

Viento a favor para la industria del videojuego



Las consolas de nueva generación y las ventas online impulsan a la industria del videojuego y la posicionan como la primera de ocio audiovisual e interactivo en nuestro país

Aún no se encuentra en la senda del crecimiento pero las cifras cosechadas por la industria del videojuego en España distan, y mucho, de ser negativas. Todo lo contrario. Es cierto que la cifra de negocio de 2014 es algo inferior a la cosechada en 2013 pero detrás de ella se esconde una realidad; la venta online empieza a cobrar mucha fuerza en el sector.

2014 cerró su ejercicio con unas ventas de 755 millones de euros, un 1% menos que lo conseguido en 2013, año en que se alcanzaron los 762 millones de euros. Estos resultados engloban únicamente la venta física y no tienen en cuenta la venta

online. Si a esta cifra le sumamos la venta online, la situación cambia radicalmente y pasa del rojo al verde. El valor estimado de la venta online, según el medidor GameTrack de la Interactive Software Federation of Europe (ISFE), asciende a los 241 millones de euros. Sumando la venta física y la venta online, el sector alcanzaría los 996 millones de euros, una cifra muy superior a la alcanzada en el ejercicio del 2013 que se facturaron 932 millones de euros, 762 millones de euros en el canal físico y 170 millones de euros en el online. Así, el sector consigue estabilizar su nivel de ventas y pone fin a las caídas y se posiciona como la primera

industria de ocio audiovisual e interactivo en España.

La nueva generación impulsa las ventas

El 18 de noviembre de 2012 fue la fecha elegida por Nintendo para presentar su nueva consola, la Wii U. Una máquina con la que la compañía japonesa quería continuar con el éxito conseguido por su predecesora, Wii. Para ello Nintendo creó su primera consola capaz reproducir gráficos en alta definición hasta una resolución de 1080p e incluyó un revolucionario mando. El Wii U pad es un mando que incorpora una pantalla táctil que reproduce gráficos

en alta definición y permite que el usuario pueda seguir jugando con la consola incluso cuando el televisor está apagado, además es retrocompatible con los juegos de Wii, y soporta los periféricos de Wii. Vamos, una evolución de la exitosa Wii en toda regla.

Sus grandes competidores, Sony y Microsoft, no se quedaban atrás y poco tiempo después presentaban sus nuevas generaciones. A finales de 2013 PlayStation y Microsoft lanzaban sus nuevos buques insignia; la PlayStation 4 y la Xbox One. PlayStation 4 se presentaba con unas características impresionantes: procesador AMD de 8 núcleos bajo la arquitectura x86-64, 8 GB de memoria unificada GDDR5, una unidad de disco Blu-ray Disc más rápido,... Al igual que las características de la Xbox One de Microsoft, que cuenta con una GPU integrada basada en la tecnología de AMD y la equivalente a una HD 7790, 10 veces más potente que su Predecesora Xbox 360. Con este impresionante despliegue de características sólo faltaba una cosa: conseguir que los usuarios se atrevieran con la nueva generación y compraran las nuevas consolas. Y dicho y hecho, las ventas de hardware han experimentado un notable crecimiento desde que ha aparecido la nueva generación de consolas. En 2014 se vendieron 751.000 unidades lo que se traduce en una cifra de negocio de 243 millones de euros. Eso sí, las consolas portátiles no han corrido la misma suerte. El pasado año se vendieron 354.000 unidades, un 26,4% menos que en 2013, dejando su cifra de negocio en los 58 millones de euros.

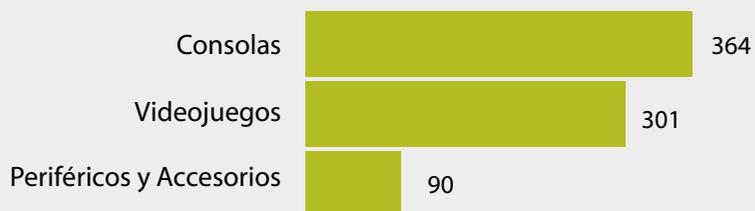
Mercado español de videojuegos 2013-2014

