

Videojuegos: un sector en plena forma



2021 ha dejado dos lecturas llamativas en este negocio: una de ellas es el aumento de las ventas en tiendas físicas, que está cerca de la paridad con el formato online. Por otra parte, también crecen las videojugadoras hasta englobar a 8,6 millones de mujeres en España. En definitiva, la industria y el mercado no paran de ampliar las expectativas año tras año.

La capacidad de atraer y generar interacciones en el sector del videojuego es imparable. Lo demuestran los datos que arroja la industria año tras año. En lo que respecta a 2021, el sector ha facturado 1.795 millones de euros, lo que supone un 2,75% más que en el año de la pandemia, 2020.

Además, se aprecia un dato llamativo que corrige la tendencia de lo virtual sobre lo físico. Y es que, mientras las ventas en tiendas físicas aumentaron sus ingresos hasta un 11,64% el año pasado respecto a su ejercicio anterior (generando 882 millones

de euros), el mercado en el espacio virtual se redujo un 4,59%, aunque aún sigue facturando más y aglutinó hasta 913 millones de euros. Si se hace la comparativa en términos porcentuales, ambos mercados se acercan a la paridad: un 50,8% corresponde al virtual, mientras que un 49,2% se genera en el físico.

Los ingresos suben en hardware (como videoconsolas o PC) hasta alcanzar los 353 millones de euros en 2021 en nuestro país y creciendo un 11,7% respecto a 2020. Lo mismo pasa en software (videojuegos o aplicaciones), cuyo volumen roza los 400

millones (397 millones de euros), en comparación con los 324 millones de 2020. Los resultados no son tan buenos en la venta de accesorios: los ingresos se reducen un 12%, pasando a ser de 132 millones de euros respecto a los 150 que se obtuvieron en el ejercicio anterior.

Y es que, aunque en términos generales se ha facturado más en el sector, en lo referido a la venta por unidades las cifras caen. En cuanto a videojuegos, se vendieron en España el año pasado 6,9 millones de copias, lo que supone un 17,8% menos que el ejercicio precedente. En este sentido,

EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS* 2020-2021

Millones de euros



*ventas en tiendas físicas.

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

destaca que la inmensa mayoría fueron de videoconsola (6,8 millones) y una ínfima cantidad de ordenador (71.743 unidades). También fue menor la venta de videoconsolas (-3,3%), superando apenas el millón de unidades (1.017.642). Pero donde más se notó esa caída fue en las ventas relativas a accesorios y juguetes híbridos (-19,2%), hasta ser en torno a 3,4 millones de unidades.

Sea como fuere, los ya más de 18 millones de usuarios que juegan a videojuegos en España (un hito para la Asociación Española de Videojuegos, AEVI) acudieron en 2021 en la mayoría de casos (54%) a sus tiendas de especialistas en videojuegos para adquirir algún producto relacionado. Mientras que otros jugadores optaron por

cadenas (16%), grupos de compra (15%), grandes superficies generalistas (14%) y otros espacios físicos (1%).

Mayor presencia femenina

Otra gran noticia para el sector es que está dejando atrás la imagen de mundo tradicionalmente dominado por hombres. En 2021, del total de usuarios de videojuegos, hasta 8,6 millones fueron mujeres (un 48% del total), mientras que los otros 9,5 millones fueron hombres.

De entre otras lecturas, queda claro que al sector le queda mucha cuerda por delante. Los jugadores más activos están en una franja de entre los 6 y los 24 años. Así, el 76% de los jugadores de entre 6 y 10

años juega a videojuegos; es el 78% en los adolescentes de entre 11 y 14 años; y alcanza al 74% de los jóvenes de entre 15 y 24 años. La brecha entre esta última franja de edad y la siguiente es notable: baja hasta el 60% el número de usuarios de 25 a 34 años; y se reduce de manera abismal hasta el 39% en las personas de entre 35 y 44 años. Por último, es destacable que tres de cada diez personas (32%) de entre 45 y 64 años juegue a videojuegos o haya jugado en algún momento.

