

El sector del videojuego español mira de tú a tú a las grandes potencias europeas



En términos generales, en 2022 crece la facturación del sector un 12% hasta superar los 2.000 millones de euros, cifra cercana ya a los volúmenes que manejan industrias como la francesa o la británica. Uno de los principales desafíos está, ahora, en potenciar la formación y empleabilidad de unos jóvenes cada vez más interesados en trabajar en videojuegos.

El sector del videojuego en España volvió a batir un nuevo récord en 2022 al superar la barrera de los 2.000 millones de euros de facturación (2.012 millones), tras crecer un 12% con respecto al año anterior. Es la primera vez que bate esa cifra, que sitúa a nuestro país cerca de las que ya se manejan en otras potencias europeas, como Francia o el Reino Unido, según se recoge en el informe *La industria del videojuego en España en 2022*, de la Asociación Española del Videojuego (AEVI). "Hoy día no existe ninguna duda sobre la importancia económica del sector y su consolidación como generador de riqueza

y de empleo de calidad, sobre todo entre los jóvenes, en España", escribe **José María Moreno**, director general de AEVI, en la introducción de este documento.

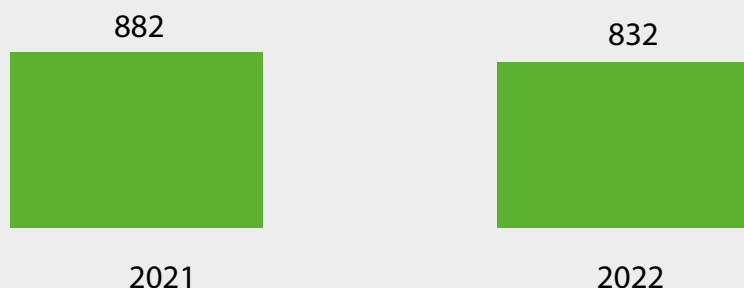
Este incremento en las ventas se ha visto especialmente espoleado por la parte online, que creció un 29,24% con respecto al año anterior y se situó en los 1.180 millones de euros. Ya genera uno de cada dos euros que ingresa el sector. Las plataformas online generaron en este ámbito un rédito muy destacado, pasando de 379 a 581 millones de euros, seguidas por las ventas de aplicaciones (de 457 a 503 millones) y las suscripciones de servicios multiplayer (de 77 a 96 millones).

Por su parte, la facturación por ventas físicas se redujo en un 5,67% hasta los 832 millones de euros. En esta categoría, se reducen las ventas de hardware (de 353 en 2021 a 314 en 2022), se mantienen las de software en 397 millones y, también, caen las de accesorios de 132 a 121 millones.

El número de videojuegos vendidos, algo más de siete millones de títulos, ha experimentado un crecimiento del 2%. La mayoría de ellos destinados a videoconsolas (7,01 millones de unidades) y el resto, para PC (81.326 títulos). Los géneros preferidos por los jugadores fueron los de acción (1,7 millones de unidades), seguidos de los de rol (1,4 millones), los de

Mercado español de videojuegos* · 2021-2022

Millones de euros



*ventas en tiendas físicas
Fuente: Consultoras

deportes (1,1 millones) y, a más distancia, los de aventuras (731.463) y carreras (535.301). Estos géneros se mantienen por encima del medio millón de euros unidades vendidas.

De entre los títulos más exitosos está la mítica saga de fútbol FIFA 23, el más vendido en 2022 en nuestro país. Tres juegos de Nintendo se cuelan además en el top 5 (Pokemon Legends: Arceus; Nintendo Switch Sports y Pokemon Violet) a los que completa el pionero del género Hack 'n' Slash, God of War Ragnarök. Mientras que los cuatro primeros se mantuvieron como

los más vendidos, llama la atención que la anterior edición del juego de deportes, FIFA 22, fue el quinto más vendido el año pasado. Donde se reducen ligeramente las ventas de unidades en el sector es en consolas, que bajaron del millón de máquinas adquiridas hasta quedarse en 841.944. Y en cuanto a accesorios y juguetes híbridos, consiguieron mantenerse por encima de los tres millones de unidades vendidas, pero cayeron igualmente desde las 3,5 a 3,1 millones.

