

La industria del videojuego sigue como valor al alza



Es ya un tópico lo de la importancia de la industria del videojuego en comparación con la de Hollywood, pero lo cierto es que en nuestro país parece que el impacto de la industria lúdica tecnológica va parejo al éxito que los grandes nombres del cine español están teniendo en la meca californiana del cine, como Juan Antonio Bayona (dirigiendo la última de Jurassic World), o Javier Bardem.

En España no solamente consumimos videojuegos, sino que, además, somos un polo de atracción para las grandes y pequeñas empresas del sector, que buscan establecer centros de desarrollo aquí, contribuyendo con ello a la economía del país con un sector que gana importancia paulatinamente en el PIB.

Un impacto de más de 3.500 millones anuales

Según el último estudio de AEVI (Asociación Española de Videojuegos), y que ha elaborado la consultora de comunicación Llorente & Cuenca, la industria del videojuego tuvo un impacto de 3.577 millones de euros en

el total de su producción, representando un 0,11% del PIB nacional, y generando 22.828 empleos. Estas cifras representan un 14,3% del sector de la edición, un 9,6% del de la producción audiovisual, un 3,8% del de la programación, y un 3,2% del de las telecomunicaciones.

Con esto podemos darnos cuenta rápidamente de que el impacto de la industria del videojuego va mucho más allá de los programadores o grafistas, siendo bastante transversal. De hecho, el cálculo es que por cada empleo generado directamente por la industria, 2,6 puestos de trabajo más son generados en otros sectores.

Barcelona constituye un punto de interés

particular para la industria del videojuego, especialmente la móvil. Grandes multinacionales del sector, como la francesa Gameloft, han abierto oficinas y estudios de producción en la capital catalana como forma de explotar el talento local. Acorde con el incremento en la demanda, las universidades también están ofreciendo cursos de posgrado especializados en videojuegos, y trabajando estrechamente con la industria para conocer sus necesidades y adaptarse a ellas.

Esta preferencia de la industria presente en suelo patrio por los videojuegos móviles tiene una explicación muy simple: el peso de estos en la economía de los videojuegos

EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS* 2016 - 2017

Millones de euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

en España es superior al de otros países, y ya se sabe: donde se practica mucho de algo, hay cantera. No en vano, en fútbol arrasamos...

Las tiendas incrementan sus ventas

Descargas online, pases de temporada, el cierre de la cadena GameStop en España en 2014 (aunque sus tiendas siguen abiertas en otros países como Alemania, Estados Unidos o Francia), el crecimiento de los smartphones -y de sus tiendas de aplicaciones- como plataforma para jugar... todo apuntaba a que el mercado del videojuego se trasladaba mayormente desde el mundo físico hacia el mundo virtual, lo cual implicaba un problema para las tiendas que encontramos a pie de calle.

Y los números parecían ir en consonancia con dicha tendencia: si en 2013, la cifra

de ventas de videojuegos en tiendas en España era de 822 millones de euros, para 2014 había bajado a los 762 M€, y pese a un repunte en 2015, con 791 M€, para 2016 volvía a bajar con 782 M€.

Pero en este último 2017 no solamente se han vuelto a incrementar las ventas, sino que, además, se ha superado la cifra de ventas en tiendas del 2013 con 845 millones de euros ¿A que es debido este incremento? al éxito que están experimentando las videoconsolas y todo el hardware y accesorios que estas conllevan, y aunque todavía se venden juegos en soporte físico pese a que sus números vayan bajando cada día en favor de las descargas digitales. Y es que las videoconsolas siguen siendo el medio favorito de los españoles para jugar, independientemente de que aprovechen algún momento suelto, donde quiera que estén, para echar unas partiditas con

su móvil, aunque esto sigue siendo una actividad minoritaria, realizada muy de cuando en cuando. Lo suyo es sentarse cómodamente en el sofá frente al televisor, o bien delante del PC, para pasar unas cuantas horitas de sesión continua matando marcianitos, ganando Copas de Europa de fútbol (virtuales, claro está), o cambiando el curso de la historia en un simulador de la Segunda Guerra Mundial, por decir algo. El crecimiento continuo será posible también gracias a la apertura de nuevos segmentos dentro del hardware para videojuegos, como la realidad virtual, que entraña la adquisición de nuevos dispositivos, como el típico casco/gafas, además de periféricos para utilizar las manos, por ejemplo, o hardware específico de cada título, como en el caso del sable láser del simulador de Star Wars de Lenovo.

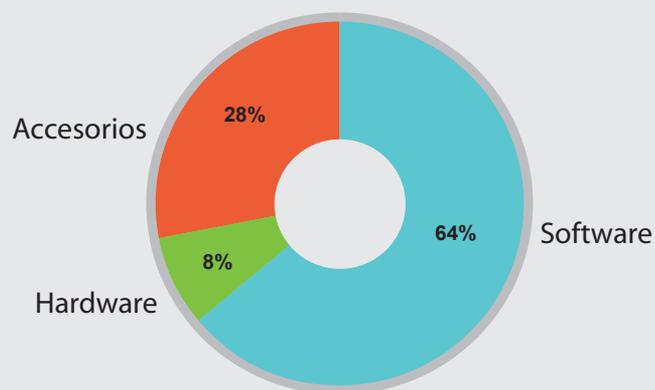
No obstante, y pese a que las plataformas de sobremesa siguen creciendo en ventas y generando beneficio para los comercios, ello no es óbice para que las descargas digitales también crezcan, como se ha apuntado antes, y lo hagan de forma espectacular. Y es que es preciso recordar que lo digital no se circunscribe estrictamente a los móviles, sino que también se venden juegos en descarga para las videoconsolas o los ordenadores.

