

Se afianza el mercado de consolas en España



Un año más, el sector de los videojuegos no defrauda y se convierte en uno de los grandes protagonistas de los éxitos de ventas en el mercado de electrónica español. Con un crecimiento de casi el 18%, goza de una salud que ya quisiera para sí el resto del sector de electrónica de consumo.

De nuevo el sector de los videojuegos vuelve a ser la envidia del mundo de la electrónica en España. Si hasta ahora, éste último no veía más que números negativos en sus cifras de ventas, por su parte el sector de consolas y videojuegos no para de anunciar cifras no sólo positivas, sino que cada año que pasa superan a las del año anterior. Y eso teniendo en cuenta la reciente polémica creada por la OMS, al incluir la adicción a los videojuegos en su catálogo de enfermedades mentales.

Pero entrando ya en materia y tras un E3 falto de novedades en cuanto a hardware, los usuarios se encuentran a la espera de la gran renovación de equipos que se supone llegará a principios del próximo 2020. Mientras, los aficionados parecen estar más que satisfechos con las revisiones presentadas hace ya entre uno o dos años de las consolas clásicas. Así, el éxito de ventas tanto de la nueva PlayStation 4 Pro, como la Xbox One X, ha permitido a los usuarios del sector renovar equipos alargando la vida útil de los sistemas y a la vez sacar partido de los nuevos televisores equipados de 4K y HDR. Éxito de ventas que se ha trasladado también al sector de televisores, ya que ha animado fuertemente las ventas de este segmento de equipos en 4K.

Por su parte, Nintendo continúa en su línea rupturista, con la presentación de la Nintendo Switch. Consola acogida en un primer momento con escepticismo entre los aficionados dada su escasa potencia en comparación con los equipos rivales, pero cuyo formato "híbrido" (permite su utilización tanto como consola portátil, como de sobremesa al estilo de las consolas clásicas) se ha revelado como un éxito de ventas al alcanzar los casi veinte millones de unidades vendidas a nivel mundial.

La demostración de que Nintendo "va a su aire" la encontramos en que mientras el resto de competidores presentaba revisiones hardware de sus consolas para otorgarles soporte 4K o HDR, Nintendo apostaba por el lanzamiento de una serie de accesorios en cartón denominados "Nintendo Labo". Accesorios destinados a un público eminentemente infantil y que permitirían una mayor interactividad con los mundos virtuales, ya que gracias a su sencilla construcción en cartón, convierte a la consola en una especie de accesorio específico para cada uno de sus juegos dedicados: desde un volante de conducción, hasta un joystick de vuelo o una caña de pescar.

El mercado de consolas en España

Todo este nuevo ecosistema de hardware y software se ha visto recompensado en un interesante aumento de las ventas, que no han parado de crecer año tras año.

De hecho llevamos más de tres años consecutivos al alza, en un sector como es el de la electrónica de consumo, que por el contrario ha visto como los números rojos se convertían en su día a día. Así, si en 2014 el sector de los videojuegos alcanzó los 966 millones de Euros en ventas, en este 2017 se ha llegado hasta los 1.359 millones de euros. Un incremento de casi el 17%

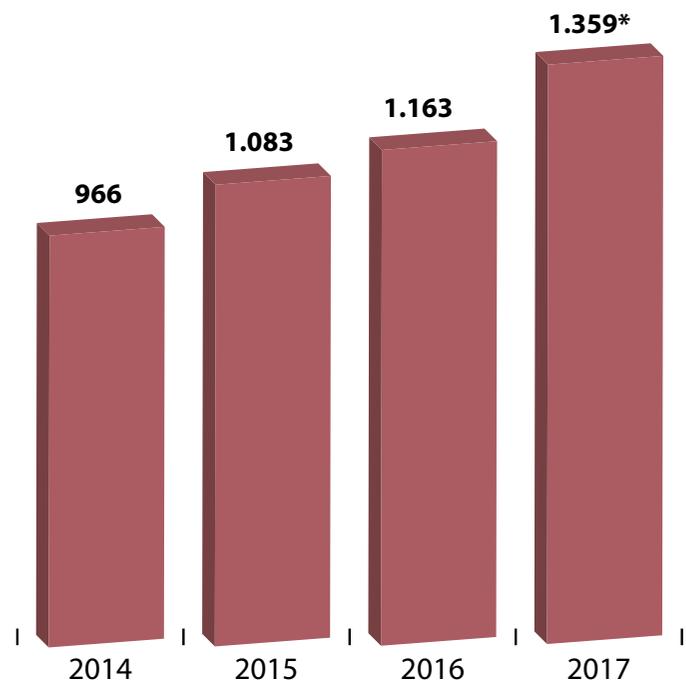
con respecto al año 2016. Lo dicho, unas cifras envidiables para el segmento de la electrónica.

