

El sector de los videojuegos supera la crisis de la Covid-19 con nota



Con cerca de 1.800 millones de euros de facturación en 2020 y una generación de puestos de trabajo de más de 9.000 empleos directos y más de 23.000 indirectos, los videojuegos siguen gozando de buena salud en nuestro país.

La etapa de confinamiento vivida el año pasado, motivada por la pandemia del Covid-19, supuso un repunte y un significativo afianzamiento del sector de los videojuegos. Con un crecimiento del +18% en la facturación respecto a 2019, los datos de la AEVI (Asociación Española de Videojuegos) en su anuario 2020 'La industria del videojuego en España', destacan los 1.747 millones de euros logrados en 2020, de los cuales 790 correspondieron a la venta física y 957 a la venta online. Con todo, el sector sigue siendo un mercado realmente

apetecible, que confirma a los videojuegos como la primera opción de ocio audiovisual y cultural en nuestro país (por encima de las industrias del cine y la música), cuyo impacto directo en la economía nacional es de 3.577 millones de euros.

Con mucho terreno ganado y un mayor peso que el canal físico, las plataformas online alcanzaron una facturación de 957 millones de euros (lo que supuso el 54,8% del total), de los que 516 millones de euros (es decir, +40%) correspondieron a plataformas online y 441 millones de euros (+22,8%), a aplicaciones en móviles y tabletas. Por lo

que respecta a la tipología de productos, el grueso de la facturación en tiendas físicas correspondió al software, con 324 millones de euros (aunque un -2,7% respecto a 2019), seguido del hardware, 316 millones de euros y un incremento del 9,8%, y los accesorios, 150 millones de euros y +12,8%. En cuanto a unidades vendidas, el año pasado los videojuegos lograron una facturación cercana a los 8,5 millones de euros (lo que supuso +0,4% respecto a 2019), los accesorios y juguetes híbridos experimentaron un crecimiento del 4,4% (4.447.618 millones de euros de facturación), mientras

Evolución mercado videojuegos* 2019-2020

Millones de euros



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

que el mercado de las videoconsolas sufrió un descenso del 5,1%. Motivado, según los expertos consultados, por el lanzamiento de la nueva generación de consolas que el consumidor está esperando. Por canales, al igual que lo sucedido en 2019, el 54% de los consumidores decidió elegir a los especialistas en videojuegos, seguido de lejos por las Cadenas (16%), los Grupos de Compra (15%) y Grandes Superficies Generalistas (14%).

Acción y aventura

Sin duda, durante los meses de confinamiento sufridos en 2020, el videojuego pasó a convertirse en la opción favorita de ocio y de contacto social para muchos españoles,

debido, sobre todo, a su componente de entretenimiento y como elemento de socialización, lo que ayudó a amigos y familiares a sentirse más cerca a pesar de la distancia y poder disfrutar de esos ratos de ocio juntos. No es de extrañar, por lo tanto, que el año pasado se alcanzara la nada desdeñable cifra de casi 16 millones de jugadores. Y aunque el perfil del consumidor de videojuegos sigue siendo mayoritariamente masculino (54,1%), la brecha entre géneros también se está reduciendo, gracias a ese 45,9% de mujeres jugadoras. Una cifra que nos sitúa como quinto país europeo con mayor presencia de la mujer en el sector del videojuego (con 16 millones de jugadoras), por detrás de Alemania y Francia (con 30

millones), Reino Unido (25 millones) e Italia (17 millones).

El 47% de los españoles de entre 6 y 64 años son consumidores de videojuegos, siendo la franja de edad comprendida entre los 25 y los 34 años, tanto en mujeres como en hombres, donde se sitúa el mayor porcentaje de jugadores, que dedican una media de 7,5 horas/semana a jugar. Por lo que respecta a los dispositivos más utilizados, la consola sigue siendo la reina (con el 25%), seguida de los smartphones (20%), PCs (18%), y tabletas (10%), todos ellos utilizados, mayoritariamente, por los menores de entre 6 y 14 años, que son los consumidores principales de dichos dispositivos. En cuanto a frecuencia, de los 15,75 millones de videojugadores españoles, el 74,2% de ellos juegan todas las semanas, mientras que el 15,9% todos los meses.