Millones de euros



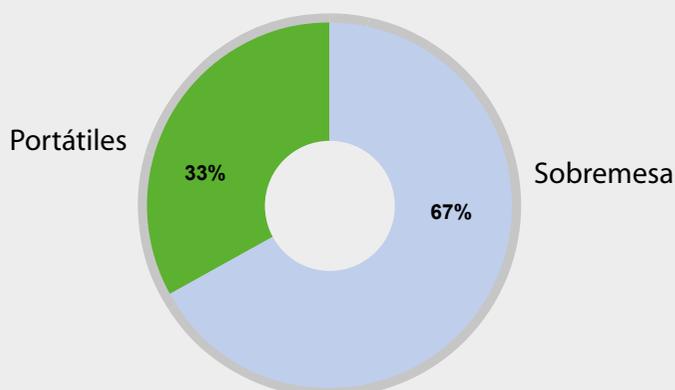
Facturación por productos 2014

Millones de euros



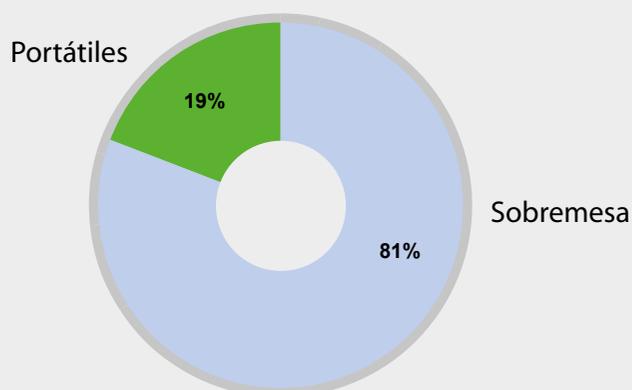
Consolas vendidas en España en 2014

Unidades



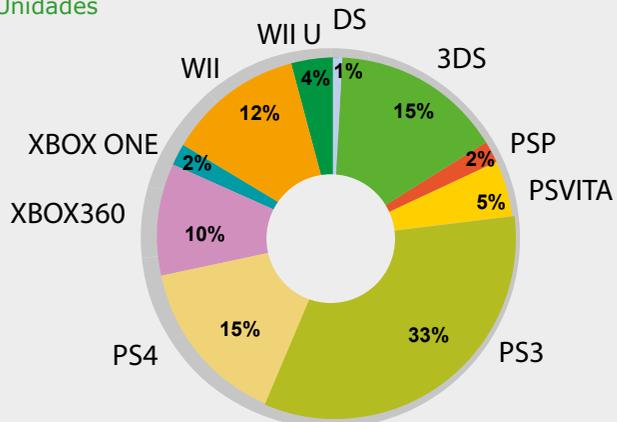
Consolas vendidas en España en 2014

Valor

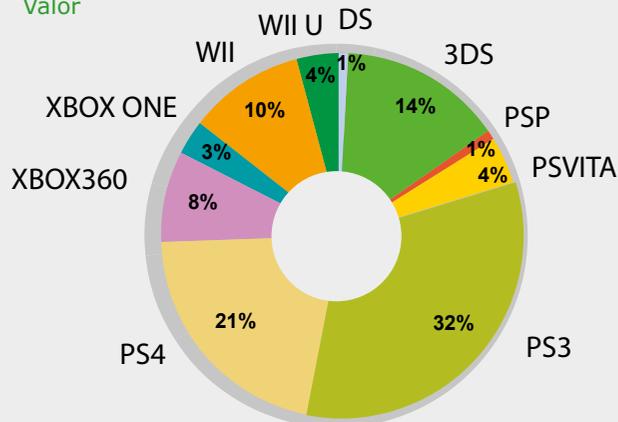


Distribución del mercado español de videojuegos para consola 2014

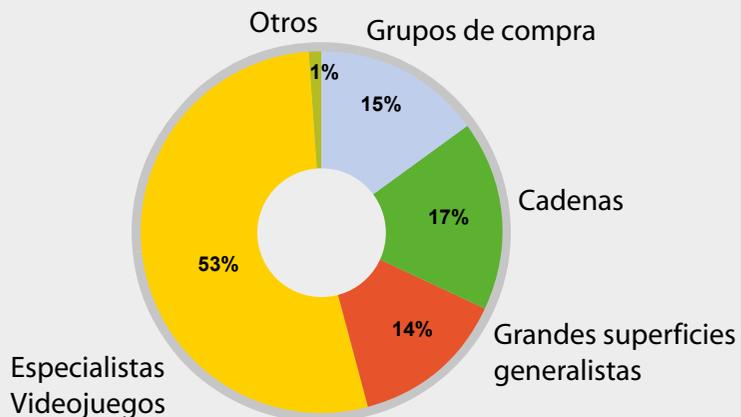
Unidades



Valor

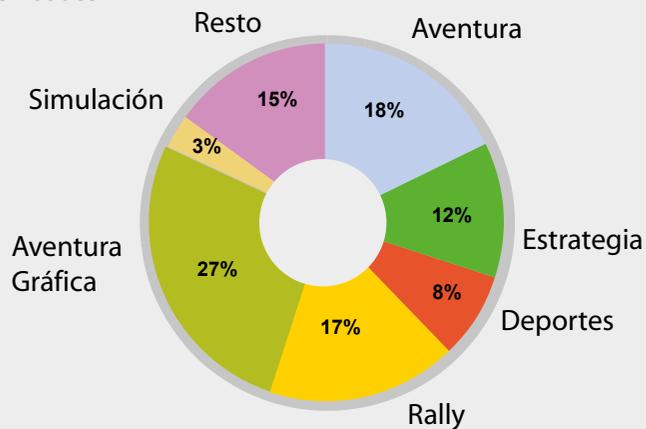


Cuota de mercado por canales 2014



Videojuegos tradicionales consola: ventas por subgénero 2014

Unidades



Ventas por segmento de negocio

	Unidades	Cuota
Software	9.825	7%
Hardware	1.105	64%
Periféricos y Accesorios	4.444	29%

España, un país 'jugón'

Las cifras lo demuestran, a los españoles les gustan los videojuegos y les gusta jugar. Según los datos de la ISFE, España se encuentra entre los cuatro de Europa con más jugadores y con mayor consumo en múltiples pantallas, solo superada por Francia, Alemania y Reino Unido. El país germano es el que posee mayor número de jugadores con 34 millones de jugadores. Francia por su parte, es el que posee una mayor penetración ya que los 31 millones de jugadores suponen en 62% del total de la población. Justo por encima de España se encuentra el Reino Unido, con 20 millones de jugadores, eso sí es el país en el que se invierten más horas a los videojuegos. Los ingleses emplean 8,3 horas semanales en los videojuegos. ISFE estima que el 40% de la población española, es decir 14 millones de per-