Así, en el 2017 se consiguió alcanzar los 885 millones de ventas en el segmento de equipos físicos y los 474 millones en venta online. De hecho, se está produciendo una ligera tendencia hacia la compra digital, ya que mientras la facturación de productos físicos ha caído en cerca de un -2%, por su parte los productos digitales han visto aumentar sus ventas en un 2%, en lo que parece un claro traspase de compradores de un medio al otro.

El buen momento que vive el sector, se puede constatar claramente en que todos los segmentos han experimentado aumentos de ventas con respecto al año precedente. Así, en lo que se refiere a consolas, se ha aumentado la cifra de negocio en 68 millones de

EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS 2014 - 2017

• Millones de euros



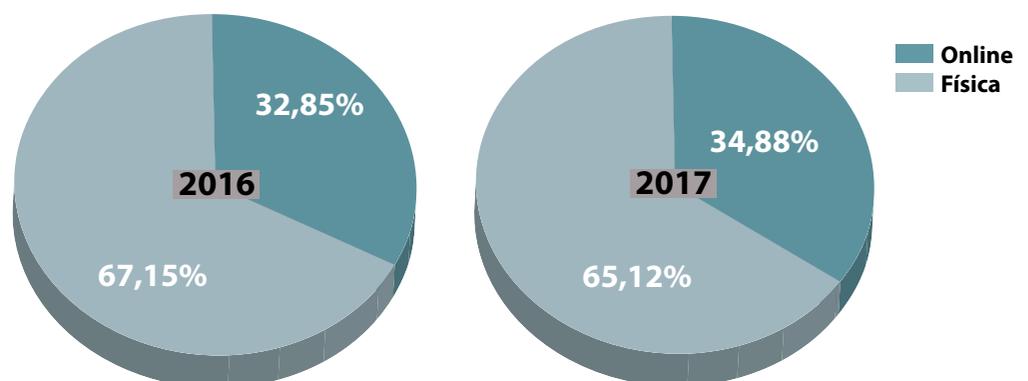
Se incluyen tanto las ventas físicas como las online

* La facturación se desglosa en: venta física 885 millones de euros y venta online 474 millones de euros.

Fuente: AEVI. Elaboración Electromarket

FACTURACIÓN POR PLATAFORMAS.

