

El mercado del videojuego en España apuesta por la venta online



Mayor gasto que en el año 2017, buena parte del cual fue a parar al medio de ventas online en detrimento de las tiendas físicas. En total, el mercado del videojuego en España alcanzó la cifra de los 1.530 millones de euros.

Un total de 1.530 millones de euros. No, no es el premio que ha recibido el último afortunado ganador del bote del Euromillones, ni lo que ha costado el último fichaje de un jugador estrella para alguno de los nombres propios entre los grandes clubes de fútbol de Europa. Ni siquiera el balance de la cuenta bancaria de algún participante del reality show Supervivientes: es lo que los españoles nos gastamos el pasado año 2018 en videojuegos.

Cuando hemos pasado el ecuador del año 2019, ya disponemos de todos los datos del

2018 gracias a las empresas que cierran balances anuales bien entrado el siguiente ejercicio, y podemos hacernos una imagen global del sector en la piel de toro gracias al informe anual de AEVI (Asociación Española de Videojuegos).

Una primera conclusión: en todo el año pasado nos gastamos 171 millones de euros más que en el año 2017, en el cual llegamos a la nada despreciable cifra de 1.359 millones.

De los 1.530 millones antes reseñados, 396 fueron destinados a ventas en plataformas online, 364 a ventas de software, 356 a

ventas de hardware, 284 a apps móviles, y 130 millones a accesorios.

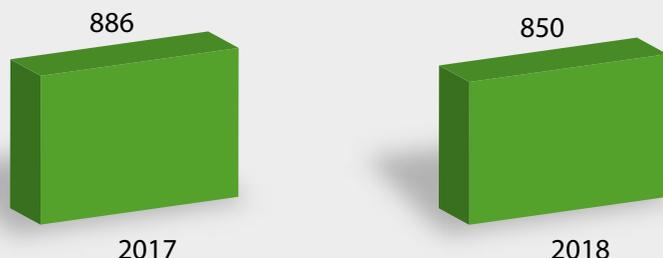
Acción y deportes, lo que más interesa

De los más de 8,6 millones de unidades de juegos vendidas que tiene controladas AEVI para el pasado año 2018, poco más de 3 millones pertenecen al género de Acción, a mucha distancia (más del doble) de los juegos de Deportes, que quedan en segunda posición con poco más de 1,25 millones de unidades vendidas.

La distancia se incrementa todavía más si

EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS* 2017 - 2018

Millones de euros



*ventas en tiendas físicas.
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

consideramos que el tercer género, con poco más de 1,2 millones de unidades vendidas, es el de los FPS (*First Person Shooter*), una categoría independiente de la de Acción por derecho propio, aunque a ojos de un profano, ambas podrían fusionarse bajo un único epígrafe de Acción que los englobara a todos.

Y antes de que a los amantes más recalci-trantes de los videojuegos y de cualquiera de los géneros mencionados, les dé una apoplejía, nos explicamos: si bien los FPS pertenecen a la categoría más genérica de los Juegos de Disparos, que también engloba a los juegos con perspectiva de tercera persona (en los FPS vemos toda la acción con los ojos del protagonista),

la dosis de acción que hallamos en estos, en los que combatimos en guerras, o bien luchamos contra invasores alienígenas, por decir algo, podrían llevarnos a considerar que, conceptualmente, vienen a ser más de lo mismo en materia de acción.

Por lo demás, los juegos de acción engloban los de peleas a puñetazos (¿alguien ha dicho *Street Fighter?*), las plataformas o los arcades. Sí, son diferentes, aunque probablemente el nivel de adrenalina (y de cabreo cuando nos matan) sea el mismo en todos los casos.

Dicho esto, y con la Acción como reina indiscutible de las preferencias de los videojugadores españoles, choca que el videojuego más vendido tomando en con-

sideración todos los formatos sea... uno de deportes y, concretamente, el *FIFA 19*. Seguimos siendo un país eminentemente "fútbolero". Para encontrar el segundo juego deportivo, el *NBA 2k19* (¿hace falta que digamos que va de baloncesto?), debemos desplazarnos hasta el noveno puesto de la lista.

