

El juego está servido



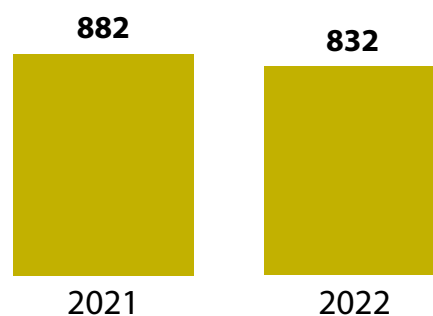
El mercado de los videojuegos pasa por varias etapas. Las ventas en tiendas físicas decaen por encima del 5% entre 2021 y 2022. Sin embargo, en las ventas por unidades esta categoría sale reforzada al producirse un incremento del 2% con respecto al año anterior. Los gamers buscan el confort y encuentran en los ordenadores de sobremesa el artículo idóneo para las sesiones de juego. Mientras que los más jóvenes sueñan con dedicarse a este mundillo de forma profesional y hacer de su hobby una profesión, al igual que el público femenino, que además de hacer crecer su interés por este medio, lo elige para emprender su carrera.

Una vez puestas las cartas sobre la mesa toca analizar el sector del videojuego desde diferentes ángulos. Con los datos en la mano se puede observar como el mercado se resiente en lo que respecta a las ventas en tiendas físicas, ya que estas decaen más de un 5,6% entre el periodo comprendido entre 2021 y 2022, pasando de los 882 a los 832 millones de euros. Pero no sin antes recoger el testigo el comercio online, que se coloca por delante con más de 1.100 millones de euros, según datos publicados por la escuela de diseño y artes visuales LCI Barcelona. Atendiendo a la facturación por producto, el software es el que está mejor posicionado, con 397 millones de euros, seguido no muy lejos por el hardware, con 314 millones. Por su parte, los accesorios guardan bastante distancia con las categorías anteriores (121 millones). Con respecto al número de unidades vendidas en España hay bastantes diferencias. Así, los videojuegos son los que ocupan un lugar privilegiado en la tabla al situarse por encima de los siete millones de unidades vendidas y registrar una subida del 2% en comparación con el año anterior. Por su parte, tanto las videoconsolas como los accesorios y juguetes híbridos están en posición de descenso, con un -17,3 y un -13,4%, respectivamente. En cuanto al equipamiento empleado para el juego, los PC se encuentran entre los dispositivos más usados (38%), así como las consolas (29%). Parece que los usuarios se sienten más cómodos utilizando estos aparatos, ya que les permiten tener una mayor libertad de movimientos y sentir en primera persona un cúmulo de sensaciones visuales y auditivas que los hacen ser parte de la acción. Aunque también hay un porcentaje de *gamers* que prefieren decantarse por otros aparatos compactos, que les ayudan a disfrutar de sus sesiones en un ambiente distendido, al aire libre o en cualquier estancia de su hogar. Es el caso de los smartphones y tablets, con un 22 y 14%. En el extremo opuesto están las consolas portátiles, que se colocan en última posición. Esto puede deberse a que ante una oferta tan variada, los consumidores estén más receptivos a utilizar otros modelos tecnológicos con mayores prestaciones y que los involucren en una inmersión superior, sobre todo ahora que el negocio en *streaming* está en alza.

En posiciones de ascenso

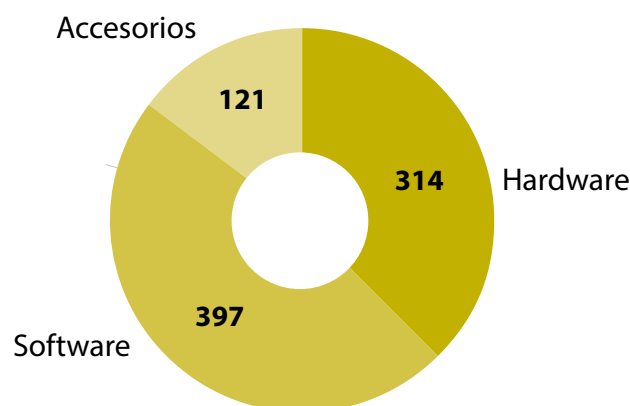
A medida que vamos avanzando en el tiempo este sector se va consolidando a nivel nacional, puesto que este ha ido mejorando sus marcas desde 2017, produciéndose un crecimiento de casi un 50% en 2022 con respecto a los últimos cinco años, tal y como lo refleja LCI Barcelona en su estudio, tomando en consideración varios informes de la AEVI (Asociación Española de Videojuegos). De este modo, tal y como se observan en sus comparaciones, se puede hablar de un aumento "del 12% con respecto a 2021, pero también del 31,5% respecto a 2018 y de ese casi 50% respecto a 2017", señalan. Estas cifras favorables han impactado, a su vez, en su facturación, la cual "ha crecido en más de 600 millones de euros" en el último lustro, comunican. Asimismo, la tendencia alcista queda reflejada en la cantidad de horas que los jugadores dedican semanalmente a este entretenimiento. En España se invierten "una media de 7,42 horas de juego a la semana", cifra que se incrementa un 8% si se compara con 2021. Aunque esta dinámica no sólo es aplicable en la Península, sino también fuera de ella. Alemania es quien abandera el crecimiento, "en