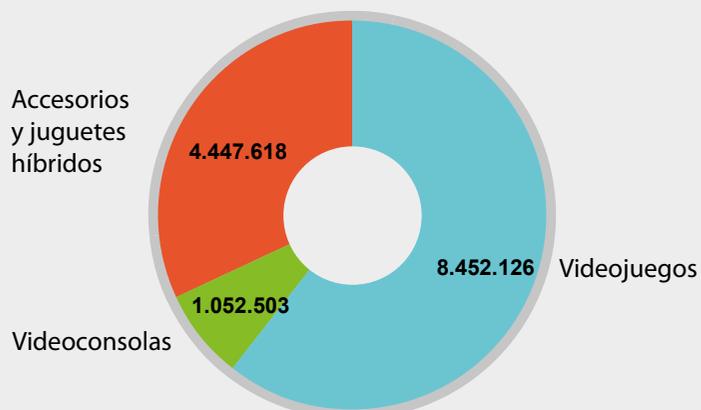
Los juegos de acción siguen siendo el género preferido por los gamers españoles, con casi tres millones de unidades vendidas, seguido de los juegos de aventura (1.115.090 unidades), juegos de deporte (1.083.626 unidades), videojuegos de rol (1.022.858 unidades) y, en quinta posición, los videojuegos de estrategia (633.070 unidades vendidas). Si nos fijamos en los títulos, FIFA 2021 ocupa la primera posición, seguido de Grand Theft Auto V y Animal Crossing: New Horizons.

eSports

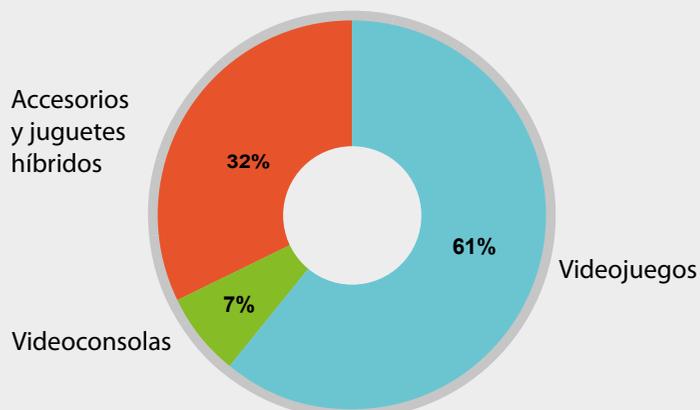
Gracias a su resiliencia y capacidad de adaptación, la línea ascendente de los eSports en España no se vio truncada el año 2020

Ventas por segmento de negocio 2020

Unidades

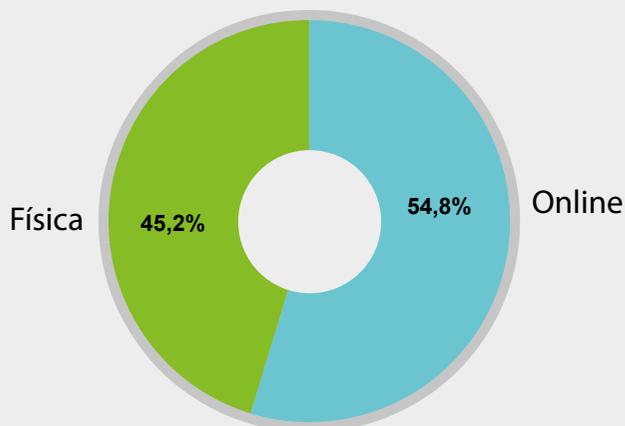


Cuota



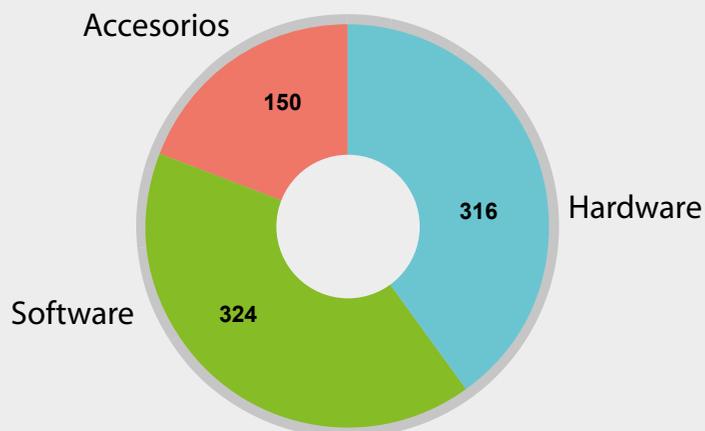
Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