Y cuando se ponen delante de la pantalla, juegan sobre todo en videoconsolas. Para los jóvenes de 11 a 14 años es el soporte preferido (el 70% juega en ellas); como también lo son tablets (45%), y smartphones (62%). En el caso del PC se aprecia un hábito cercano al de los usuarios de entre 15 y 24 años (un 38% frente a un 34%).

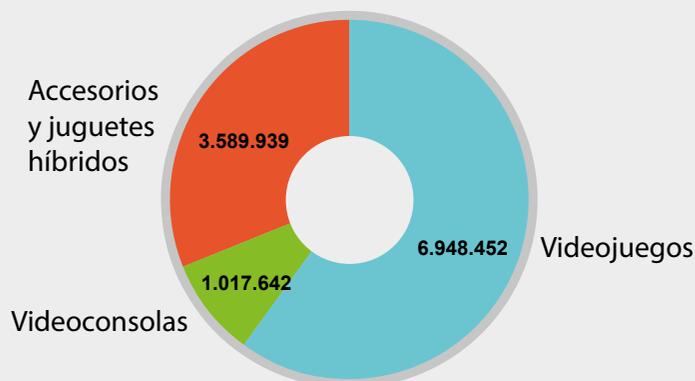
Un público muy fiel

España es el cuarto país de Europa en el que más tiempo pasan los usuarios jugando a videojuegos, alcanzando las 8,1 horas semanales. El mismo tiempo permanecen los jugadores franceses, y en cambio es media hora menos de la que se pasan los italianos (8,6 horas); una hora menor que la que están los usuarios alemanes (9,2 horas) y aún está muy lejos de las 10,6 horas semanales que dedican los jugadores británicos a videojuegos.

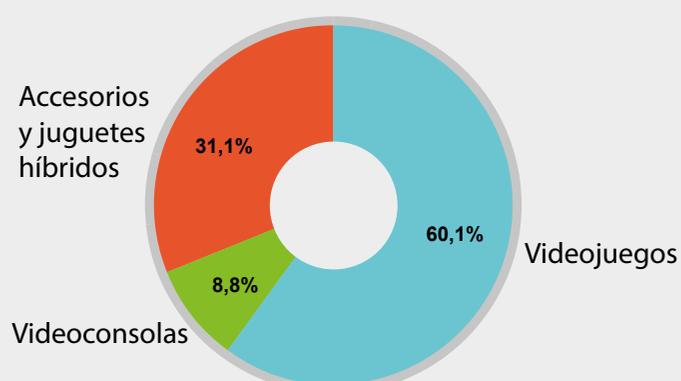
Además, el 77,8% de los jugadores españoles (14 millones de personas) reconoce jugar todas las semanas, mientras que un 16% lo hace todos los meses, y 1,12 mi-

Ventas por segmento de negocio 2021

Unidades

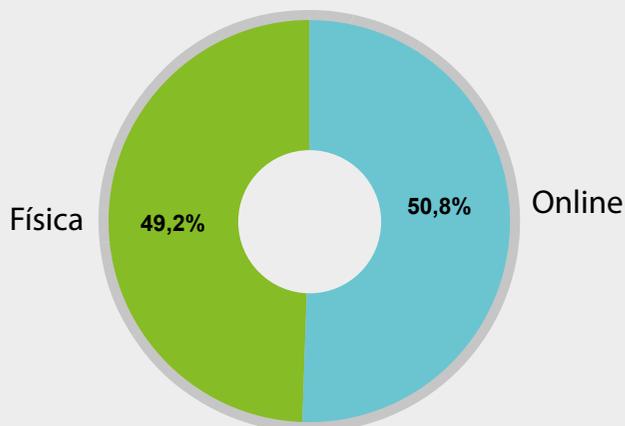


Cuota



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

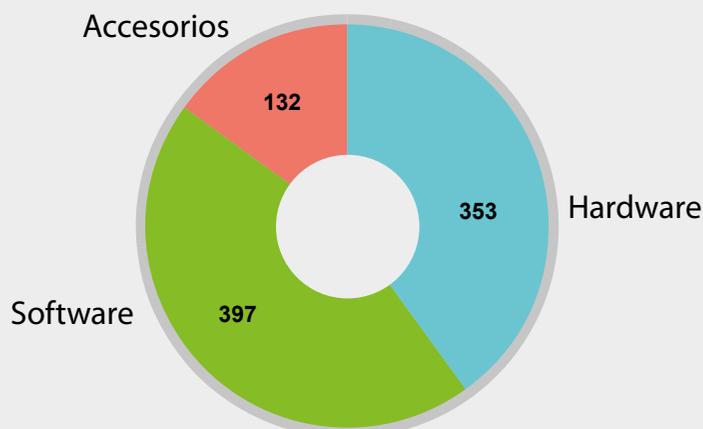
Facturación por plataformas 2021



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Facturación por productos 2021

Millones de euros



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

lones de usuarios (6,2%) juega con menor frecuencia.

