

# Una industria sin edad: los videojuegos ya son parte de la vida adulta en España



**El ‘gaming’ se ha consolidado como una actividad con impacto real en el desarrollo personal. De hecho, uno de cada cuatro jugadores lo considera un estímulo intelectual que pone a prueba su destreza y su agilidad mental. A medida que el mercado online crece y los esports ganan terreno, el sector revela una madurez imparable que lo sitúa en el centro de la cultura digital contemporánea.**

**E**n 2024, la industria del videojuego en España alcanzó una facturación de 2.408 millones de euros, consolidándose como el tercer mayor mercado europeo, según el anuario *La industria del videojuego en España en 2024*, de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), en el que se reflejan los datos de consumo y facturación de este mercado en nuestro país. Además, señala un incremento interanual del 3 %, ya que da empleo a más de 11.000 personas de forma directa, y miles más de forma indirecta, acogiendo a agentes de sectores culturales como la música, el diseño o la arquitectura. Y no solo eso. Los videojuegos se integran como

herramientas educativas con capacidad para crear entornos colaborativos e inmersivos. De tal manera que los videojuegos ya forman parte del paisaje cotidiano de los hogares, no solo por su idiosincrasia de elemento de entretenimiento, sino por su influencia en las aulas, en las bibliotecas o en los espacios de creación, al convertirse en catalizadores de las nuevas formas de aprender y relacionarse. Dicha facturación revela un crecimiento del 3 % respecto a 2023, debido, sobre todo, al incremento del porcentaje de ventas online (un 19,75 % con respecto a 2023). Esta subida notable del mercado online alcanzó un total de 1.558 millones de euros frente a los 1.301

millones de 2023, de los que 102 millones corresponden a suscripciones a servicios multijugador (+22,5 % frente al año anterior), 867 millones al consumo en plataformas online (+17,42 %) y 589 millones a *apps* (+14,09%). Por su parte, el mercado físico ha descendido hasta los 850 millones de euros, lo que supone un -18,11 %. Según los expertos, las causas son varias: la bajada del consumo de *hardware* un -22,12 %, es decir, 361 millones de euros frente a los 460 millones alcanzados en 2023, junto con el decrecimiento de la venta de software de un -25,15 %, con 334 millones de euros este 2024 frente los 418 millones de euros logrados en 2023. Asimismo, la venta de

## MERCADO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS\* 2023-2024

Millones de euros



\*ventas en tiendas físicas  
Fuente: AEVI

accesorios ha experimentado un leve descenso del -2,58 %, quedándose en 155 millones frente a los 159 millones del 2023. Concretamente, a lo largo de 2024, se vendieron 5,4 millones de unidades de videojuegos, 900.000 videoconsolas y 3,01 millones de accesorios. Aun así, el número de personas que juegan habitualmente a videojuegos ha crecido hasta superar los 22 millones de usuarios y, por primera vez, en esta comunidad, el número de mujeres (50,45 %) que juegan supera al de hombres (49,55 %). Para **José María Moreno**, *director general de AEVI*, la situación de la industria y los datos de facturación del pasado ejercicio hacen pensar que *“el año 2024 el incremento fue más lento que años anteriores, aunque con cifras que nos indican que estamos ante una industria cada vez más establecida y amplia, con más jugadores y de distintas edades”*.

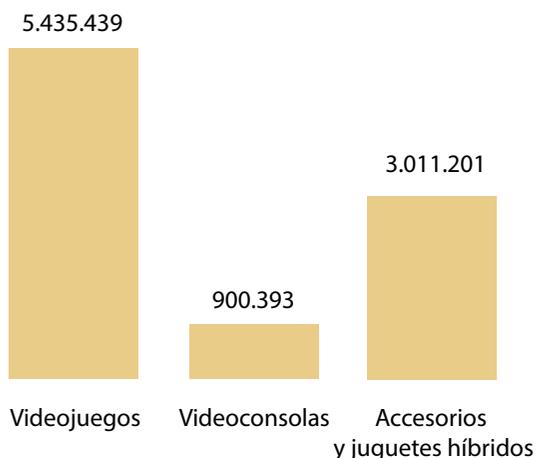
Porque la media de edad del usuario de videojuegos está cambiando. Así lo refleja el estudio anual de PcComponentes titulado *V Radiografía del Gaming en España*, que analiza el papel que tienen en la sociedad actual el sector de los videojuegos. Los datos de este informe trazan un perfil de jugador que se aleja del estereotipo de adolescente aislado que juega durante horas, solo, a la vez que rompe mitos generacionales: seis de cada diez jugadores superan los 35 años y siete de cada diez afirma que continuará jugando en la próxima década. Tan solo hay que echar un vistazo a los datos del informe de la AEVI sobre el perfil jugadores en España, según la distribución por edad. El 12 % de las mujeres y el 8 % de los hombres en la franja de 45-64 años son usuarios de videojuegos, así como el 9 % de mujeres y el 11 % de hombres entre los 35 y los 44 años. Por su parte, entre los 15 y los 34 años, el perfil es muy similar: 10-11 % de hombres y mujeres, lo que nos lleva a pensar que los videojuegos no son solo cosa de niños. Al contrario, los jugadores se distribuyen equitativamente en casi todas las franjas de edad, reflejando una diversidad generacional. Así, el 84 % de los niños de entre 6 y 10 años juega a videojuegos; porcentaje que se incrementa hasta el 91 % en menores de 11-14 años y hasta el 96 % en jóvenes de 15-24 años. La cifra decrece, aunque no es nada desdeñable, entre los adultos de 25-34 años (89 % juega a videojuegos), de 35-44 años (66 %) y de 45 a 64 años (el 31 %).