¿Cuál es el futuro a largo plazo?

Hasta el infinito y más allá tal vez no, pero un crecimiento continuado y sostenido, sin duda, por lo menos hasta el 2021. Esta es la predicción de la consultora PwC (PricewaterhouseCoopers), que prevé un crecimiento sostenido del 3,5% hasta dicho año.

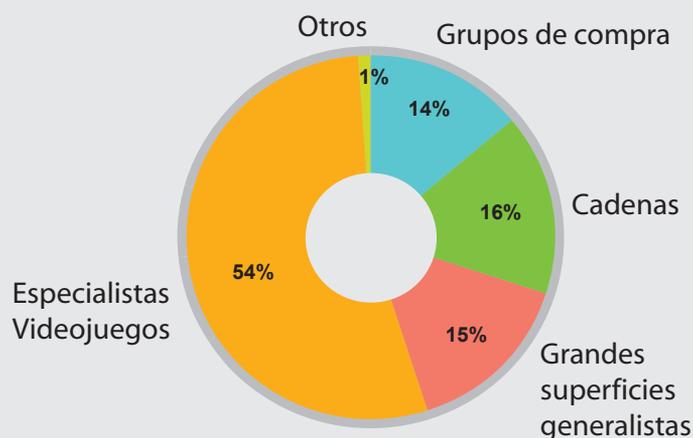
Las tendencias de futuro apuntan a un ligero decrecimiento en las ventas de juegos físicos para videoconsola, que se compensará con un importante incremento de las descargas digitales, siguiendo la tendencia de trasladar el software a este formato, tal y como ya se ha mencionado antes.

Ventas por segmento de negocio. Unidades. 2017



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

Las grandes multinacionales del sector que establecen estudios de desarrollo aquí, los dedican a la producción de juegos móviles

Cuota de mercado por canales 2017

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

Precisamente las videoconsolas reinarán en el espacio de los juegos, aunque las apps lúdicas para dispositivos móviles también verán incrementada su presencia en el mercado, con lo que quien saldrá perdiendo con ello es el PC, que perderá adeptos y, por lo tanto, también ingresos por su flanco.

Otros aspectos que mantendrán un crecimiento sostenido son los ingresos derivados del propio juego, empezando por las transacciones in-game, que se verán incrementadas en un 10% con un crecimiento sostenido.

¿Quieres una profesión de futuro? Pues tal vez esta se encuentre en "fabricar" objetos virtuales para vender dentro de los videojuegos en aquellos títulos que permitan abrir el mercado a terceras partes. Pero donde se espera el mayor incremento de facturación con diferencia es en el ámbito de los eSports, que entre este año y el 2021 crecerá más del doble, según el análisis de PwC.

Los eSports son aquellas competiciones de videojuegos regladas, que están empezando a concitar el mismo tipo de atracción entre el público (especialmente el más joven) que los deportes tradicionales.

Hemos empezado este artículo hablando de un tópico y seguiré ahora con otro: en Corea el interés por las competiciones de eSports ya iguala e incluso supera al que generan los deportes tradicionales más masivos. ¿Nos espera lo mismo aquí?

Videojuegos más vendidos en España. Todos los formatos. 2017

FIFA 18 (ELECTRONIC ARTS)
CALL OF DUTY: WWII (ACTIVISION BLIZZARD)
FIFA 17 (ELECTRONIC ARTS)
GRAND THEFT AUTO V (TAKE 2)
THE LEGEND OF ZELDA: BREATH OF THE WILD (NINTENDO)
CRASH BANDICOOT N.SANE TRILOGY (ACTIVISION BLIZZARD)
SUPER MARIO ODYSSEY (NINTENDO)
UNCHARTED: THE LOST LEGACY (SONY COMPUTER ENT.)
POKÉMON ULTRA MOON / ULTRA SUN (NINTENDO)
MARIO KART 8 DELUXE (NINTENDO)
HORIZON: ZERO DAWN (SONY COMPUTER ENT.)
TOM CLANCY'S RAINBOW 6: SIEGE (UBISOFT)
ASSASSIN'S CREED ORIGINS (UBISOFT)
GRAN TURISMO: SPORT (SONY COMPUTER ENT.)
DRAGON BALL XENOVERSE 2 (BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT)
RESIDENT EVIL 7: BIOHAZARD (CAPCOM)
STAR WARS BATTLEFRONT II (ELECTRONIC ARTS)
NBA 2K18 (TAKE 2)
SPLATOON 2 (NINTENDO)
DESTINY 2 (ACTIVISION BLIZZARD)

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

Precio medio videojuegos

Año	Euros
2016	52,7
2017	56,8

Fuente: EAE Business School.
Elaboración: ElectroMarket

Por cada empleo generado directamente en la industria del videojuego, se generan otros 2,6 puestos de trabajo en otros sectores

Facturación mundial

Año	Millones de euros
2016	90.409
2017	98.767

Fuente: EAE Business School.
Elaboración: ElectroMarket

En nuestro país el panorama no es ni de lejos el mismo, aunque Movistar ya hace tiempo que incorporó a su oferta televisiva (Movistar+) un canal dedicado a los eSports, y las demás operadoras también están apostando fuerte por los incipientes deportes electrónicos, tanto mediante el patrocinio de equipos, y con ofertas de productos vinculados con el sector, como Orange, que ofrece la posibilidad a sus clientes de contratar el servicio PlayStation Plus pagándolo con su factura, o Vodafone, que también ha producido contenidos televisivos enfocados al público gamer. En definitiva, la economía relacionada con los videojuegos va a ir creciendo a lo largo de los próximos años, a la par que el interés social y su consideración se prestigia. ■