En cuanto a otros ámbitos con cada vez más relevancia en el sector están los e-sports. Los ingresos que generaron los deportes

electrónicos en España en 2022 fueron por un total de 34 millones de euros. Tuvieron una penetración dentro del sector del 49%; emplearon a 820 trabajadores, a 577 profesionales y a 240 jugadores profesionales.

Uno de cada tres juega

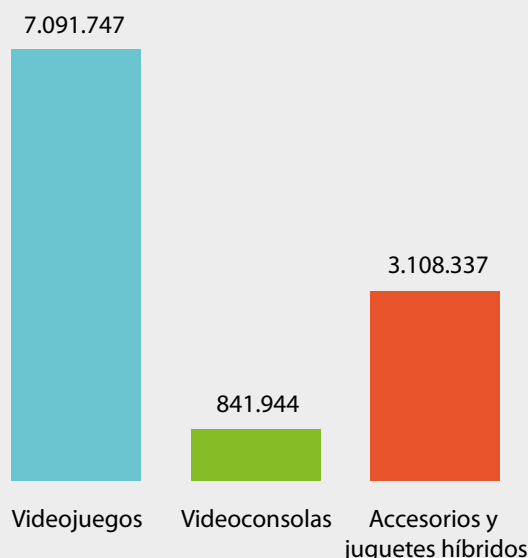
La importancia social del mundo de los videojuegos queda reflejada de igual manera en la población que juega a ellos como forma de ocio: según este informe había, en 2022, 18,2 millones de españoles que los usaban en alguno de los soportes en los que están disponibles (consolas, ordenadores, smartphones, tabletas...) Supone un pequeño incremento respecto a 2021. Por sexos, el 52% de los jugadores son hombres (más de 9,5 millones) por el 48% de mujeres (unos 8,5 millones). Como indica Moreno, "es una de las opciones de entretenimiento preferidas por los españoles", situándose por encima del cine o las series.

En cuanto al perfil del jugador, es eminentemente menor de edad: el 84% de los jóvenes de entre 11 y 14 años reconoce jugar a videojuegos; por el 79% de niños entre 6 y 11 años; el 71% entre los 15 y los 24 años; más de la mitad (60%) entre 25 y 34 años también reconocen ser jugadores; y ya por debajo están los adultos de entre 35 y 44 años (42%), y un 31% de personas entre 45 y 64 años.

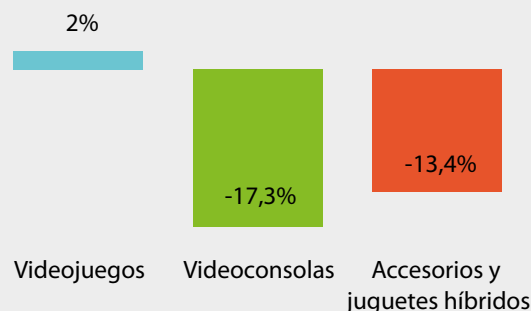
Por sexos, entre los 6 y los 14 años la distribución de jugadores es idéntica (5% de los 6 a los 11 años y 4% de los 11 a los 14); y

Ventas por segmento de negocio · 2022

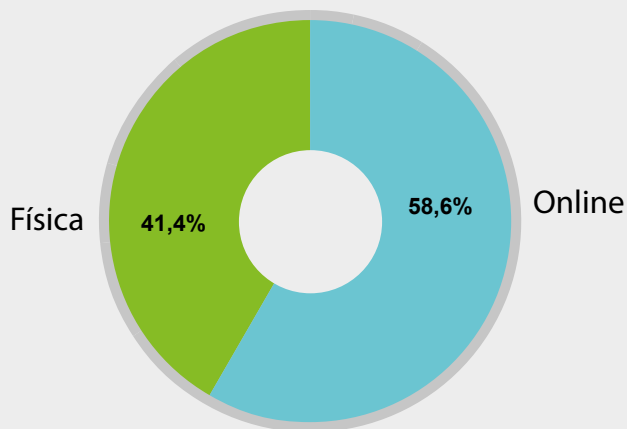
Unidades



Variación (%)