Facturación por plataformas 2020



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Facturación por productos 2020 Millones de euros



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

por la crisis sanitaria mundial, pero sí matizada. Como señalan desde AEVI, la apuesta de las casas editoras de videojuegos (publishers) por integrar España en sus circuitos oficiales, junto con la creciente profesionalización de los equipos nacionales (algunos con impacto internacional, como MAD Lions, Movistar Riders y Vodafone Giants) y el crecimiento de eventos y ligas (con la Superliga de League of Legends, consolidada como la mayor liga nacional de Europa) llevaron a considerar a España como un país de referencia en el sector. Pero el impacto de la epidemia se notó tanto en la menor generación de puestos de trabajo como (y sobre todo) en los ingresos. Un efecto que tuvo como consecuencia que el ecosistema español perdiera parte de la ventaja que tenía frente a otros mercados europeos, como Alemania y Francia, en los que la inversión en esports resistió mejor. La consultora independiente Newzoo señaló que, en 2020, por primera vez los ingresos a nivel mundial del sector de los eSports decrecieron con respecto a 2019, pasando de 957 millones a 947 millones. En nuestro país, el impacto sobre los ingresos se dejó notar por la cancelación de casi todos los eventos físicos. Entre ellos, eventos de cabecera como Madrid Games Week, Gamergy y DreamHack Spain. Como resultado de ello, AEVI ha estimado que los ingresos del sector en España en 2020 fueron de 27 millones de euros, es decir, una caída del 23% con respecto a 2019. En una industria que cuenta con alrededor de 800 trabajadores, lo que

Durante los meses de confinamiento, los videojuegos pasaron a convertirse en la opción favorita de ocio y de contacto social para muchos españoles

Mercado de videojuegos por género. Unidades vendidas

Acción	2.817.536
Aventura	1.115.090
Deporte	1.083.626
Rol	1.022.858
Estrategia	633.070
FPS	610.217
Carreras	539.452
Familiar	404.486
Casuales	77.550
Otros	67.179

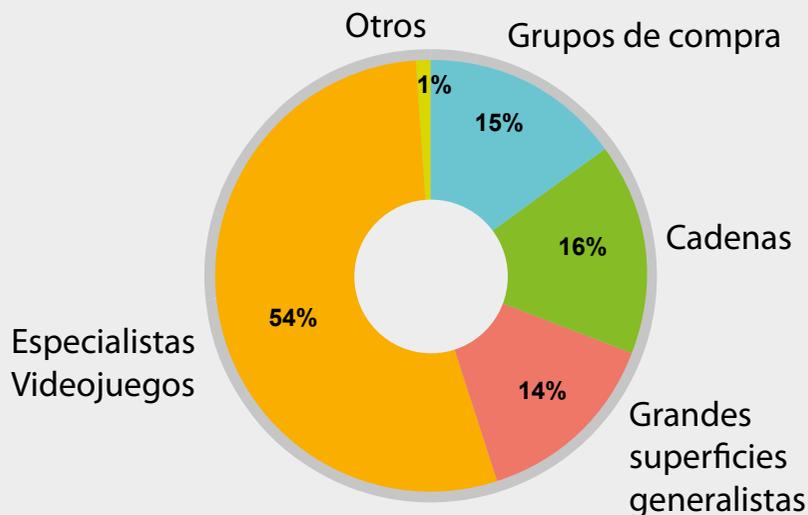
Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Videojuegos más vendidos. Todos los formatos

FIFA 21
Grand Theft Auto V
Animal Crossing: New Horizons
The last of us Part II
FIFA 20
Mario Kart 8 Deluxe
Minecraft: Nintendo Switch Edition
Red Dead Redemption 2
Super Mario 3D All-Stars
Super Mario Odyssey
Assassin's Creed Valhalla
Pokémon Sword
The Legend of Zelda: Breath of the Wild
Ring Fit Adventure
Super Mario Party

Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

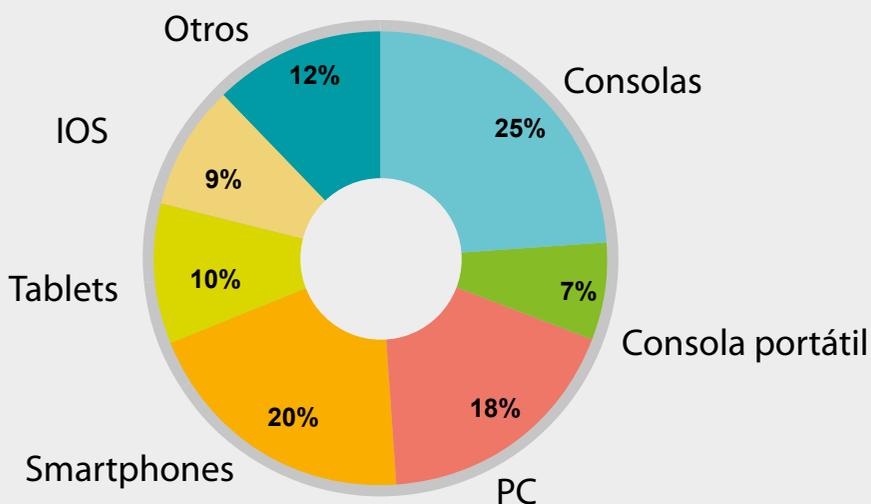
Cuota de mercado por canales 2019



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

Gracias a su capacidad de adaptación, la línea ascendente de los eSports en España no se vio truncada por la crisis sanitaria mundial, aunque sí matizada

Dispositivos más usados



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

supone un aumento del 33% en relación a 2019, incremento que viene sostenido por los equipos profesionales de eSports que soportan un 75% de los empleos totales (590). De ellos, un 46% son jugadores profesionales.

Inclusión y protección

Por su carácter creativo, innovador tecnológicamente hablando y como generador de puestos de trabajo de alta cualificación, la industria española de videojuegos se ha posicionado como un sector prioritario dentro de la economía digital. Y no solo de presente, sino también de futuro. Sobre todo, porque son un sinónimo de entretenimiento, cultura, innovación y revolución educativa. En este sentido, para garantizar los valores positivos de los videojuegos, sobre todo en el ámbito de la educación, la AEVI creó en 2018 el proyecto The Good Gamer, una iniciativa pionera que se ha venido consolidando a lo largo de los últimos años, y cuyo objetivo es colaborar con administraciones, comunidades educativas y sanitarias, padres y madres para fomentar el uso responsable de los videojuegos.

Para ello, la industria está facilitando herramientas a la sociedad para controlar y poner límites al uso de los videojuegos, de tal manera que se puedan atajar y frenar a tiempo los aspectos negativos que pueden causar. Una serie de herramientas al servicio de todos los actores implicados, que quieren sentar las bases y la pedagogía apropiada para conseguir el uso responsable de los videojuegos para parte de los niños y adolescentes.

En otro orden de cosas, y dado el carácter lúdico, de vertiente social y cultural de los videojuegos, The Good Gamer ha apostado desde el principio por la inclusión y conseguir que los videojuegos sean para todos. No solo con el propósito de hacerlos accesibles para todos, independientemente del tipo de diversidad funcional que tenga la persona, sino con el objetivo de potenciar sus beneficios de cara a incluir a los colectivos más excluidos en la sociedad. Así, en diciembre de 2020, AEVI y Fundación ONCE firmaron un convenio de colaboración para desarrollar iniciativas cuya finalidad sea la promoción del acceso universal y la inclusión de personas con diversidad funcional. De esta manera, en un mundo cada vez más inclusivo, The Good Gamer apuesta y aboga por que los desarrolladores de videojuegos superen los retos y obstáculos de crear un videojuego adaptado y comiencen a adaptarlos a las diferentes necesidades de los jugadores. ■