En cuanto a soporte preferido, los dispositivos más usados para jugar a videojuegos fueron en 2021 las consolas (27% del total); los smartphones (27%, de los cuales el 25% en Android y el 11% en iOS); PC (22%); tablets (12%); consolas portátiles (9%) y otros sistemas de entretenimiento (3%).

Juegos de acción y la mítica saga 'FIFA', los favoritos

Por géneros, los cinco tipos de videojuegos más vendidos en España en 2021 fueron los de Acción (2,3 millones de unidades); seguidos de los de Deportes (un millón); Rol (874.010); Aventura (853.837), y Carreras (495.798). A estos les siguen otros géneros como los FPS, la Estrategia, los Familiares, los Casuales y Otros.

En concreto, los videojuegos más vendidos en 2021 fueron el mítico título de la saga de fútbol de EA Sports, FIFA 22. Le siguen Grand Theft Auto V; Super Mario 3D World + Bowser's Fury; Animal Crossing: New Horizons; FIFA 21; Minecraft: Nintendo Switch Edition; Mario Kart 8 Deluxe; Pokemon Brilliant Diamond; Spiderman: Miles Morales y Just Dance 2022, según los datos ofrecidos en el último Anuario de los Videojuegos 2021 de la AEVI.

Esports: un mercado que no para de crecer

La propia asociación cifra en hasta un 26% el incremento de ingresos en el mercado de

Aunque en términos generales se ha facturado más en el sector, en lo referido a la venta por unidades las cifras caen

Mercado de videojuegos por género. Unidades vendidas

Acción	2.348.882
Deporte	1.060.628
Rol	874.010
Aventura	853.837
Carreras	495.798
FPS	420.295
Estrategia	382.101
Familiares	377.603
Casuales	63.099
Otros	53.671

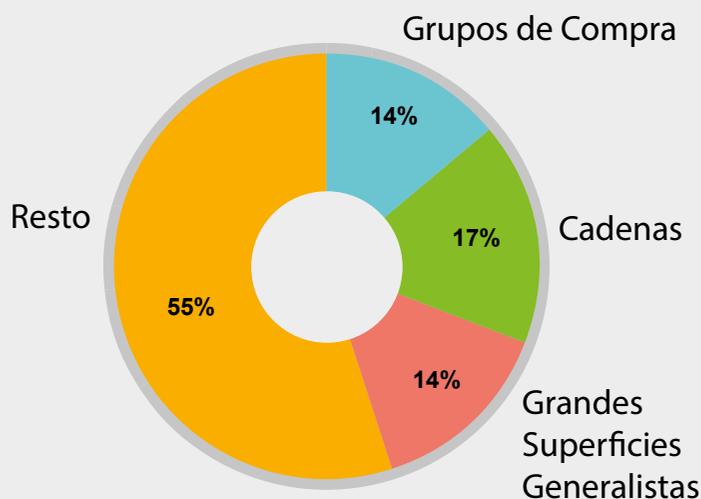
Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Videojuegos más vendidos. Todos los formatos

FIFA 22
Grand Theft Auto V
Super Mario 3D World + Bowser's Fury
Animal Crossing: New Horizons
FIFA 21
Minecraft: Nintendo Switch Edition
Mario Kart 8 Deluxe
Pokemon Brilliant Diamond
Spider-man: Miles Morales
Just Dance 2022
Ring Fit Adventure
Assassin's Creed Valhalla
NBA 2K21
Just Dance 2021
Pokemon Shining Pearl

Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket

Cuota de mercado por canales 2021



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

a los confinamientos por la pandemia de coronavirus. En nuestro país, esta caída en picado fue todavía si cabe más acusada. Pero el año pasado marcó un cambio de tendencia que fue posible gracias a los ingresos por el retorno de los eventos presenciales, la aparición de nuevas 'properties' y un repunte en el volumen del patrocinio y la publicidad.

