poco más de un millón [4].

La situación de FX Interactive es comparable a la de otros grandes estudios surgidos antes de la crisis económica mundial como Virtual Toys, que presentó un concurso de acreedores en noviembre de 2016 [5], o Pyro Studios, cuya actividad en la producción de videojuegos se ha reducido significativamente en los últimos años. Pyro Mobile, sucesora de Pyro Studios, sólo cuenta con dos juegos publicados en la Play Store de Google, *Super Soccer Club* (2016) y *Evolution Planet* (2016), este último bajo el sello PlayWireless. Desconocemos las fechas exactas de publicación aunque un vistazo a la página de ambos en la Play Store de Android desvela que la última actualización se produjo el año pasado.

Por contra, otros estudios nacidos antes de la crisis sí han sabido sobrevivir a la misma y al cambio de paradigma vivido en la industria del videojuego con la aparición de las plataformas móviles, la irrupción de tiendas digitales como Steam y el auge del videojuego independiente como es el caso de Digital Legends y MercurySteam.

En este artículo vamos a estudiar el auge y la caída de FX Interactive prestando especial atención a las causas que han motivado su declaración de insolvencia económica. En este primer punto hemos hecho una introducción al ecosistema de los estudios de videojuegos en España. En el punto 2 abordaremos la situación actual de FX Interactive así como sus precedentes. El punto 3 está dedicada a elaborar una hipótesis y establecer la metodología utilizada durante este estudio. En el punto 4 hacemos un repaso a la historia de FX Interactive prestando especial atención a las causas que creemos que han facilitado su caída. Por último, en el punto 5 exponemos las conclusiones de nuestro estudio.

2. Estado de la cuestión

La vida de los estudios de videojuegos no suele ser muy longeva. Según datos del libro blanco de DEV publicado en 2016, el 63% de los estudios españoles no contaban con más de cinco años de antigüedad [6]. Solo el 15% de las empresas listadas en el anuario, 72 estudios, cuentan con más de diez años. FX Interactive es uno de ellos. La corta vida de los estudios no es un sólo un fenómeno reciente. Durante la llamada Edad de Oro [7], en los años ochenta, los principales nombres del sector tampoco fueron capaces de mantener su actividad durante muchos años. Dynamic fue una de las más longevas, ya que aguantó desde 1984 hasta 1992, mientras que otros grandes nombres tuvieron una vida todavía más corta.

Opera Soft, responsable de *Livingstone*, *Supongo* (1986), se constituyó en 1986 y desapareció en 1992. Topo Soft, también fundada en 1986, continuó publicando juegos hasta 1994, aunque los últimos años fueron lanzamientos esporádicos, como *Luigi en Circusland* (1994), creados por programadores externos. Quizá el nombre de esa época más parecido a FX Interactive sea ERBE. La filial de CBS que comenzó a distribuir videojuegos importados y creados en España a partir de 1984, se metió en la producción de juegos propios con Topo Soft. La caída de ventas que supuso la transición de los 8 a los 16 bits unida a otros factores (mayores gastos para desarrollar, aparición de las consolas domésticas y crisis económica de principios de los noventa) motivó que ERBE abandonara la creación de videojuegos y se centrara, principalmente, en la distribución de Nintendo y de otros títulos para PC, como los de LucasArts. Tras perder la distribución de Nintendo, la firma fue perdiendo relevancia en el mercado hasta que Anaya Interactiva se hizo con ella en julio de 1997 [8]. De vuelta a FX Interactive, el año pasado sólo ha publicado un juego, *Football Club Simulator* (2016), que se enmarca dentro de la franquicia *FX Fútbol* que echó a andar en 2013. La que fue principal actividad de la empresa desde su fundación, la edición de juegos de terceros estudios, ha quedado relegada. El último juego publicado a un estudio externo, *Colin McRae Dirt 2* (2009), llegó al catálogo de la FX Store, la tienda digital del estudio, el 17 de noviembre de 2015 [9].

