

# El sector de los videojuegos domina el ocio en España

*El sector de los videojuegos continúa situándose como uno de los de mayores mercados de ocio en España, facturando incluso más que la suma de cine y música.*

Hasta hace bien poco considerado como un sector de segunda categoría dentro del mundo del ocio, se podría decir sin embargo que hoy en día el sector de los videojuegos ha escalado a una posición de dominio por derecho propio. El uso de videojuegos se ha normalizado y ya no se le considera como un segmento extraño en manos de geeks o personajes reclusos en su habitación. Todo lo contrario. Con la llegada de los smartphones, se ha convertido en el pasatiempo favorito de prácticamente todo el mundo, permitiendo disfrutar de esos instantes de espera de manera agradable y distendida. Prueba de ello, es que el sector de los videojuegos se consolida, un año más, como el rey del ocio en España.

Con un aumento de facturación del 12,6% con respecto al año anterior, continúa superando ampliamente a sus competidores, incluso a la suma de lo facturado por sus dos más directos rivales: cine (585,7 millones de euros) y música (237,2 millones de euros). Todo a ello pese a quienes auguraban una ralentización del mercado ante la llegada de la nueva generación de consolas fijada por algunos analistas para el 2020 como fecha más cercana. Esa novena generación de consolas estaría compuesta tanto por equipos "tradicionales" como la Scarlett, anunciada por Microsoft, como por apuestas más arriesgadas tales como las consolas basadas en un sistema de juegos bajo demanda. Nos referimos al sistema Stadia de Google, que apuesta por un nuevo concepto de consola, más enfocada al juego en acceso (algo parecido a un Netflix de los videojuegos). Toda la incertidumbre creada podría hacer pensar que los consumidores se mostrarán reticentes con el sector, pero todo parece indicar que ha sucedido justo lo contrario, puesto que las cifras son más que halagüeñas y la presentación de nuevas revisiones de equipos (como la Switch Lite por parte de Nintendo) parecen confirmarlo: hay sitio para todos y el futuro pinta brillante.

### Facturación

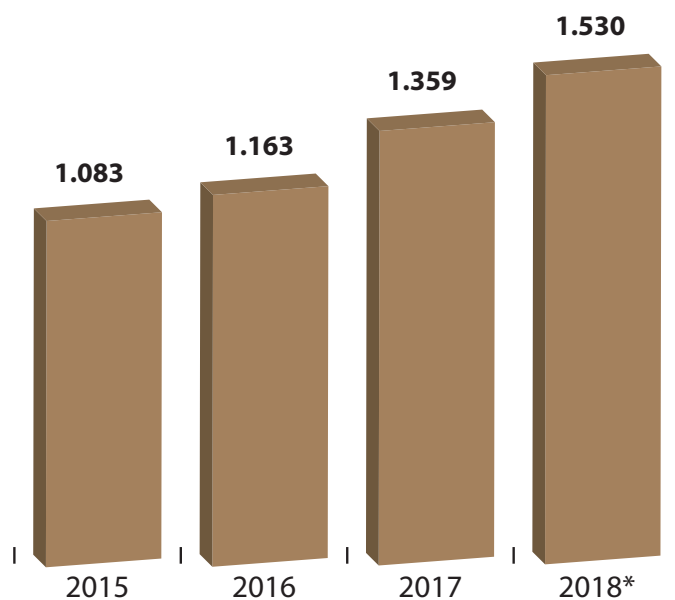
Y es que con 1.530 millones de euros facturados en 2018, el sector de videojuegos en España goza de excelente salud. Incluso la llegada de la transición

Un año más, el sector de los videojuegos supera en facturación al de música y cine, al alcanzar los 1.530 millones de euros

digital al sector parece haberle sentado bien, ya que el consumidor ha adoptado los nuevos canales de distribución con mucha mayor rapidez que en otros sectores. Así por ejemplo, la facturación digital ha pasado de un 34,88% en 2017 a un significativo 44,45% en 2018, cifra que prácticamente iguala a las ventas físicas (un 55,55%). En total, las cifras globales del sector se desglosarían entre los 850 millones de euros de la venta física contra los 680 millones de euros de las ventas digitales.

### EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS. 2015 - 2018

• Millones de euros



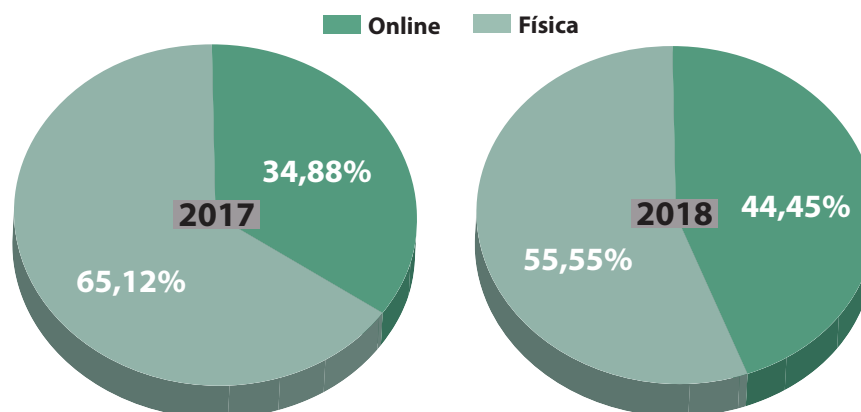
Se incluyen tanto las ventas físicas como las online

\* La facturación se desglosa en: venta física 850 millones de euros y venta online 680 millones de euros.

Fuente: AEVI. Elaboración Electromarket

### FACTURACIÓN POR PLATAFORMAS.

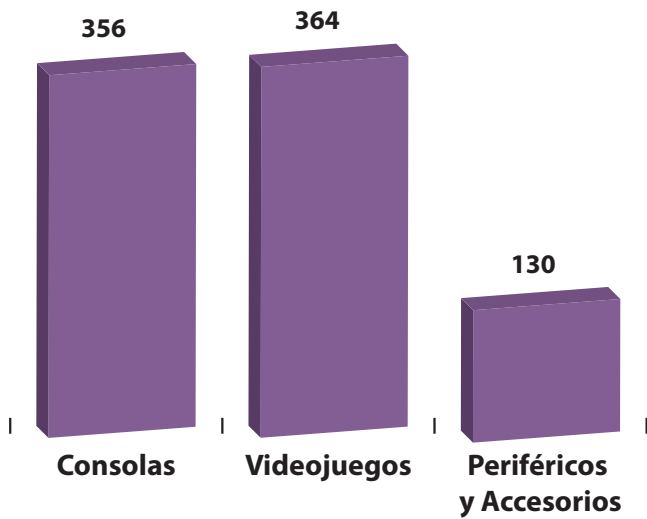
• 2017-2018



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

FACTURACIÓN FÍSICA POR PRODUCTOS. 2018

• Millones de euros



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

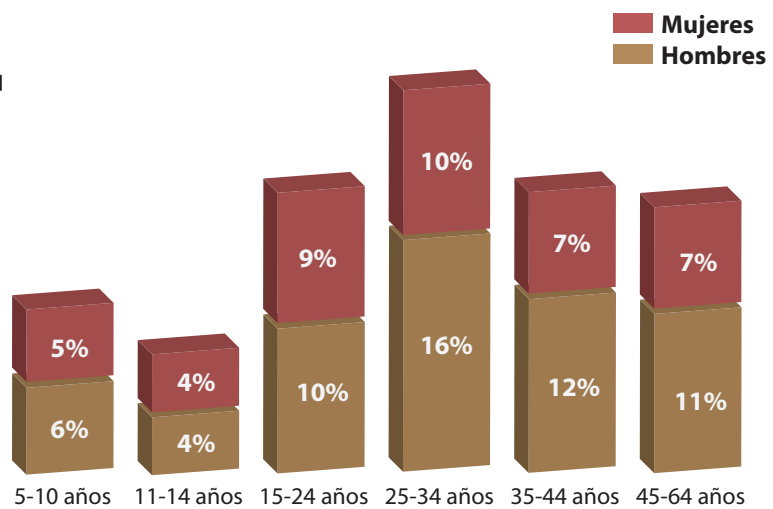
Pese a que la facturación global aumentó, lo facturado en segmentos específicos (como consolas o videojuegos) vio una pequeña reducción debido, sin lugar a dudas, a guerras de precio entre plataformas. Es el caso de las ventas de consolas, que en 2018 alcanzó los 356 millones de euros (21 millones de euros menos que el año anterior). Algo similar ocurrió con lo facturado en videojuegos, que alcanzó los 364 millones de euros (una reducción de 25 millones de euros con respecto al año anterior). Por su parte, el sector de periféricos sí que vio un ligero aumento de ventas, al alcanzar los 130 millones de euros, 10 millones de euros más que en 2018.