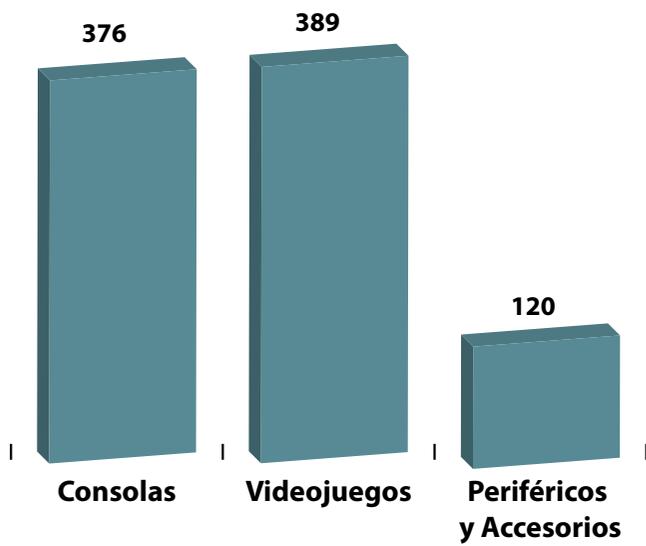
• 2016-2017



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2017

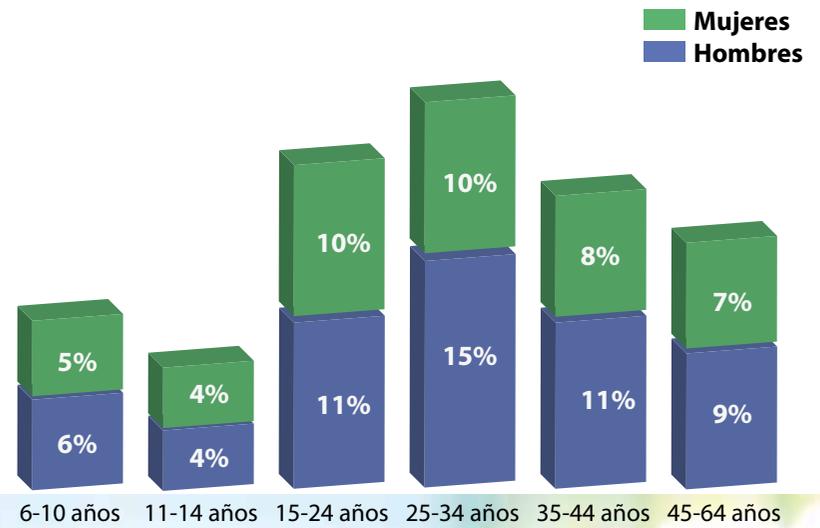
•Millones de euros



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Pese a los malos momentos que vive la electrónica de consumo en general, el segmento de consolas y videojuegos ha alcanzado un incremento de casi el 18% con respecto al 2016

PERFIL DE LOS JUGADORES 2017



euros, alcanzando la cuota de los 376 millones facturados en 2017. En cuando a videojuegos, estos tampoco se quedan atrás, con un aumento de la facturación de 28 millones de euros y una cifra total de negocio de 389 millones de euros. Por último, el sector de accesorios cuenta con unas cifras algo más modestas, pero igualmente al alza. Así, la venta de "gamepads", auriculares, fundas y accesorios en general, logra aumentar su cifra de negocio en 7 millones de euros, alcanzando los 120 millones de euros en total. Pero evidentemente no todas las ventas se distribuyen igual, puesto que mientras que una consola vale cientos de euros, los videojuegos cuestan varias veces menos. Por ello, el grueso de la facturación recae en el software (videojuegos) que se hace con nada menos que el 62,3% de todo lo facturado por el sector. Le siguen los accesorios de todo tipo con un 28,2% del total y finalmente, las consolas con un 9,5% de la cuota de ventas.

¿Y dónde preferimos comprar nuestros equipos de videojuegos los españoles? Pues mayoritariamente en tiendas especializadas en videojuegos. Así lo hacen el 54% de los usuarios. Les siguen, en cuanto a preferencia de compra, las cadenas de tiendas, con el 16% de los usuarios; quedando para la tercera posición las grandes superficies comerciales con un 15% de adeptos.

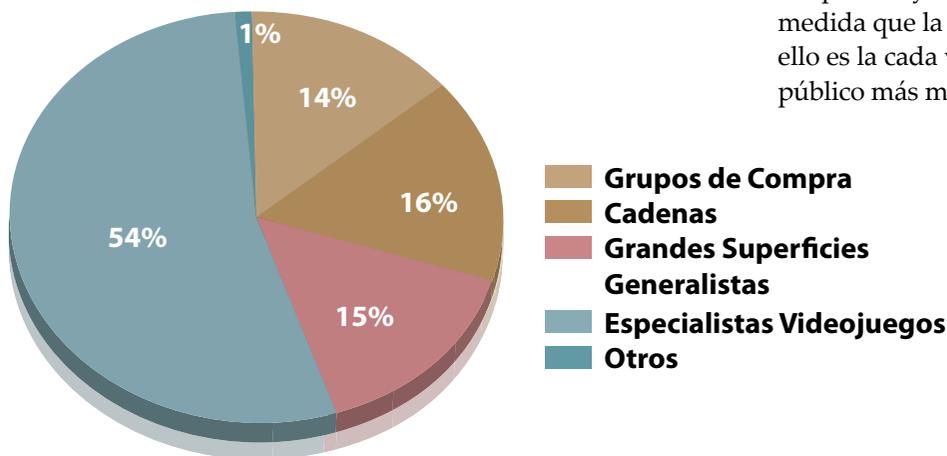
El usuario de videojuegos en España

Para finalizar, es interesante conocer los equipos más utilizados por los usuarios para sus ratos de esparcimiento. Habiendo una constante rivalidad entre usuarios de consolas y de PC, gracias al estudio de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) podemos salir de dudas de cuál es el medio más utilizado para jugar a videojuegos en España: los españoles son mayoritariamente "consoleros".