EVOLUCIÓN MERCADO VIDEOJUEGOS* 2021-2022 MILLONES DE EUROS



*Ventas en tiendas físicas.
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2022 MILLONES DE EUROS



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

estos últimos cuatro años con 10,2 horas de juego por semana y un aumento de 2,8 horas entre 2018 y 2022", comparten desde LCI Barcelona teniendo en cuenta los datos recogidos por AEVI. Vemos como poco a poco este tipo de ocio va calando hondo entre los usuarios, sobre todo entre el público femenino, que ya roza el 50%, según datos de la Asociación Española de Videojuegos. Y este interés no sólo se percibe a nivel de juego, puesto que las mujeres convierten este método de diversión en su profesión. De este modo, si en 2019 las trabajadoras representaban tan sólo el 16%, al año siguiente fue mayor (18,5), y en 2021 su presencia se ha hecho más notable, llegando a suponer el 23% en función de las cifras de Desarrollo Español de Videojuegos (DEV), de las que se ha hecho eco la escuela de diseño y artes visuales anteriormente mencionada. A este respecto, **David Carretero**, con casi dos décadas de experiencia en el sector y profesor del área de animación y videojuegos en la escuela especializada LCI Barcelona, asegura que "en las clases se ha ido notando ese aumento del interés, y es una gran noticia porque es un sector de presente y futuro". "Que las mujeres hayan aumentado un 7% su presencia en el sector

como trabajadoras en apenas tres años no es baladí, y habla de la especialización que están llevando a cabo en las aulas”, reflexiona. Tal y como revelan las informaciones compartidas, parece que se augura un futuro prometedor para el ámbito de los videojuegos. Carretero lo resume muy bien: “Este sector está en pleno auge. La era digital ya le hizo un hueco en el mercado, pero los últimos avances tecnológicos, como las gafas de calidad de RV o el mundo del metaverso, están preparando un panorama de explosión de cara a los próximos años”.

Hacer del juego una profesión

Cuando en el colegio se le preguntaba a los más pequeños y pequeñas qué querían ser de mayores, estos no lo dudaban ni un segundo: bomberos, policías, astronautas, deportistas, profesores

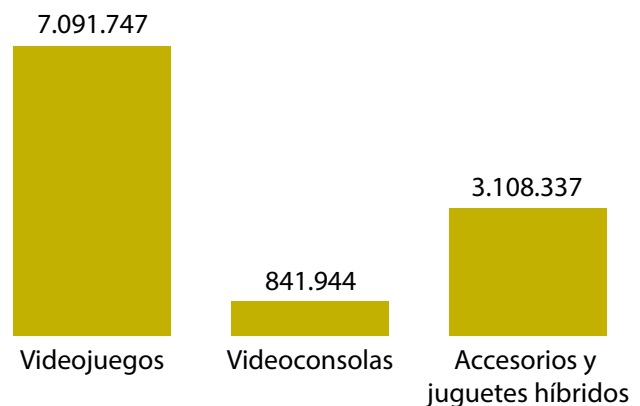
Para que la inmersión al juego sea lo más gratificante posible hay que proporcionar al usuario las herramientas indicadas