En cuanto a empleos, 2020 se caracterizó por alcanzar las 800 personas trabajando en el sector de los esports. En 2021, la cifra se ha mantenido casi igual, con una ligera subida hasta los 820 puestos de trabajo. Este crecimiento se debió a un pequeño aumento de las plantillas de los organizadores de los torneos, mientras que en las plantillas de los equipos se registró una ligera caída. Aun así, los equipos componen la mayor parte de empleos, con un total de 577 puestos.

Tanto a nivel interno como externo, este mercado está al alza. Las competiciones de jugadores de videojuegos congregaron a entorno 234 millones de aficionados a nivel mundial. Mientras que, en España, el interés por estos torneos no para de crecer y el nivel de penetración de los esports es del 49%, sumando a todos los tipos de consumidores, lo que convierte a nuestro país en uno de los tres con mayor penetración de este tipo de deportes a nivel europeo.

Apoyo gubernamental

Por otra parte, no pasa desapercibido para los poderes públicos el potencial del sector. El videojuego contará con más presencia que nunca en los Presupuestos Generales del Estado para 2022. De hecho, es la primera ocasión en la que habrá partidas específicas para este nicho de mercado.

Además, se siguen impulsando programas formativos para preparar a nuevos profesionales. Según la AEVI, hay más de 90 grados y posgrados relacionados con los videojuegos en universidades públicas y privadas de toda España. En el territorio nacional ya se han instalado grandes publishers de videojuegos internacionales, grandes compañías tecnológicas, equipos de esports y célebres competiciones de estos deportes electrónicos.

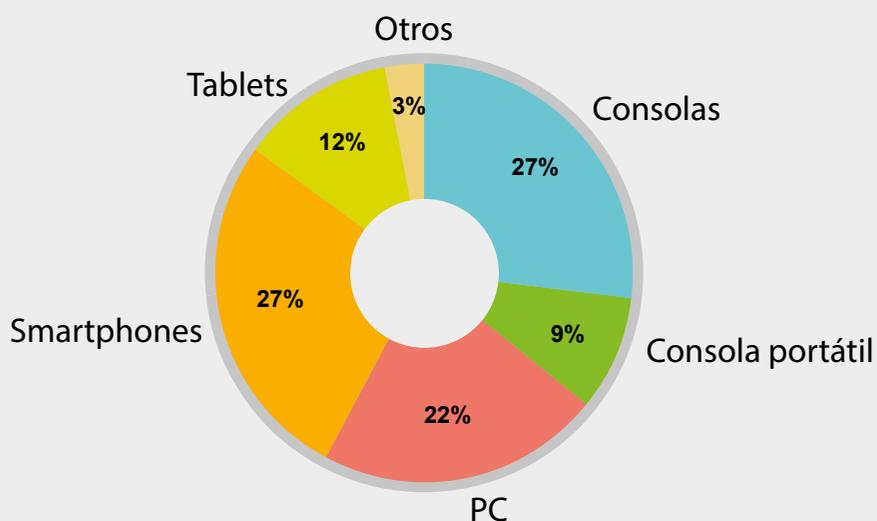
Sin olvidar que grandes empresas internacionales se fijan en España para desarrollar sus productos y los estudios indies se podrán apoyar en las ayudas estatales o autonómicas para materializar cada vez más proyectos que conviertan a nuestro país en una referencia mundial en cuanto a videojuegos. ■

El videojuego contará con más presencia que nunca en los Presupuestos Generales del Estado para 2022

los deportes electrónicos en España. En términos totales, hasta 34 millones de euros en ingresos, alcanzando hasta un 49% de penetración del sector y empleando hasta a 820 trabajadores, de los cuales 577 son profesionales y 240 son jugadores profesionales de deportes electrónicos.

A nivel mundial, 2021 se postuló como el primer año en el que los esports superarían la barrera de los mil millones de euros de facturación tras el batacazo de 2020 debido

Dispositivos más usados



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket