

# Los videojuegos recuperan la senda del crecimiento



*Superada la crisis del Covid-19 con nota, la buena salud de la que goza el sector de los videojuegos en nuestro país se refleja en sus cifras: cerca de 1.800 millones de euros de facturación, 9.000 empleos directos y más de 23.000 indirectos.*

**E**l sector de los videojuegos sigue siendo un mercado apetecible, de ahí que se haya convertido en la primera opción de ocio audiovisual y cultural en nuestro país, escalando a una posición de dominio por derecho propio. Por encima de las industrias del cine y la música, el ámbito de los videojuegos tiene un impacto directo en la economía nacional que ronda los 3.600 millones de euros. De hecho, las previsiones para el periodo 2021 y 2024 apuntan a que esta industria pueda llegar a generar unos ingresos de aproximadamente 2.400 millones de euros en 2024, sobre todo si tenemos en cuenta que alrededor de 450 empresas están dedicadas a la industria del videojuego. Mientras que en el apartado de empleo, el número total de profesionales vinculados a la industria del desarrollo de videojuegos en España, en 2019, era de 15.720 profesionales, de los que 7.300 lo hacían de forma directa, alrededor de 2.500 eran colaboradores freelance y se generaban un total de 5.900 empleos indirectos.

Los meses de confinamiento sufridos el año pasado, motivados por la pandemia del coronavirus, supusieron un afianzamiento y un significativo repunte de este sector. En esa dura etapa, el videojuego pasó a convertirse en la opción favorita de ocio y de contacto social para muchos españoles, debido a su componente de entretenimiento y como elemento de socialización, lo que ayudó a amigos y familiares a sentirse más cerca y poder disfrutar de esos ratos de ocio juntos, a pesar de la obligada distancia. No es de extrañar, por lo tanto, que se alcanzara la magnífica cifra de casi 16 millones de jugadores.

Según los últimos datos de DFC Intelligence, una de las principales agencias de investigación en la industria de los videojuegos, en el mundo hay un total de 3.100 millones gamers, de los que alrededor de un 48% (1.500 millones) juegan en PC, mientras que solo el 8% se consideran gamers de consolas. Es decir, juegan exclusivamente en plataformas como Nintendo, PlayStation o Xbox.

Y aunque Estados Unidos sigue siendo el principal mercado de videojuegos, nuestro país ocupa un significativo noveno puesto en el mercado mundial, con un total de 8,45 millones de videojuegos vendidos en España. Porque la industria española de videojuegos, por su carácter creativo, intensivo en conocimiento y en tecnología, ha logrado posicionarse como un sector prioritario dentro de la economía digital. En este sentido, el principal reto es que pase a convertirse en una potencia de desarrollo, además de seguir siendo uno de los principales países consumidores de videojuegos. Para ello, resulta imprescindible y necesario seguir invirtiendo en esta industria, con el objetivo de continuar consolidando el crecimiento de las

**En el mundo hay un total de 3.100 millones gamers, de los que alrededor de 1.500 millones juegan en PC**



empresas (muchas de ellas pequeños estudios independientes), y lograr que crezcan y escalen internacionalmente. Sobre todo porque su transversalidad generacional, su aplicación multisectorial y su vocación de competir en los grandes mercados la sitúan entre las industrias emergentes con mejor futuro, a corto y a medio plazo.

## La consola manda

La consola continúa erigiéndose como la reina en cuanto a los dispositivos más utilizados para jugar por parte de los gamers españoles, (con un 25%), seguida de los smartphones (20%), PCs (18%), y tabletas (10%), todos ellos utilizados, mayoritariamente, por menores de entre 6 y 14 años, que son los consumidores principales de dichos dispositivos. Estos datos se desprenden del informe 'La industria del videojuego en España', el anuario 2020 elaborado por la AEVI (Asociación Española de Videojuegos), que también pone de manifiesto el crecimiento de dos dígitos en la facturación respecto al año 2019, hasta alcanzar los 1.747 millones de euros en 2020. De ellos, 790 millones de euros correspondieron a la venta física y 957 millones a la venta online. Un canal online que, sin duda, ha ganado mucho terreno y un mayor peso entre los consumidores en los últimos años, lo que le ha permitido superar al canal físico, logrando el 54,8% del total de facturación. Un total de 957 millones, 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 (es decir, +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 que el mercado de las videoconsolas sufrió un descenso del -5,1%. 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%). Los juegos de acción son el género preferido por los gamers españoles, con casi tres millones de unidades vendidas, seguidos 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 video-

## El 47% de los españoles de entre 6 y 64 años son consumidores de videojuegos

juegos 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.

Y aunque años atrás se consideraba que los videojuegos eran una "cosa de niños", los últimos datos apuntan a que 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. El perfil del consumidor de videojuegos sigue siendo mayoritariamente masculino (54,1%), pero la brecha entre géneros se está reduciendo, gracias al 45,9% de mujeres jugadoras que nos sitúa como quinto país europeo con mayor presencia femenina en el sector del videojuego. Un total de 16 millones de gamers españolas, por detrás de Alemania y Francia (con 30 millones), Reino Unido (25 millones) e Italia (17 millones). En cuanto a frecuencia de juego, de los 15,75 millones de videojugadores españoles, el 74,2% de ellos afirma jugar todas las semanas, mientras que el 15,9% juega todos los meses.

## eSports, pasito a pasito

La apuesta de las casas editoras de videojuegos (publishers) por integrar España en sus circuitos oficiales, junto con la creciente profesionalización e internacionalización de los equipos nacionales

(entre ellos, 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) han llevado a señalar en el mapa de los eSports a España como un país de referencia en el sector. Aspecto que se vio truncado por el impacto de la pandemia, que provocó una menor generación de puestos de trabajo y, sobre todo, de ingresos. Un efecto que tuvo como consecuencia que el ecosistema español perdiera parte de la ventaja que tenía frente a otros mercados europeos.

La cancelación de casi todos los eventos físicos, algunos considerados de cabecera como Madrid Games Week, Gamergy y DreamHack Spain, tuvo como resultado la caída de los ingresos del sector en nuestro país, respecto a 2019. De hecho, la AEVI (Asociación Española de Videojuegos), estimó unos ingresos en torno a los 27 millones de euros, es decir, una caída del 23% con respecto a 2019.

Pero si algo no ha cambiado en el ámbito de los eSports es su carácter creativo, innovador, a la vanguardia de la tecnología. Sinónimo de entretenimiento, cultura, innovación y revolución educativa, los eSports también aúnan conceptos como inclusión y protección. Así, para garantizar los valores positivos de los videojuegos, la AEVI creó en 2018 el proyecto 'The Good Gamer', iniciativa pionera cuyo objetivo es colaborar con administraciones, comunidades educativas y sanitarias, padres y madres para fomentar el uso responsable de los videojuegos. En este sentido, la industria está facilitando todo tipo de herramientas a su alcance 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.

Asimismo, dado el carácter lúdico, social y cultural de este sector, 'The Good Gamer' ha apostado siempre por la inclusión, tratando de conseguir que los videojuegos sean para todos. Por ello, a finales del año pasado, AEVI y Fundación ONCE firmaron un convenio de colaboración para desarrollar iniciativas para promover el acceso universal y la inclusión de personas con diversidad funcional. De tal manera que los desarrolladores comiencen a crear videojuegos adaptados a las diferentes necesidades de los jugadores. ▀