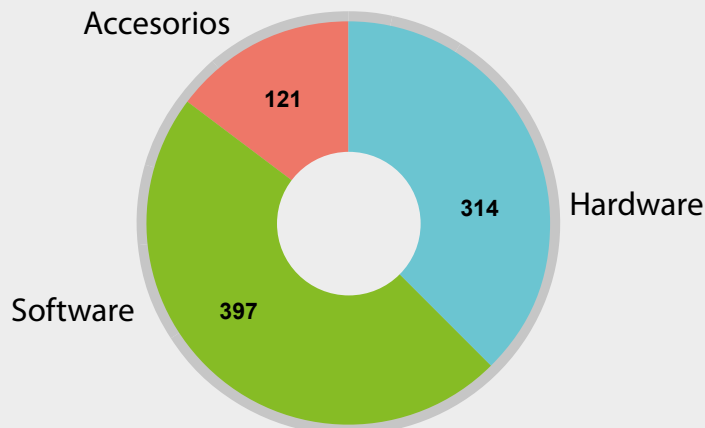
Fuente: AEVI

Facturación por plataformas · 2022

Fuente: AEVI

Facturación por productos · 2022

Millones de euros



Fuente: AEVI

donde más diferencias se aprecian es entre los 25 y los 34 años (11% de mujeres por un 13% de hombres).

Además, los españoles dedicaron en 2022 una media semanal de 7,42 horas a jugar a videojuegos. Es un 8% menos respecto al año anterior, una caída apreciada sobre todo en mujeres (39%) mientras que ese hábito ha aumentado entre hombres (61%). Nuestro país está por debajo de otros vecinos europeos como Alemania (10,2 horas); Reino Unido (9,6); Francia (7,9) e Italia (7,5).

Una industria estratégica

Desde el propio Gobierno han asumido que este sector cada vez adquiere una mayor relevancia, y así queda reflejado en los distintos programas de ayudas lanzados en estos últimos años: la Secretaría de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital lanzó una convocatoria por valor de 3,8 millones de euros repartidos en 22 proyectos centrados en producir contenidos inmersivos e interactivos dentro de las industrias de la producción audiovisual y los videojuegos y con especial énfasis en la integración de las mujeres.

En paralelo, el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) lanzó el año pasado otra convocatoria con un presupuesto de 30 millones de euros que van a financiar un total de 94 proyectos de pymes y para su aplicación en los ámbitos audiovisual y de videojuegos.

En España hay un total de 618 estudios con un media de 10 empleados por estudio (un total de 6187 profesionales), según la base de datos de videojuegos DEVUEGO a la que se hace referencia en el propio informe. Cataluña y la Comunidad de Madrid engloban más del 50% de todos ellos (4.296 empleados).

Unidades vendidas por género

Acción	1.786.554
Rol	1.449.099
Deporte	1.114.501
Aventura	731.463
Carreras	535.301
FPS	457.860
Estrategia	407.628
Familiares	280.313
Otros	69.589
Casuales	38.253
Arcade	1.170

Una salida profesional real

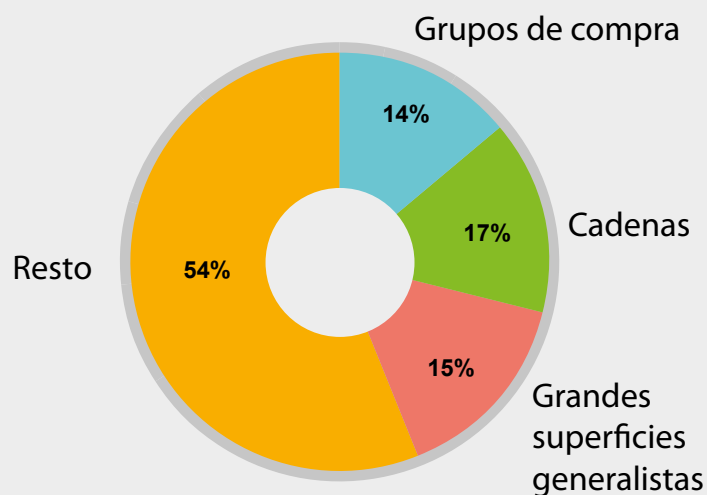
Además, según un reciente estudio de Pc-Componentes, el sector de los videojuegos es una de las opciones más valoradas por la Generación Z: más del 80% se formaría para dedicarse al *gaming*, pasando de ser solamente un espacio de entretenimiento