sonas, son usuarios de videojuegos, de los cuales el 24% juegan al menos una vez a la semana a algún videojuego. Los españoles destinamos una media de 5,7 horas semanales a jugar.

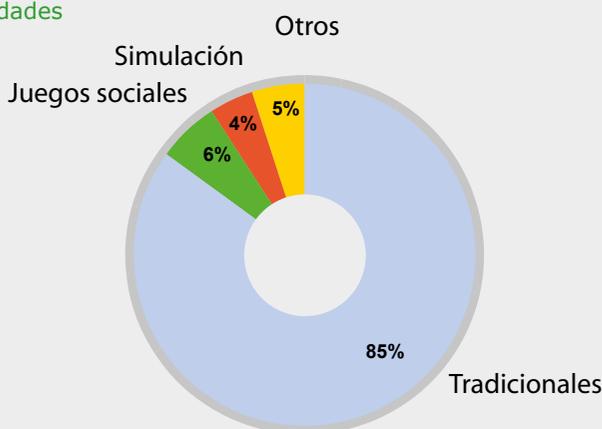
El perfil de jugador nacional sigue siendo el de varones de entre 6 y 64 años, aunque cada vez las mujeres representan una mayor parte del pastel. Según el informe Gametrack, el 47% de los jugadores españoles son mujeres. Por segmentos de edad, el 77% de los usuarios de entre 11 y 14 años juegan en cualquier formato y pantalla seguidos del 75% de los 6 a los 10 años, el 66% de los 15 a los 24, y el 48% de entre los 25 y 34 años. Los gamers menos asiduos a los videojuegos son los que tienen entre 35 y 44 años y los de entre 45 y 64 años. Por plataformas los españoles siguen prefiriendo los ordenadores, de hecho

Según el informe Gametrack, el 47% de los jugadores españoles son mujeres

tienen 8 millones de usuarios. Las consolas y los smartphones empatan en la segunda posición. Tanto las consolas como los teléfonos inteligentes aglutinan a 7 millones de jugadores. Las tablets y las consolas portátiles se quedan en la última posición siendo las plataformas elegidas por 4 millones de usuarios. ■

Videjuegos para consolas ventas por género 2014

Unidades



Videjuegos sociales consola: ventas por subgénero 2014

Unidades

Instrumentos musicales