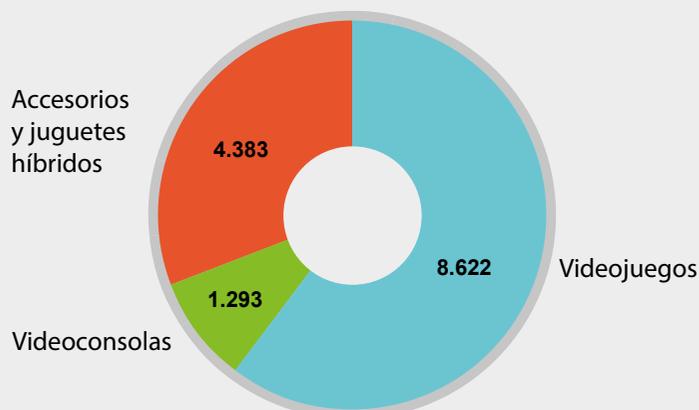
Entre estos dos, un reguero de distintos juegos de acción y aventura, aliñados con un sólo FPS: *Red Dead Redemption 2*, *Spider-Man*, *Call of Duty: Black Ops 4* (el antes mencionado FPS que se ha colado en el top 10), *God of War*, *Far Cry 5*, *Super Smash Bros. Ultimate*, y *Assassin's Creed Odyssey*. Cierra la lista de los 10 más vendidos *Pokémon: Let's go Pikachu!*, clasificado como RPG (rol, para los amigos, la cuarta categoría en ventas con 896.705 unidades en todo el 2018), aunque a día de hoy... muchos juegos mezclan géneros. Por ejemplo, de la lista antes mencionada, los de acción también incluyen elementos de aventura, lo que nos indica que los jugadores españoles no quieren solo ir a matar malos, salvar a los buenos, y ver escenarios, sino que quieren un guión, que les expliquen una historia bien argumentada, y que puedan ser partícipes de esta.

La venta online

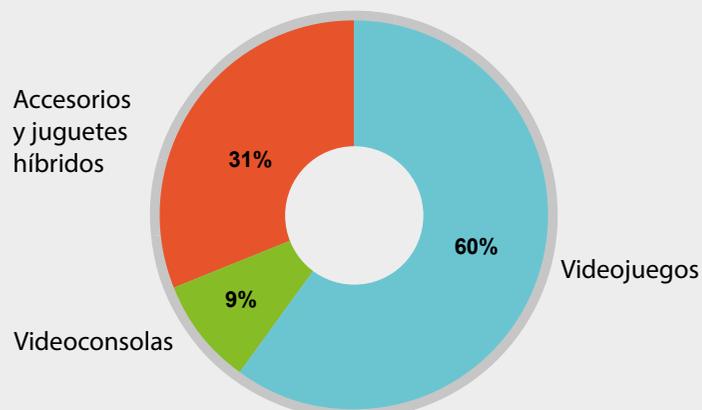
De todo el volumen de ventas, poco más de un 55% (850 millones) se materializó en tiendas físicas, mientras que un 45% (44,44%, realmente) se hizo a través de las plataformas online (680 millones). Pese a que el decalaje es de diez puntos porcen-

Ventas por segmento de negocio 2018

Unidades

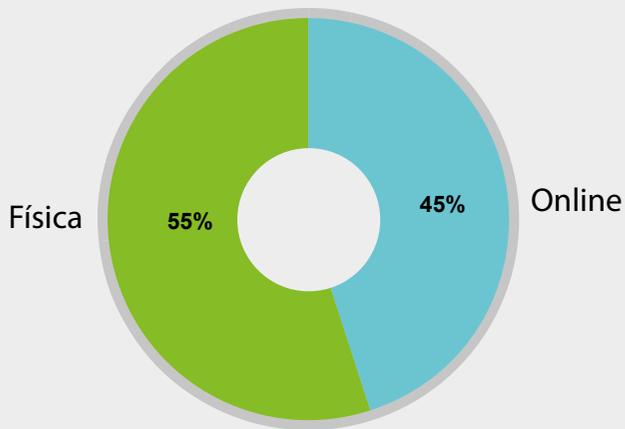


Cuota



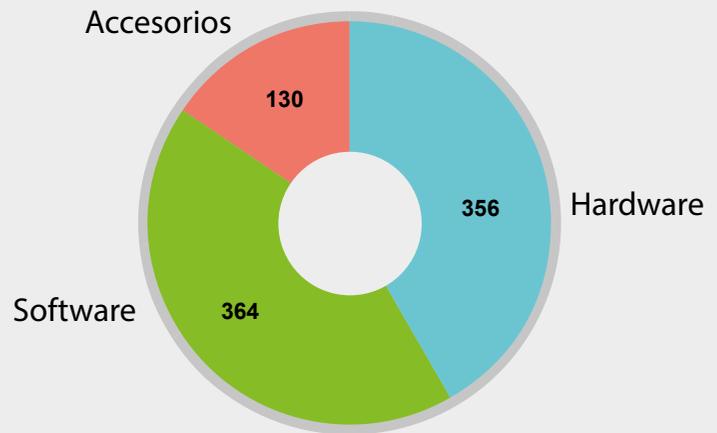
Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