### Desconexión emocional

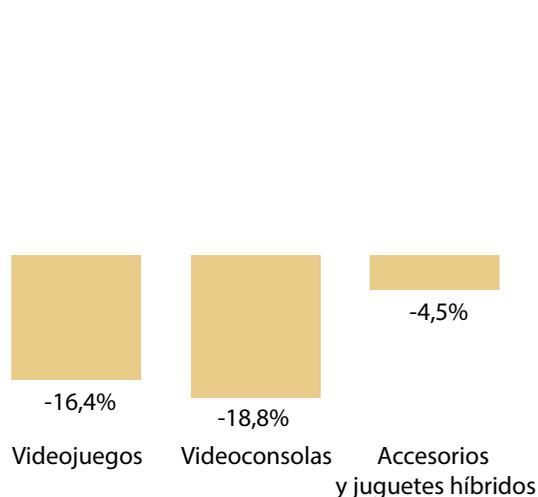
Por lo que respecta al tiempo medio semanal dedicado al *gaming* en nuestro país fue de 8,2 horas por semana, situándose por debajo de Alemania (con 11,53 horas) y Reino Unido (11,08 horas), distribuidas, según el dispositivo más utilizado, en smartphones (91 %), consolas (84 %), tabletas (66 %) y PCs (31 %), si bien el uso varía según la edad, siendo las consolas y smartphones los dispositivos preferidos entre los más jóvenes, de entre 11 y 14 años (82 % y 75 %, respectivamente). A la vez, se subraya que el 74 % de los usuarios juega todas las semanas,

## VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO · 2024

Unidades



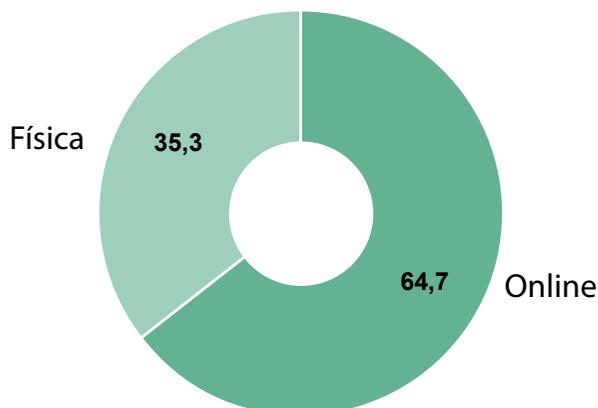
Variación



Fuente: AEVI

FACTURACIÓN POR PLATAFORMAS · 2024

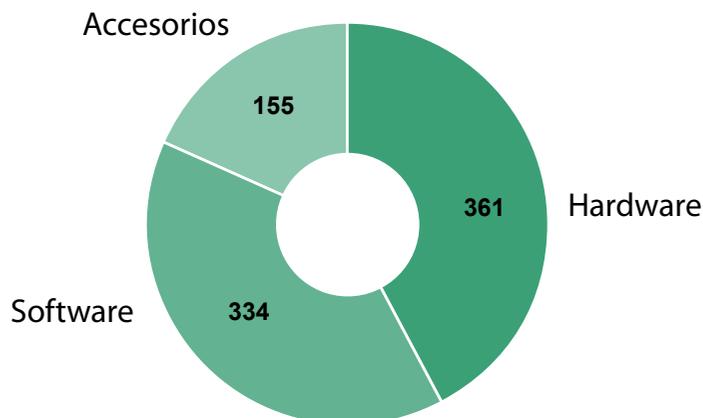
%



Fuente: AEVI

FACTURACIÓN POR PRODUCTOS · 2024

Millones de euros



Fuente: AEVI

es decir, 16,3 millones de jugadores, de los cuales el 60 % son hombres y el 40 % mujeres. Con una periodicidad mensual existen en nuestro país un total de 19,95 millones de jugadores, de los que el 51 % son hombres y el 49 % mujeres, mientras que aquellos que juegan a videojuegos de manera esporádica suponen los dos millones (35 % hombres vs 65 % mujeres).

Con ello, lejos de ser un pasatiempo, los videojuegos se consolidan, cada vez más, como la forma de ocio preferida para el 80,5 % de los

gamers, superando en más de nueve puntos la cifra registrada el año anterior, según datos de la *V Radiografía del Gaming en España*. Por lo que, para muchos, el juego se ha convertido en una herramienta de desconexión emocional, pues el 47 % de los entrevistados afirma que recurre a ellos como vía de escape frente al estrés diario.

Y no solo como desconexión. En la actualidad, los y las jugadoras de videojuegos en España son personas adultas en activo, con responsabilidades y vida social, que dedican, la mayoría de ellos, entre una y dos horas

de media al día a jugar. Asimismo, según el estudio de PcComponentes, el 79 % de las personas que juegan tiene más de 35 años y el 81 % trabaja, lo que confirma el arraigo de los videojuegos en la rutina de quienes compatibilizan su afición con la vida laboral. “Durante los 20 años que llevamos acompañando y escuchando a los jugadores de videojuegos de nuestro país hemos vivido cómo el ‘gaming’ se ha integrado de forma natural en la vida adulta. Cada vez son más los jugadores que compaginan esta afición con sus responsabilidades personales y profesionales”, destaca **Eugenio Pérez**, responsable de marca y PR de PcComponentes. Unos datos que vienen a confirmar que el mercado del videojuego en nuestro país muestra un crecimiento consolidado, con un aumento de ingresos, de número de jugadores y de diversidad de dispositivos. A lo que se suma que el gobierno español ha destinado cinco millones de euros en ayudas al desarrollo de videojuegos este 2025, impulsando 35 nuevos proyectos.

Una evolución que refleja el papel creciente del gaming como motor cultural y económico en el país. Datos que se reflejan, también, en la facturación por plataformas: en el año 2024, el online supuso el 64,7 %, mientras que la física alcanzó el 35,5 %.

En cuanto a productos, el hardware encabezó el listado de los más vendidos, con un total de 361 millones de euros, seguidos del software, con 334 millones de euros, y en tercer lugar, pero lejos de los anteriores, los accesorios, que apenas superaron los 150 millones de euros (155).

VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS 2024

EA Sports FC 25
EA Sports FC 24
Grand Theft Auto V
Hogwarts Legacy
Red Dead Redemption 2
Call of Duty: Black OPS 6
Dragon Ball: Sparking! Zero
The Crew 2
Mario Kart 8 Deluxe
Super Mario Bros. Wonder

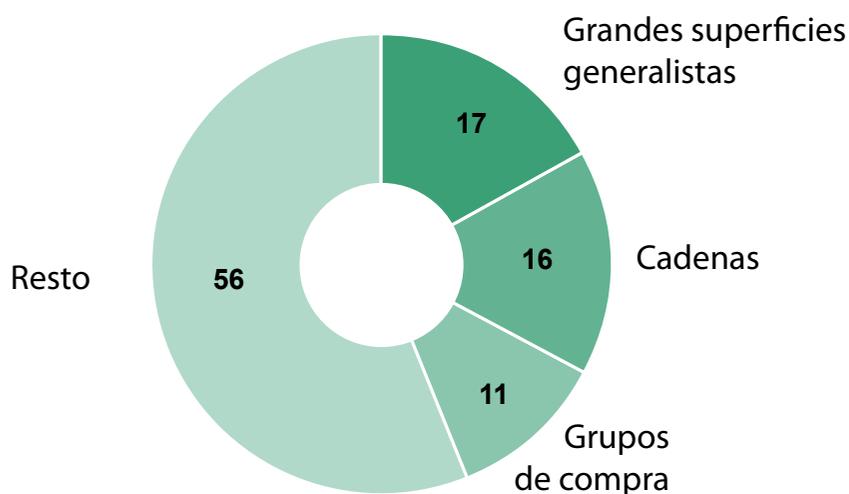
UNIDADES VENDIDAS POR GÉNERO

Acción	1.523.749
Deportes	986.552
Aventura	963.300
Rol	652.459
Familiares	230.798
Estrategia	237.381
Shooters	207.700
Lucha	160.777
Otros	517.759