o médicos. Ahora las reglas del juego han cambiado, y estos niños y niñas ya crecen con un dispositivo debajo del brazo y sueñan con dedicarse a trabajos más actuales. La ‘III Radiografía del Gaming en España’, realizada por PcComponentes, expone que las profesiones más aclamadas por los jugadores de la generación Z son las que tienen que ver con “la industria de los videojuegos y creación de contenidos”, con un 39 y un 34%, respectivamente, tal y como comparten desde la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Otra de las informaciones relevantes es la que se ha publicado en el último ‘Libro Blanco del Desarrollo del Videojuego en España’, en el que se pone de manifiesto que el sector empleó de forma directa a más de 9.800 personas en 2022. La razón de este éxito puede tener que ver no sólo con las salidas profesionales, sino a que con el paso de los años se le dio más importancia en ámbito educativo, y lo que se veía en un principio como una manera más de “matar el tiempo”, adquirió un mayor protagonismo. Sin ir más lejos, un estudio de la UOC muestra como los usuarios que han jugado a videojuegos en edades tempranas notan tiempo después como su memoria ha mejorado. Así lo indica **Marc Palaus**, doctorado en la UOC: “Aquellos que fueron jugadores habituales de videojuegos antes de la adolescencia, a pesar de que en la actualidad ya no lo sean, mostraron un mayor rendimiento en tareas de memoria de trabajo, que implican la retención y la manipulación de información en la mente para producir un resultado”. Mientras que los individuos que no habían tomado contacto de pequeños con la consola “no se beneficiaban de una mejora al procesar e inhibir estímulos irrelevantes” y, por otra parte, “eran más lentos”, frente a los primeros. Estas son algunas de las conclusiones a las que llegaron los investigadores Marc Palaus, Elena Muñoz, Raquel Viejo y Diego Redolar, pertenecientes a dicha Universidad y cuyo artículo fue publicado en revista científica ‘Frontiers in Human Neuroscience’.

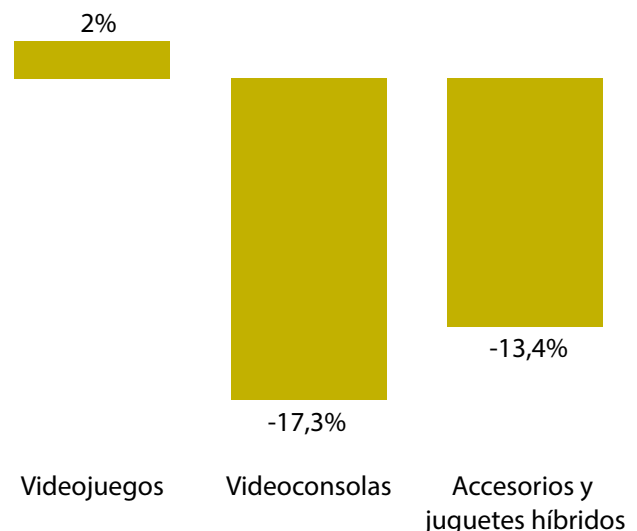
Puesta en escena

Hoy en día el consumo de videojuegos no está concentrado en una parte de la población, sino que se ha generalizado porque cualquiera puede tener acceso a ellos, dado los múltiples aparatos que existen para poder “echar una partida en casa”, sea en *offline* o en *streaming*: ordenadores de sobremesa, smartphones, consolas, consolas portátiles o dispositivos de realidad aumentada, y es que cualquier producto sirve para adentrarse en el mundo del *gaming*. En el caso de temáticas existen unas cuantas a elegir: acción, carreras, experiencias basadas en películas o en sagas, juegos FPS (*First-Person Shooter*) o conocidos por ser creados para vivirlos en primera persona, de aventuras, de estrategia, de simulación, deportes, infantiles, etc., por lo que es más fácil captar la atención de diferentes tipos de público. La investigación de LCI Barcelona ha detectado como los de acción han sufrido una caída de casi un 40% entre 2018 y 2022, y esto mismo le ha pasado a

VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO 2022 UNIDADES



EVOLUCIÓN (%)



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

los FPS, “como el *Call of Duty*, cuyo consumo se reduce un 62%”, o los de deportes, que bajan un 12%, pero a pesar de estos valores, desde la escuela de diseño consideran que “*el auge de los eSports abre una nueva vía de desarrollo para esta área*”.