**Perfil de los jugadores**

En cuanto a la “plataforma de jugadores”, ésta no para de aumentar año tras año. Con 16,8 millones de jugadores, España se sitúa como uno de los mercados Top 10 del Videojuego en el mundo. Y no es cosa sólo de hombres, ya que las jugadoras representan cada vez un mayor porcentaje de los mismos. En el 2018, las mujeres aficionadas a los videojuegos alcanzaron la nada despreciable cifra del 41% de todos los jugadores del país. El mayor número de mujeres aficionadas a los videojuegos se encuentra en la franja de edad de entre 25 y 34 años, donde el porcentaje llega al 10%, misma franja de edad “pico” para los hombres, pero que

El perfil del jugador español es mayoritariamente masculino (59%), usuario de consola (26%) y principalmente con edades comprendidas entre los 25 y 34 años

PERFIL DE LOS JUGADORES. 2018



en su caso alcanza el 16%. A destacar el hecho de que los videojuegos ya no son sólo una cosa de jóvenes, porque incluso en las franjas de edad de 45 a 64 años, un 7% de las mujeres y un 11% de los hombres, continúan aún dándole al joystick.

**Plataformas**

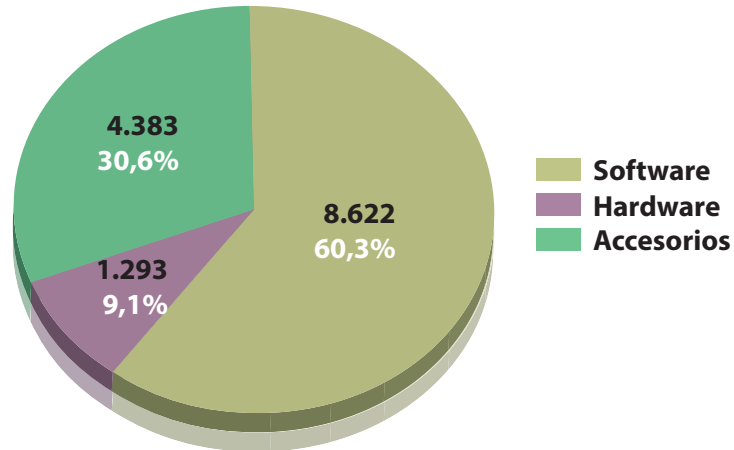
En lo que respecta a las plataformas más utilizadas, por el momento España es claramente un país de consolas, ya que con un 26% de la cuota de mercado, su dominio es claro. Pero no hay que dejar de lado a la competencia, que cada año que pasa, se les acerca un poco más. PCs y smartphones vienen pisando fuerte y como las consolas se duermen en los laureles, puede que en un futuro más que cercano las destronen. Así, nada menos que un 22% de los usuarios de videojuegos apostaron por un PC para jugar sus partidas favoritas. No debemos olvidarnos tampoco de la gran revelación del sector, los smartphones: equipos que nada menos que un 21% de los usuarios utilizan como medio principal para echar sus partidas en cualquier lugar. A distancias bastante lejanas quedarían las consolas portátiles (10% de los usuarios y prácticamente un nicho de mercado de Nintendo gracias a sus consolas 3DS y Switch) o las tabletas (un segmento residual al que solo se apuntan el 8% de los usuarios).