Fuente: AEVI

## CUOTA DE MERCADO POR CANALES · 2024

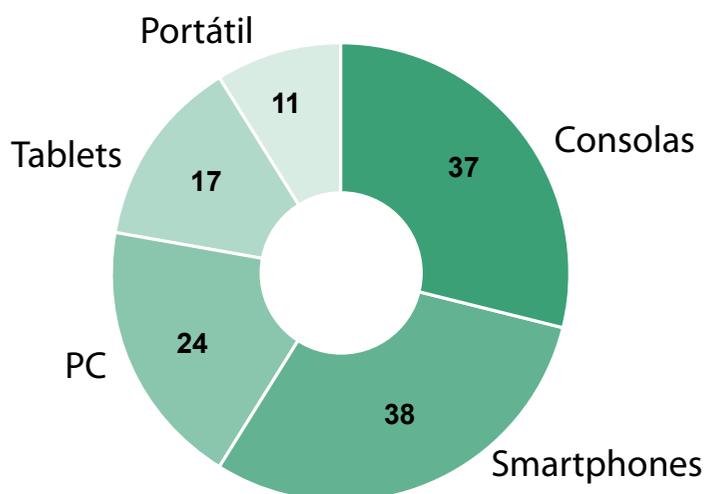
%



Fuente: Consultoras

## DISPOSITIVOS MÁS USADOS · 2024

%



Fuente: AEVI

de todos), mientras que las cadenas lograron un 16%. Por su parte, las grandes superficies generalistas se repartieron el 17% del pastel y, finalmente, con un mayor porcentaje el resto de canales, que tuvieron un 56% de cuota de mercado. Por último, atendiendo a las unidades vendidas por género, los juegos de acción lideran el listado como los más vendidos, con un total de 1.523.749 de unidades, seguidos de los juegos de deportes (986.552), aventura (963.300), rol (652.459), juegos destinados a toda la familia (230.798), de estrategia (237.381), *shooters* (207.700), lucha (160.777), y otros (517.759).

Pero como no solo de juegos físicos viven los jugadores, el informe *La industria del videojuego en España en 2024*, de la AEVI, también ha puesto de manifiesto la importancia que están cobrando, cada vez más en nuestro país, los denominados esports. De hecho, la asociación reúne a principales actores del sector de los esports en España, incorporando tanto a las editoriales de videojuegos como a los propietarios de plataformas de juego, así como a los principales organizadores de torneos españoles (entre los que se encuentran ESL, GGTech y LVP) y a los equipos profesionales más destacados mediante la asociación ACE. Según se desprende del anuario de AEVI, en 2024, el sector mostró una evolución positiva en múltiples frentes, como el económico, el de eventos destacados y resultados de equipos. Así, respecto a los ingresos, el informe *Entertainment and Media Outlook 2024-2028*, de PwC, proyectó para el sector de los esports en España ingresos de 45 millones de euros en 2024, cifra que representa un aumento de casi un 13% con respecto los 40 millones logrados en 2023. De todas formas, económicamente hablando, los esports continúan siendo un sector emergente, ya que representan el 1,9% de los ingresos totales de la industria de los videojuegos, si bien se prevé que dicho porcentaje aumente al 2,2% para el año 2028. Sobre todo, teniendo en cuenta que España fue sede de grandes eventos de esports. Por ejemplo, el pasado marzo, el Valorant Champions Tour: Madrid Masters batió récords de audiencia mundial, así como el Gamergy, también celebrado en Madrid, que supuso un récord al alcanzar los 73.000 visitantes. Toda una evolución que permite confiar en la próxima superación del "esports Winter" en España. ■

SEIS DE CADA DIEZ  
JUGADORES DE  
VIDEOJUEGOS SUPERA  
LOS 35 AÑOS

### Los esports siguen despegando

Al referirnos a las ventas por segmentos de negocio, cabe destacar cómo los videojuegos se aúpan al primer puesto, con un total de 5.435.439 unidades en 2024, si bien esta cifra supone un decrecimiento del -16,4%. Por lo que respecta a la cuota de mercado por canales, el año pasado se registraron los siguientes datos: los grupos de compra alcanzaron una cuota del 11% (la más baja