3. Objetivo y Metodología

Este trabajo pretende arrojar luz sobre las causas que han provocado el auge y la caída de FX Interactive. Partimos de la base de que el estudio tuvo unos años de bonanza económica, del 2001 al 2006, cimentados en un modelo de negocio heredado de Dinamic Multimedia, de donde venía el equipo fundador. Las cifras comienzan a decaer en 2007, tanto en ingresos como en facturación. Ese año es significativo ya que marca el inicio de la crisis económica mundial y también en ese momento se colocan los cimientos para un cambio en el paradigma del videojuego. Si tomamos como referencia el lanzamiento de *Braid* en 2008 para Xbox 360 y los cambios que este tipo de títulos introducen en el mercado (popularización de la distribución digital y bajada de precios), nos encontramos con dos factores clave a la hora de explicar el declive de FX: la coyuntura económica y el cambio en las reglas del juego que rigen la industria. Por último, la ausencia de videojuegos desarrollados dentro de la empresa, una práctica que sí se había llevado a cabo en Dinamic Multimedia, dejó a la editora sin posibilidad de mantenerse a flote a través de la producción propia. Para tratar de probar todos estos puntos nos hemos servido de diversas fuentes. Por un lado hemos contado con entrevistas a algunos miembros de la productora, tanto presenciales como publicadas de los medios de comunicación durante los últimos 18 años. También hemos tomado los informes depositados en el Registro Mercantil por FX Interactive desde su nacimiento, en 2001, hasta el último publicado, en 2014, para analizar las cifras de facturación y los beneficios o pérdidas de cada ejercicio. Hemos tomado otros indicadores económicos, como el producto interior bruto en España, para tratar de establecer un paralelismo entre la crisis y el descenso de ventas y, por último, hemos cotejado todos los datos recabados sobre la empresa en Steam, principal plataforma de distribución y venta de juegos en PC. Ante la opacidad de Valve a la hora de publicar datos relativos a su plataforma, hemos recurrido a las estimaciones disponibles en Steam Spy y SteamDB para comparar datos sobre productos puntuales.

4. FX Interactive: una aproximación a las causas que han provocado su insolvencia

Los precedentes de FX Interactive se remontan a los creadores originales de Dinamic (Pablo, Víctor y Nacho Ruiz) que, junto con Carlos Abril, fundaron Dinamic Multimedia en 1993. Este estudio, que pronto se hizo famoso gracias a la saga *PC Fútbol* (1993), implementó la táctica que los Ruiz habían ejecutado con éxito en Dinamic: creación y venta de videojuegos propios (*PC Fútbol* y *PC Basket*), edición y comercialización de juegos de estudios españoles, como Pendulo Studios o Picmatic, y también producción, localización y comercialización de títulos desarrollados por estudios extranjeros, como *Get Medieval* (Monolith Productions, 1999).

El documento fundacional de Dinamic Multimedia establecía que la producción se iba a centrar en tres juegos, *PC Basket*, *PC Fútbol* y *PC Ciclismo*, los tres cimentados sobre la misma base: una mezcla de mánager, simulador y base de datos. Pero el éxito de *PC Fútbol* fagocitó el resto de líneas de producto. La versión 6.0 lanzada en 1998, que llegó a vender 600.000 copias (comunicación personal con Carlos Abril, director de programación entre 1999 y 2007, diciembre de 2012), muestra la dependencia económica que el estudio tenía de su conocida franquicia. Aunque en los primeros años el estudio se centró en *PC Fútbol* (y los productos para otros mercados como *PC Calcio*, *PC Argentina* o *PC Premier*), *PC Basket* y las Colecciones del Prado o la Historia del Pop Español, el objetivo de sus directivos pasaba por contar con un catálogo de lanzamientos anuales donde *PC Fútbol* no supusiera más del 50% de la facturación del estudio [10].

Esa táctica terminó de manera abrupta cuando Pablo Ruiz fue despedido y sus hermanos, Víctor y Nacho, así como Carlos Abril dimitieron en enero de 1999 por un enfrentamiento con el socio mayoritario de Dinamic Multimedia, José Ignacio Gómez-Centurión. Tras llegar a un acuerdo económico, los cuatro miembros fundadores, junto a Jesús Alonso, fundaron FX Interactive, un estudio en el que comenzaban de cero y sin las ataduras comerciales de tener que desarrollar *PC Fútbol* cada doce meses.