Videojuegos más vendidos 2022

FIFA 23
Pokemon Legends: Arceus
Nintendo Switch Sports
Pokemon Violet
FIFA 22
God of War Ragnarök
Pokemon Scarlet
Mario Kart 8 Deluxe
Elden Ring
Gran Turismo 7

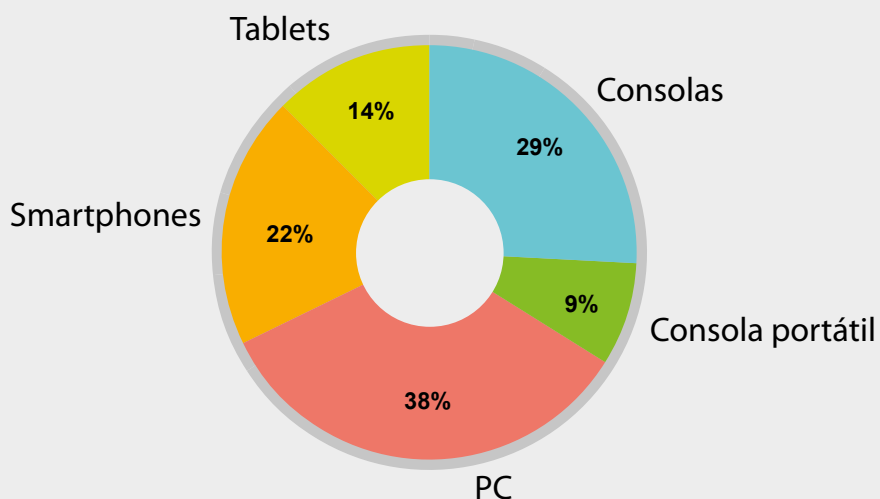
Fuente: AEVI

Cuota de mercado por canales · 2022



Fuente: Consultoras

Dispositivos más usados



Fuente: AEVI

para pasar a ser un itinerario formativo y laboral. Como señala **Alicia Vicente**, *Brand & Communications Manager de PC-Componentes*, se convierte en "una salida profesional que seduce a los más jóvenes". En detalle, el estudio realizado por este marketplace estima que los jóvenes entre 18 y 22 años apuntan al máster (45,97%) y al grado universitario (32,84%) como los formatos de estudio que elegirían para formarse con el objetivo de trabajar en este sector.

Dentro de las múltiples opciones que ofrece la industria para desarrollar las vocaciones de los jóvenes que están a punto de acceder al mercado laboral, destacan el encontrar un puesto dentro de alguna faceta de las que requiere este sector para el 39% de los jóvenes de la Generación Z encuestados en la *III Radiografía del Gaming en España*. Mientras, para otro 34% es más atractiva la salida profesional enfocada en la creación de contenidos. En cualquier caso, son posibles futuros más demandados que otros tradicionalmente aspiracionales como la sanidad (17%), el deporte profesional (16%), las disciplinas científicas (14%) o el profesorado (8%). ¿Por qué prefieren estas nuevas vocaciones? Según manifiestan en sus respuestas, les atrae en especial el teletrabajo (56%), la flexibilidad (54%) y la alta remuneración (34%). Algo que también destacan es el convencimiento de que este sector no discrimina por edad, como así lo afirma el 42% de los encuestados.

Para aquellos que tienen claro desarrollar una carrera como jugador profesional de videojuegos, las principales motivaciones son entretener a millones de personas con los contenidos generados (34%) y ser parte del desarrollo de un gran videojuego (36%). ■