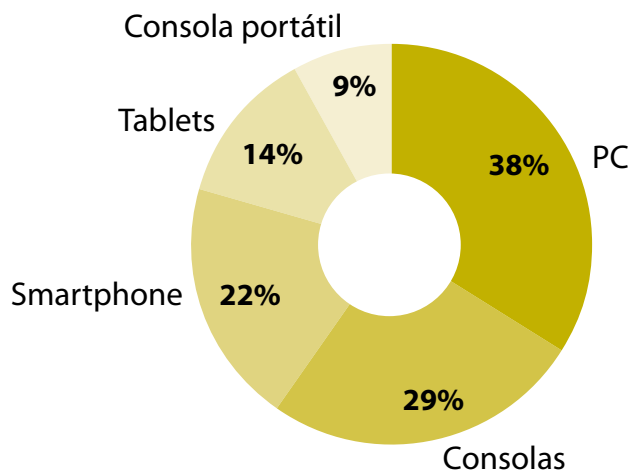
Para que la inmersión al juego sea lo más gratificante posible hay que proporcionar al usuario las herramientas indicadas. Los fabricantes de televisores se suman a este reto con pantallas de grandes dimensiones, resolución 4K y baja latencia, así como mayor brillo, fluidez y nivel de detalle, con frecuencias de refresco que llegan a los 144Hz y modos de funcionamiento específicos para adentrarlos en la partida. Por ejemplo, MZ2000 de Panasonic es un modelo OLED que viene dotado del modo *True Game*, el cual exhibe los colores con precisión, según fueron establecidos por sus creadores, o el modo FPS, que se caracteriza por proporcionar una acústica más cercana. Esto se combina con un sonido RPG (juego de rol) para que los usuarios se sientan inmersos en el juego. Es más habitual ver como fabricantes y creadores de videojuegos establecen una colaboración estrecha. Sin ir más lejos, la firma anterior se convierte en el socio oficial del juego de rol *Diablo® IV* de Blizzard Entertainment e invita a los usuarios a demostrar sus habilidades con el juego con sus televisores OLED y LED. Y esto se traslada al ámbito de los monitores, en el que destaca LG UltraGear ‘League of Legends’ edición limitada que consta de una pantalla OLED de 27 pulgadas con una tasa de refresco de 240Hz y lanza un guiño a los seguidores de este emblemático título a través de los menús e iconos y en la decoración externa del equipo. Cada jugador compone su *set up gamer*

con los accesorios que le van a permitir sacarle todo el jugo a la sesión: ergonómicas y confortables sillas, una mesa de grandes dimensiones, un teclado y ratón cómodos y retroiluminados, un monitor espacioso y de altura regulable, una alfombrilla lo bastante grande para colocar sobre ella el conjunto teclado-ratón en la que poder desplazarse con total seguridad y auriculares de diadema con almohadillas acolchadas y micrófono añadido. Si en vez de un PC gamer se escoge un portátil, es preferible contar con un buen sistema de refrigeración a base de ventiladores para evitar que el aparato se sobrecaliente. Para una inmersión más completa se debe decorar la sala con tiras LED. Hay compañías que lanzan

Las profesiones más aclamadas por los jugadores de la generación Z son las que tienen que ver con la industria de los videojuegos y creación de contenidos, con un 39 y un 34%, respectivamente



DISPOSITIVOS MÁS USADOS 2022



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

al mercado portátiles que no sólo están enfocados al ámbito del juego, puesto que también pueden ser utilizados para hacer frente a la alta carga laboral. HP OMEN Transcend 16 es uno de ellos y se compone de una pantalla mini-LED con una frecuencia de actualización de 240Hz, es fino, ligero y su batería es de larga duración. Cuenta con una refrigeración avanzada OMEN Tempest que *“permite una mayor entrada de aire para mejorar significativamente el flujo de aire y la temperatura de la superficie”*, indican desde la compañía. Para los que se están iniciando en el mundillo y buscan un equipo flexible para el ocio o el estudio recomiendan Victus 16, y para los que no pueden separarse de su monitor, ya sea para jugar desde el ordenador o la consola, trabajar o crear contenido la firma dispone de una gran flota de monitores OMEN, de diferentes pulgadas. Entre ellos se encuentra OMEN 27K con compatibilidad con HDMI 2.1, resolución 4K, 144Hz, iluminación RGB y conmutador KVM, el cual permite manejar los diferentes dispositivos a través del teclado o el ratón. Samsung, por su parte, sorprende con Odyssey OLED G9, una pantalla curva OLED de 49 pulgadas desde la que manejar la acción tal y como si fuésemos parte de ella con mayor campo de visión y una tasa de refresco de 240Hz. Su procesador Neo Quantum Processor Pro se encarga de monitorizar la imagen de forma inteligente para aportar un mayor brillo y potenciar el contraste.