4. 1. Éxito de la mano de *Tzar* e *Imperivm*

Sin el empuje económico que habían tenido en Dinamic Multimedia de la mano de Gómez-Centurión y el grupo Hobby Press, FX Interactive basó su estrategia comercial en la edición. Se convirtió, en sus primeros años, en un ‘publisher’ encargado de sacar la producción de estudios españoles con los que ya había tenido relación, como Pendulo Studios, mientras oteaba el mercado en busca de títulos extranjeros que pudiera localizar.

En 2000, con el estudio recién puesto en marcha, FX invirtió 360.000 euros (60 millones de pesetas) en el lanzamiento de *The Longest Journey* (1998) [11]. La aventura gráfica de Funcom obligó al estudio a un desembolso de 54.000 euros en concepto de localización y otros 306.000 en promoción comercial. Como señalaba El Mundo en un artículo sobre el proceso creativo de FX Interactive, la primera fase de la producción tardaba “casi un mes”, tiempo en el que se analizaba el juego y se señalaban los cambios necesarios para portarlo al mercado nacional. Hablamos de los rótulos del juego, que se traducían al castellano, como elementos gráficos que podían sacar al jugador del contexto histórico. El texto pone el ejemplo de *Morpheus* (1998), ya que en el barco donde se sucedía la acción “se hicieron variaciones en el diseño del barco, que presentaba una pequeña disfunción: siendo de 1928, aproximadamente, había en él elementos que no fueron inventados hasta los años 50”. En total, *The Longest Journey* empleó a 17 personas durante unos cuatros meses.

La táctica estaba diseñada para conseguir el músculo financiero suficiente para poner en marcha proyectos propios. “Al principio no había recursos para desarrollar así que se optó por ciclos de edición que permitían sacar un juego cada tres meses y que daban dinero para poner en marcha un videojuego propio” (comunicación personal con Pablo de la Nuez, COO y director de publicaciones entre 1999 y 2014, febrero de 2015).

Fruto de esa táctica se produjeron lanzamientos de clásicos adaptados para jugarse en PC como *Dragon’s Lair* (2001) así como novedades localizadas al mercado español como *Tzar* (2002). Fue en ese 2002 cuando FX Interactive encontró la saga que le permitió despegar a nivel económico: *Imperivm* (2002).

El título era una adaptación de *Celtic Kings* del estudio búlgaro Haemimont Games, con el que FX Interactive se asoció desde 2002 hasta 2009 para lanzar hasta siete juegos: *Imperivm: La guerra de las Galias* (2002), *Imperivm II: La Conquista de Hispania* (2003), *Imperivm III: Las Grandes Batallas de Roma* (2004), *Imperivm Civitas* (2006), *Imperivm Civitas II* (2007), *Imperivm Civitas III* (2008) e *Imperivm Online* (2009). La alianza entre FX y Haemimont dio otros frutos como fueron *Tzar* (2002), *Trópico* (2011) y *Omertà: City of Gangsters* (2013).

Las cifras de negocio de FX Interactive avalan esa estrategia ya que el estudio no sólo lanzaba nuevas entregas de *Imperivm* año a año sino que diversificó su catálogo hasta ser capaz de comercializar otros siete juegos en 2002 (*Virtua Tennis*, *Tzar*, *Robin Hood*, *Patrician II*, *Mars Invader*, *Disciples II Anthology*, *Apache vs Havoc*).

La cifra de ingresos creció año a año hasta 2005 como también lo hicieron los beneficios, que alcanzaron su techo en ese año. El volumen de negocio de FX pasó de los 667.000 euros de 1999 a 1,8 millones en 2000, 3,3 millones en 2001, 4,8 millones en 2002, 7,3 millones en 2003 y 13,1

millones en 2005. Los beneficios también mantuvieron esa línea ascendente llegando a 1,1 millones de euros en 2005. A partir de 2006, los ingresos y los beneficios descendieron año a año y ya no se volverían a recuperar.

4.2. Steam y la crisis financiera precipitan la cuesta abajo

El primer año en el que las cifras de negocio de FX Interactive se resienten es 2006. Pablo de la Nuez lo achaca a problemas con la fluidez crediticia que anticipaban la crisis financiera que llegaría a España en 2008: “Comenzaba a haber problemas para acceder a las líneas de crédito” (comunicación personal, febrero de 2015).

Pese a ello, los ingresos del estudio no se resintieron en exceso en los dos años siguientes (11,6 millones en 2006 y 10,1 millones en 2007) aunque el beneficio neto sí que experimentó un golpe significativo (593.000 euros en 2006 y 108.000 en 2007). Es a partir de 2008 cuando los ingresos caen de manera generalizada año a año a excepción de una tímida bajada en 2010. Así, el estudio recaudó 4,7 millones en 2009; 4,2 millones en 2010; 3,3 millones en 2011; 2,6 millones en 2012; 1,9 millones en 2013 y poco más de un millón en 2014. Los beneficios jamás superaron los 129.000 euros registrados en 2010 e incluso hubo ejercicios con pérdidas, como los 87.000 euros registrados en 2009.

Dos motivos parecen explicar esta situación: la crisis financiera que en España comenzó a notarse a partir de 2008 y la aparición de Steam como gran dominador del mercado del videojuego en PC, asociado al modelo de distribución digital y a precios todavía más reducidos que los de FX Interactive.

El Producto Interior Bruto de España, que se había mantenido estable alrededor del 3% desde 1997, mostró los primeros signos de agotamiento en 2008, año en el que bajó hasta el 1,1% [12]. En los años siguientes, esa bajada se mantuvo y no se volvería a los niveles anteriores a la crisis hasta 2015. En esos años, la variación en el PIB fue la siguiente: -3,6% en 2009, 0,0% en 2010 (dato que coincide con el estancamiento en la caída de ingresos de FX Interactive), -1,0% en 2011, -2,9% en 2012, -1,7% en 2013 y 1,4% en 2014. Esos números podrían servir para explicar la caída de FX Interactive, cuyo principal mercado era España e Italia [13], aunque no se pueden tomar como la única causa de su desgracia ya que el estudio debería haber repuntado a partir de 2014.

No existen cifras del rendimiento comercial de la compañía a partir de 2015 aunque la declaración de insolvencia por parte de un juez es la prueba de que el estudio no ha podido regresar a las cifras de negocio de años anteriores ni ha podido hacer frente a las deudas contraídas con sus antiguos empleados y la administración pública. En 2015, la cifra de personas a sueldo en el estudio estaba en torno a los ocho trabajadores.

Otro indicador que puede ayudar a comprender el declive del estudio es la proliferación de alternativas, desde Steam hasta la irrupción de las plataformas móviles (*smartphones* y tabletas) así como otras tiendas que distribuían videojuegos en formato digital. Para competir con la plataforma de distribución digital de videojuegos para PC desarrollada por Valve, FX lanzó la FX Store en 2011 y comenzó a abrazar el modelo digital a partir de ese año. Para cuando tomó esa decisión, Steam ya contaba con 40 millones de cuentas registradas y 1.800 juegos. En 2014, sólo tres años después de que FX diera el salto al mercado digital y cuando Steam ya contaba con once años de vida, el mercado de PC estaba compuesto en un 92% por ventas digitales [14]. En la actualidad, Steam ha reunido en 2017 por primera vez a 14 millones de usuarios a la vez en la plataforma [15] y en 2015 anunció que había alcanzado los 150 millones de usuarios registrados [16]. En una entrevista concedida a Micromanía, Pablo Ruiz reconocía que la FX Store acumulaba 300.000 personas registradas en todo el mundo en 2013.

Otro dato que ayuda a comprender la situación de desigualdad de FX Interactive frente al catálogo

de Steam es el precio de venta de sus productos. Según datos de SteamSpy, en 2016 el precio medio de un juego en Steam se encontraba en 7,96 dólares mientras que los títulos de FX Interactive se venden hoy a 9,95 euros [17].

La aparición de la FX Store no sólo no sirvió para frenar la caída en las ventas sino que además le supuso un problema al estudio con el canal de ventas habitual, la tienda física.

“La parte editorial ya no generaba tantos ingresos. Intentábamos vender 15.000 unidades en lugar de 30.000, como antes de la crisis, y solo vendíamos 7.000. Las tiendas se pusieron a la defensiva y no nos permitían vender en sus establecimientos si los teníamos en una tienda digital”.

(Pablo de la Nuez, comunicación personal, febrero de 2015)

Ese volumen de ventas, los precios de venta medio y los presupuestos que manejaba FX Interactive con las localizaciones de sus lanzamientos ayudan a dibujar un mapa de los problemas que tenía el estudio con la aparición del nuevo modelo de negocio en el mercado del PC debido a la irrupción de Steam.