Facturación por plataformas 2018



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Facturación por productos 2018. Millones de euros



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

tuales, el online está rindiendo muy bien, y buena parte de sus ingresos se obtienen, por ejemplo, de los llamados "pases de temporada", una suerte de abonos para jugar, durante todo un año, a juegos en el ciberespacio, en compañía (y en contra) de otros jugadores que se conectan desde sus hogares.

Destaca que, pese a un aumento de la facturación total del 12,6% en el año 2018 respecto al 2017, la facturación de las tiendas físicas cae un 4,1%, mientras que la facturación de los comercios online experimentó un espectacular crecimiento del 43,5%. Y estamos a un paso de inaugurar la era del 5G (está previsto que llegue este mismo verano), mientras que las velocidades de las conexiones fijas no deja de crecer gracias a la expansión del cable. Donde esta facturación online crece más es en el ámbito del hardware, con 396 millones facturados en 2018, lo que supone un incremento del 57,8% respecto al 2017. Donde más baja la facturación física es en el ámbito del software, con un 6,7% menos respecto al año anterior, llegando a los 364 millones.

El comercio especialista sigue siendo la principal vía de adquisición de hardware y software para la práctica de los videojuegos, llevándose más de la mitad de las ventas, concretamente un 53%.

A partir de aquí, son las grandes cadenas las que se llevan el gato al agua, aunque con unos números que distan mucho de los comercios especializados: un 17% del

Los juegos de Acción son los preferidos por los jugadores españoles, con el doble de ventas que la categoría que los sigue, los de Deportes

Mercado de videojuegos por género. Unidades vendidas

Acción	3.006.061
Deporte	1.255.972
FPS	1.208.744
Rol	896.705
Aventura	800.397
Carreras	561.838
Familiar	388.488
Estrategia	333.492
Pasatiempo	73.580
Otros	97.006

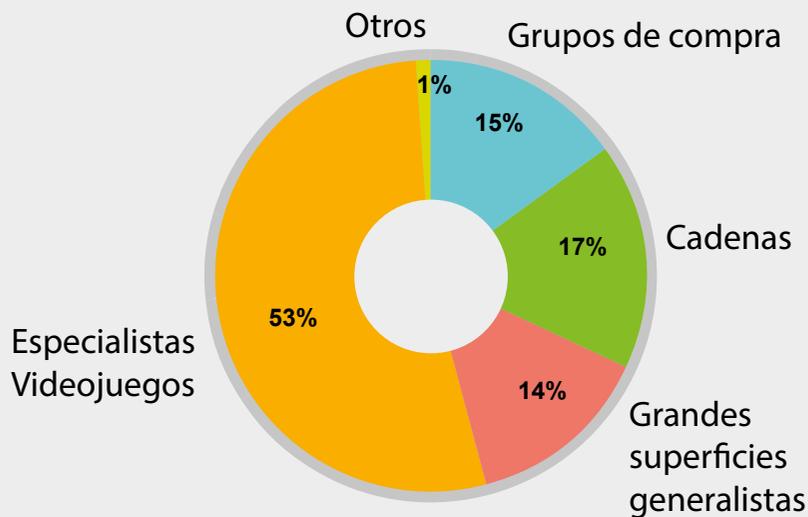
Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Videojuegos más vendidos. Todos los formatos

FIFA 19
Red Dead Redemption 2
Spider-Man
Call of Duty: Black Ops 4
Gof of War
Far Cry 5
Super smash Bros. Ultimate
Assassin's creed odyssey
NBA 2k19
Pokémon: Let's go Pikachu!
Dragon Ball FighterZ
Just Dance 2019
Monster Hunter: World
Super Mario Party
Mario Tennis Aces

Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Cuota de mercado por canales 2018