Es este sistema el más utilizado por los usuarios de videojuegos. En concreto en el 23% de los casos. Eso sí, los usuarios de PC pueden estar tranquilos, ya que casi empatan al alcanzar el 22% de los usuarios. En tercera posición nos encontramos con los poseedores de un smartphone (un 21% de los usuarios) y ya a larga distancia por los que cuentan de una tablet (un 11%) o una consola portátil (un 10%).

En cuanto al perfil del usuario de videojuegos, decir que la afición se ha democratizado bastante gracias sobre todo a la llegada de

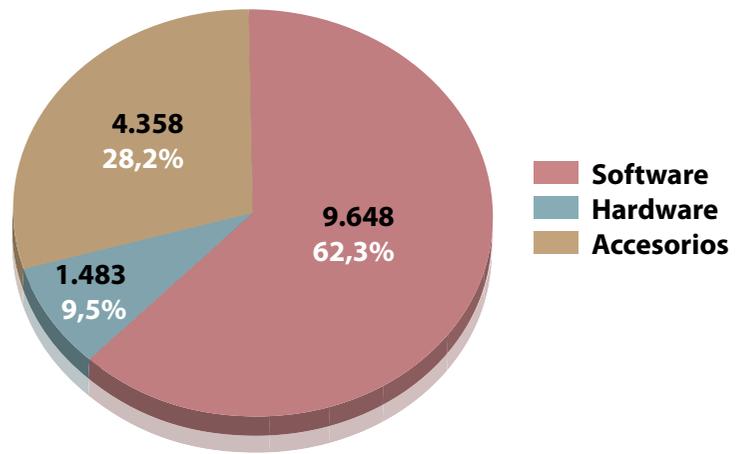
CUOTA DE MERCADO POR CANALES. 2017



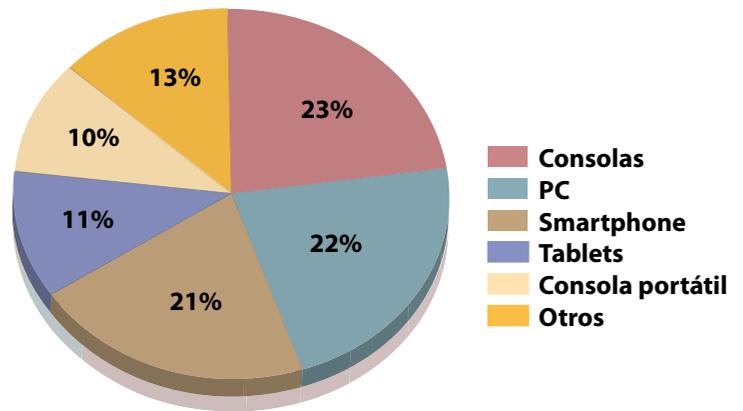
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO

• Unidades 2017



DISPOSITIVOS MÁS UTILIZADOS. 2017



Fuente: AEVI Elaboración: Electromarket

smartphones y tablets. Ambos equipos han logrado expandir la base de jugadores ocasionales, por lo que actualmente el usuario tipo de estos equipos está casi repartido en un 50-50% entre hombres y mujeres.

Lo más curioso es que contrariamente a lo que se cree, el mayor porcentaje de usuarios lo encontramos en el rango de edad de entre 25 a los 34 años (para el caso de los hombres) y entre los 15 y 34 (para las mujeres). Por lo que identificar a un usuario de videojuegos con un niño de 9-10 años parece que ya es cosa del pasado y actualmente la afición continúa en buena forma a medida que la base de usuarios va cumpliendo años. Prueba de ello es la cada vez mayor presencia de títulos pensados para un público más maduro en el catálogo de las distribuidoras. ▶

Los usuarios españoles prefieren realizar sus compras en tiendas especializadas o cadenas de tiendas