Centrándonos en la categoría de los auriculares existen diseños adaptados a cada caso. Desde los clásicos de diadema, como los inalámbricos HyperX Cloud III con micrófono integrado de 10mm, que ofrecen cancelación de ruido y sonido nítido, hasta los Logitech G FITS, los *earbud* inalámbricos que se ajustan al instante a quien los lleva puestos gracias a la tecnología *Lightform*, mientras que la aplicación Logitech G FITS pone en marcha *“una serie de LED incrustados, que endurecerán las puntas rellenas de gel al contorno de cada oreja”*, explican desde la compañía. Entre sus características principales cabe señalar: la cancelación pasiva de ruido, doble micrófono, calidad sonora y graves precisos, su capacidad para conectarse a multitud de equipos, como *“PC, Mac, PlayStation®5, PlayStation®4, Nintendo Switch y dispositivos Android”*, indican, y

Un estudio de la UOC muestra como los usuarios que han jugado a videojuegos en edades tempranas notan una mejora en su memoria

su autonomía de hasta siete horas, que se puede prolongar una hora más con el estuche de carga. Para disfrutar del sonido en múltiples direcciones está el altavoz portátil inalámbrico GNW10 de Panasonic, que a diferencia de su predecesor trae una carcasa más grande y control por voz con inteligencia artificial para garantizar una mayor nitidez y claridad en la comunicación. Añade luces LED en la carcasa, es ligero, ergonómico y dispone de diferentes modos de audio (RPG, FPS o Voice) destinados a mejorar la experiencia de juego. Desde la firma informan que es compatible con *“PC Windows 10/11, consolas PS4/PS5 y Nintendo Switch -solo en modo televisión”*. La habilidad y destreza del *gamer* se demuestra en el terreno de juego, pero una parte importante de este mérito se lo llevan los complementos que están detrás, los que le respaldan. Es por eso que no nos podemos olvidar del combo ratón y teclado. Es preferible que sean de fácil agarre con sensor óptico o láser (los primeros) y que sean de tipo mecánico y teclas programables (los segundos). Los ratones con sensor óptico son ideales cuando se necesitan hacer movimientos rápidos, mientras que los de láser son más precisos. Conviene fijarse en el DPI (*Dots Per Inch*) o lo significa puntos por pulgada, a mayor número de DPI más rápido se desplazará el cursor. Atendiendo al teclado, a diferencia de los de membrana, en la versión mecánica cada tecla está asociada a un interruptor, de modo que si un botón se estropea será más fácil sustituirlo por otro. Puede ocurrir que el modelo en cuestión tenga además teclas con acceso directo para controlar el volumen o el brillo o para activar el *Bluetooth* o *wifi*, etc. Las teclas están retroiluminadas con diferentes colores, por lo que facilitan su visibilidad y activación en condiciones de poca luz. Es importante fijarse que si el teclado que se adquiere viene con *anti-ghosting*, lo que significa que se pueden pulsar varias teclas a la vez para ejecutar un comando. Ambos dispositivos pueden ser inalámbricos (para una mayor libertad de movimientos) o con cable (para evitar quedarse con la partida a medias en el caso de que falle la conexión *Bluetooth*). Bajo tan sólo 60 gramos de peso se presenta el ratón Logitech G PRO X Superlight 2 inalámbrico que llama la atención por contar una batería de holgada autonomía de 95 horas y sus pies de PTFE sin aditivos facilitan el deslizamiento suave por la superficie. Su sensor HERO 2 le otorga una mayor precisión, con un seguimiento de más de 500 pulgadas por segundo. Mientras que sus interruptores híbridos óptico-mecánicos LIGHTFORCE le aportan un rendimiento y una fiabilidad profesional. Por su parte, el teclado inalámbrico Logitech G PRO XTKL viene con teclas programables, teclas PBT de doble disparo, iluminación RGB, rodillo de volumen y los usuarios lo pueden conectar vía *Bluetooth* o con cable USB-C a USB-A incluido. Tiene autonomía para 50 horas. ▶