Los grandes desembolsos que eran necesarios para la localización de títulos como *The Longest Journey* o *Imperivm* no ofrecían el retorno necesario para mantener el negocio en marcha. La crisis hizo mella en el mercado español y el precio medio de los juegos en PC era hasta un 50% más barato que el que FX había establecido para sus lanzamientos desde sus primeros tiempos, 19,95 euros.

4.3. La producción propia no permite remontar el vuelo

A diferencia de los años de Dinamic Multimedia, los responsables de FX Interactive no decidieron apostar por la producción propia. En un primer momento fue una decisión económica, ya que el estudio no contaba con la fuerza necesaria como para emprender un desarrollo. Pese a ello, los éxitos iniciales permitieron poner en marcha dos

proyectos, *Army Moves* y *FX Tanks*. El primero supuso uno de los retrasos en un videojuego más importantes de la industria española, ya que su desarrollo se alargó durante años como lo recuerdan algunos empleados que participaron en el desarrollo.

“Era un proyecto sin fin. En un principio, enfocado a vender en las estanterías hasta que alguien tuvo la idea de hacerlo como una recreativa: es decir, yo te doy el juego gratis y después, a través de SMS, recargas más créditos, hasta que desembocó en el *free to play*.”

(Óscar Quintanilla, animador y diseñador de *Navy Moves* entre 2001 y 2006, comunicación personal, febrero de 2015)

FX Tanks, liderado por Carlos Abril, nunca salió a la venta. Era un MMO que se acercaba al MOBA en palabras del líder del desarrollo: “Era un experimento para aprender” (comunicación personal, febrero de 2015). Con el juego casi finalizado, FX decidió detener el desarrollo para centrarse en otros proyectos. Abril abandonó el estudio en 2007, cuando se canceló el proyecto.

Fue en 2013 cuando FX, en plena caída de ingresos, decidió apostar de nuevo por un desarrollo propio y tratar de mutar de ‘publisher’ a un desarrollador al uso. El estudio se decantó por uno de los géneros con los que ya había triunfado en el pasado, el fútbol. *FX Fútbol* (2013) fue una

reinención de *PC Fútbol* producida por Pablo de la Nuez cuyos resultados no fueron los esperados y cuyo desarrollo fue más accidentado de lo normal.

“En enero de 2013 vimos que la parte editorial no remontaba y que necesitábamos un producto potente interno. Habíamos tenido dos éxitos, *PC Fútbol* e *Imperium*, así que decidimos apostar por el fútbol para que nos diera la potencia suficiente en España. Fue un desarrollo nervioso: había que tener éxito, tenerlo listo a tiempo para diciembre de 2013 y casi sin recursos.”

(Pablo de la Nuez, comunicación personal, febrero de 2015)

Las ventas de FX Fútbol terminaron por enterrar al estudio. No se conocen las cifras exactas aunque no colmaron las expectativas que FX había depositado en él. Sin el músculo que podían proporcionar los juegos creados *in house*, FX no fue capaz de revertir la crisis en la que había entrado. Pese al escaso tirón del juego, FX Fútbol tuvo una segunda entrega y la tercera se rebautizó como Football Club Simulator. Actualmente a la venta en Steam, según los datos de Steam Spy ha vendido 23.453 copias con un margen de error de ± 4.586 unidades. Según la base de datos, el juego prácticamente no ha tenido recorrido desde su lanzamiento el 4 de marzo de 2016 ya que cinco jugadores echaron una partida en algún momento durante el 30 de mayo de 2017 [18].

5. Conclusiones

Analizados todos los problemas a los que se ha enfrentado FX Interactive durante estos años podemos establecer que los motivos que han precipitado su insolvencia económica han sido varios y de naturaleza diversa.

La crisis financiera que azotó a los países occidentales a partir de 2007 y que en España se comenzó a notar en 2008 jugó un papel importante en la bajada de ingresos del estudio y repercutió en los beneficios, que nunca volvieron a los niveles que se dieron en los años de mayor bonanza (2005 y 2006). Pero los problemas con el mercado interno no explican la caída en ingresos del estudio ya que los indicadores económicos de España muestran una recuperación en 2014 que no se da en las cuentas de FX.