**Canales de compras**

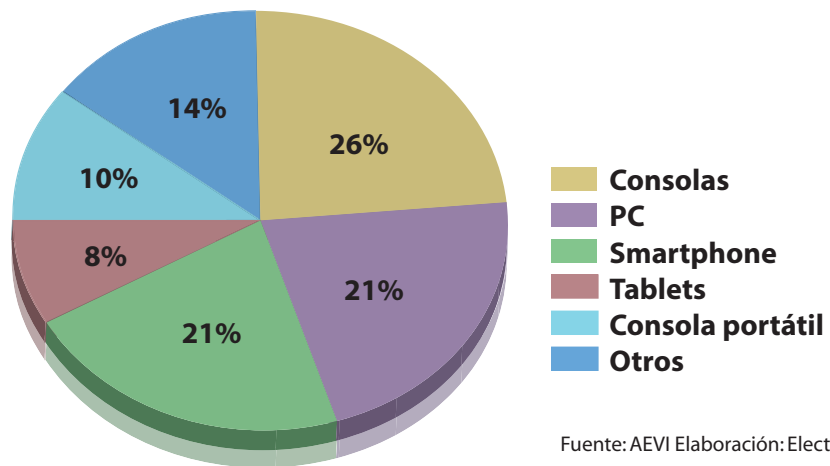
A la hora de realizar sus compras, los usuarios de videojuegos son bastante tradicionales y confían mayoritariamente en especialistas del sector para adquirir

**VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO 2018**

• **Unidades**



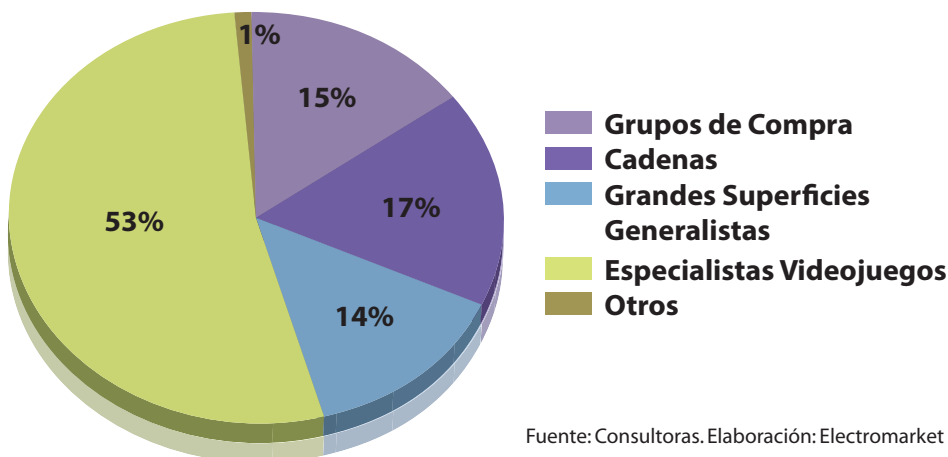
**DISPOSITIVOS MÁS UTILIZADOS. 2018**



Fuente: AEVI Elaboración: Electromarket

Las féminas no se quedan atrás, puesto que ya son el 41% de los jugadores en España

**CUOTA DE MERCADO POR CANALES. 2018**



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

sus productos preferidos. Cerca de un 53% de los usuarios de videojuegos en nuestro país optan por las tiendas especializadas en el sector como lugar de compra preferente. Les siguen en predilección las cadenas de tiendas (con un 17% de usuarios) y en tercer lugar nos encontraríamos con los grupos de compras que atraen a un 15% de compradores. Pese a lo que pudiera parecer, las grandes superficies generalistas quedan relegadas a las cuarta posición, con tan solo un 14% de cuota de mercado. ▶