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

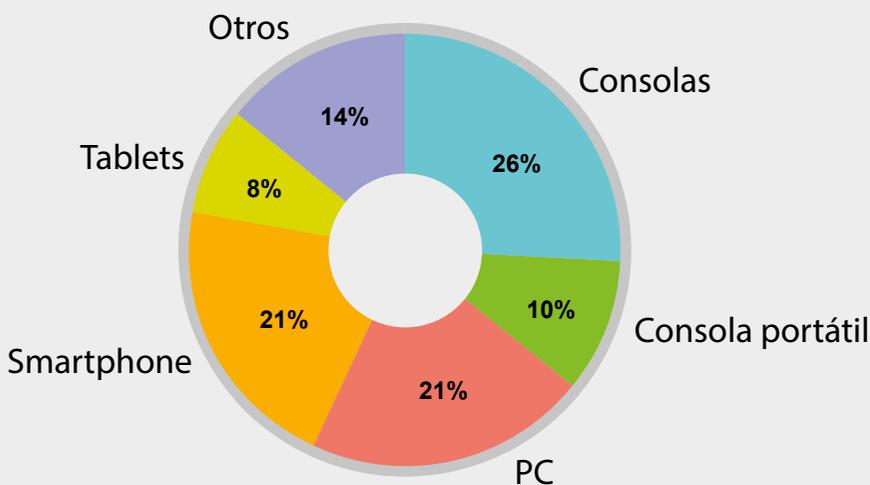
total de ventas. Les siguen muy de cerca los grupos de compra con un 15% de las adquisiciones, y cerrando la lista las grandes superficies comerciales de tipo generalista con un 14% de las ventas.

Las consolas siguen siendo el "terreno de juego" favorito

Poco más de una cuarta parte de los jugadores españoles (un 26%, para ser exactos) manifiesta que su dispositivo favorito para

jugar es la videoconsola, aunque aquí deberíamos añadir un 10% que declara que su dispositivo preferido es la videoconsola portátil. Si bien la dicotomía entre videoconsola u ordenador para jugar ha existido prácticamente desde tiempos inmemoriales (o sea, desde las décadas de los 80 y 90...), ahora a este duelo se une un nuevo contendiente: el smartphone. Y es que el PC y el teléfono móvil inteligente empatan en la segunda posición, con un 21% cada uno.

Dispositivos más usados



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

No hay que extrañarse: el teléfono lo llevamos siempre encima, por lo que podemos utilizarlo en cualquier momento y lugar para jugar. Además, la potencia del hardware de los smartphones ha pegado un "estirón" considerable en los últimos años, llegando a convertirlos en algunos casos en un sustituto del ordenador para trabajar, con configuraciones que incluyen microprocesadores con ocho núcleos, entre 4 y 12 GB de memoria RAM, 128, 256, o incluso medio Terabyte de almacenamiento interno, y capacidades gráficas que hacen palidecer a más de un PC... El éxito de los smartphones en el ámbito de los videojuegos se nota, por ejemplo, en la inclusión de un "modo juego" en el sistema operativo de muchos terminales, especialmente en los *flagships* de marcas como LG o OnePlus, e incluso a la aparición de terminales enfocados específicamente al uso y disfrute de videojuegos, como es el caso del smartphone Black Shark, que ya va por su segunda generación.

La venta online crece más del 43%, mientras que las ventas en tiendas físicas experimentan un descenso del 4%

Además, y como hemos referido antes, nos encontramos a las puertas de la nueva era del 5G, que trae consigo mejoras que la industria de los videojuegos notará para que los juegos online triunfen en los móviles: mayor velocidad y menor latencia. Si algo vimos en la edición de este año del Mobile World Congress, celebrada en febrero en Barcelona, es que los servicios de streaming de videojuegos para el móvil (que permiten jugar a títulos de ordenador desde el móvil sin tener que instalar el juego) están proliferando como las setas. A lo mejor es sólo una moda a la que sobreviven solamente los más preparados, pero es indicativa de las esperanzas que ciertos actores del sector ponen en la 5G. Tras estos, tenemos el antes mencionado 10% de las consolas portátiles, y seguidamente los tablets con un 8% del mercado. El restante 14% hasta llegar al centenar de puntos porcentuales pertenece a un batiburrillo de dispositivos diversos como, por ejemplo, los *set-top boxes*. ■