La aparición del videojuego indie, la popularización de Steam y el cambio en la política de precios, que se han situado por debajo de los que FX ponía a sus juegos, son otro factor clave para entender la bajada de ventas. Es complicado competir contra una plataforma donde el precio de venta medio está por debajo de diez dólares cuando los juegos de FX se vendían a 20 euros y con unos costes de producción y localización más elevados que los que tiene un estudio independiente actual.

Por último, la ausencia de producción propia que generara vías de ingresos adicionales para FX no permitió que las ventas del estudio lograran remontar para volver a las cifras de negocio previas a la crisis económica. Por tanto, concluimos que esa triple vía es la que ha provocado que el estudio se haya declarado insolvente durante la primera mitad de 2017.

Referencias

1. Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, núm 94, de 21 de abril de 2017, p. 266. Recuperado de https://www.bocm.es/boletin/CM_Orden_BOCM/2017/04/21/BOCM-20170421-166.PDF

2. Esteve, Jaume. (26 de febrero de 2015). FX Interactive se desangra. *El Confidencial*. Recuperado de <http://www.elconfidencial.com>
3. Registro Mercantil. (2006). Registro de cuentas de FX Interactive. Recuperado de <http://www.informa.es>
4. Registro Mercantil. (2014). Registro de cuentas de FX Interactive. Recuperado de <http://www.informa.es>
5. Boletín Oficial del Estado, núm. 277, de 16 de noviembre de 2013, p. 70947. <http://www.boe.es/boe/dias/2016/11/16/pdfs/BOE-B-2016-57825.pdf>
6. Desarrollo Español de Videojuegos. (2016). Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2016. Recuperado de <http://www.dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20dev%202016.pdf>
7. Esteve, Jaume. (2012). *Ocho Quilates, una Historia de la Edad de Oro del Software Español*. Barcelona, España. Ocho Quilates.
8. S. C. (12 de septiembre de 1998). El Gigante Francés Havas Compra Anaya, Principal Editorial Educativa Española, por 35.000 Millones. *ABC*. Recuperado de: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1998/09/12/050.html>
9. FX Interactive. (25 de noviembre de 2015). El Rey de los Juegos de Rally se Estrena en la Tienda Online FX con un 50% de Descuento. Recuperado de <http://fxinteractive.com/noticias/noticias.htm>
10. Ruiz, Pablo. (Diciembre de 2012). Entrevista presencial con Pablo Ruiz.
11. Prada, Carolina. (21 de diciembre de 2000). Cómo se Fabrica un Éxito. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/ariadna/2000/A025/A025-21.html>
12. Instituto Nacional de Estadística. (2017). Sección Prensa / Producto Interior Bruto (PIB). *Instituto Nacional de Estadística*. http://www.ine.es/prensa/pib_tabla_cne.htm
13. Delgado, Paco. (12 de abril de 2013). Entrevista a Pablo Ruiz, CEO de FX Interactive. *Micro Manía*. Recuperado de: <http://www.micromania.es/especial/entrevista-pablo-ruiz-fx-interactive>

14. Sacco, Dominic. (18 de agosto de 2014). Digital Downloads Account for 92% of Game Sales. *PCR*. Recuperado de: <http://www.pcr-online.biz/news/read/digital-sales-make-up-92-of-global-game-revenues>
15. Paget, Mat. (7 de enero de 2017). Steam Passes 14 Million Concurrent Users for First Time Ever. *PC Gamer*. Recuperado de: <http://www.pcgamer.com/steam-passes-14-million-concurrent-users-for-first-time-ever/>
16. Saed, Sherif. (24 de febrero de 2015). Steam HAs Over 125 Million Active Users, 8.9M Concurrent Peak. *VG247*. Recuperado de: <https://www.vg247.com/2015/02/24/steam-has-over-125-million-active-users-8-9m-concurrent-peak/>
17. Galyonkin, Sergei. (5 de enero de 2017). Steam Sales 2016. *Medium*. Recuperado de: <https://galyonk.in/steam-sales-in-2016-def2a8ab15f2>
18. Galyonkin, Sergei. (2015). FCS - Football Club Simulator. *Steam Spy*. Recuperado de: <http://steamspy.com/app/324090>