

Los videojuegos posicionan a España como tercer mercado de la UE



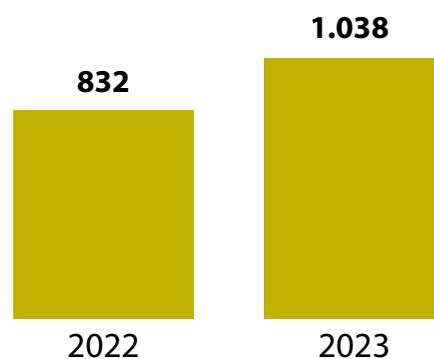
Los videojuegos han evolucionado de simples pasatiempos a complejas experiencias inmersivas, que fusionan la tecnología, el arte y la narrativa, redefiniendo el mundo del entretenimiento digital.

Con más de 2.000 millones de facturación anual y con previsiones de seguir creciendo en los próximos años, el sector de los videojuegos en España sigue consolidándose año tras año. La inclusión de nuevas tecnologías, la evolución de los dispositivos (que brindan una experiencia totalmente inmersiva al usuario) y la propia evolución del sector, que ha entendido que debe adaptarse a la diversidad del mercado, ha contribuido, y de qué manera, a esas cifras de facturación. Concretamente, el mundo de los videojuegos creció un 16 % en 2023 y logró una facturación récord de más de 2.339 millones de euros, según datos publicados por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI). Un incremento en la facturación debido, en gran parte, al aumento tanto de las ventas físicas como en línea, con un total del 24,85 % y 10,25 %, respectivamente. Cifras que permiten que España se sitúe como el tercer mercado de la Unión Europea, solo por detrás de Alemania y Francia. Asimismo, este crecimiento de las ventas vino de la mano de otros datos extraordinarios: en nuestro país ya hay más de 20 millones de videojugadores, de los cuales un 49 % son mujeres, y la mayoría de ellos se encuentran en el grupo de edad comprendido entre los 25 y 34 años y entre los 35 y 44 años. Destaca, por otro lado, el hecho de que los españoles dedican una media de 7,7 horas a la semana al juego, siendo los *smartphones* y las consolas los dispositivos más utilizados para ese fin. *“Mientras el sector sigue adaptándose a la era postpandemia, 2023 fue un año en el que la facturación de la industria del videojuego creció con fuerza, lo que ha servido para consolidar su posición de liderazgo como industria cultural, de entretenimiento y tecnológica”*, destacó **José María Moreno**, director general de AEVI. A lo largo de 2023 se vendieron un total de 6,5 millones de videojuegos, más de un millón de videoconsolas y 3,15 millones de accesorios. En este sentido, un reciente análisis de LCI Barcelona apunta a que las consolas han aumentado un 4 % su cuota de mercado hasta el 29 % en los últimos cinco años, siendo la gran referencia entre los consumidores a la hora de disfrutar de sus videojuegos. Además de que se ha detectado un notable crecimiento de los dispositivos iOS, que han pasado de una casi irrisoria cifra del 6 % a alcanzar un 27 %, aupándose al segundo puesto como dispositivo más utilizado. Subida que va en detrimento del *smartphone* tradicional, que baja un 8 % hasta alcanzar el 11 %, a la vez que la tableta también crece un 4 % (situándose en el 14 %), y el PC hasta el 22 %. Unos números que, según los expertos, seguirán cambiando, sobre todo teniendo en cuenta cómo de permeables serán los consumidores respecto a complementos novedosos como las gafas de realidad virtual, que ya están desarrollando muchas compañías tecnológicas.

Algo más que un juego

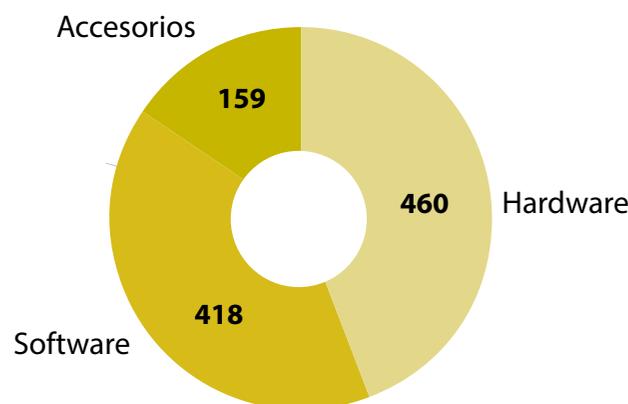
Según datos del informe *‘IV Radiografía del Gaming en España’*, de PcComponentes, el 48 % de los jugadores en España ha reconocido que su pasión por el *gaming* ha aumentado, llegando incluso a ser la principal actividad de ocio, por encima del uso de las redes sociales o ver series. Un informe que también ha puesto de manifiesto que más del 50 % de los *gamers* confía en la inteligencia artificial para elevar su experiencia de juego al siguiente nivel, pues considera que esta tecnología seguirá mejorando los gráficos de los videojuegos, mientras que el 41 % anticipa una generalización del uso de la realidad aumentada en los próximos años. Dos innovaciones tecnológicas que están aportando mucho a este mundo. Tanto es así que aspectos como la personalización en tiempo real en base al

MERCADO VIDEOJUEGOS* MILLONES DE EUROS



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

FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2023 MILLONES DE EUROS



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

comportamiento y las preferencias del jugador (60 %), la adaptación de la narrativa según las acciones y decisiones (57 %) o el ajuste del nivel de dificultad a las habilidades del jugador (55%) son muy valorados entre la comunidad de jugadores. Mientras que la realidad aumentada (RA) promete desempeñar un papel clave en el mundo del *gaming*, sobre todo si se tiene en cuenta que puede ofrecer experiencias de juego más inmersivas y realistas.

Porque, hoy en día, el consumo de videojuegos se ha generalizado de tal manera que cualquiera puede tener acceso a ellos, gracias a la enorme variedad de dispositivos con los que jugar y la posibilidad de hacerlo tanto en casa como en *offline* o en *streaming*. Así, ordenadores de sobremesa, *smartphones*, consolas, consolas portátiles o dispositivos de realidad aumentada, cualquier producto sirve para adentrarse en el mundo del *gaming*. Y no digamos las temáticas a elegir: desde acción, carreras, experiencias basadas en películas o en sagas hasta juegos FPS (*First-Person Shooter*) de aventuras, de estrategia, de simulación, deportes, infantiles, etc. Toda una serie de opciones para que resulte más sencillo captar la atención de diferentes tipos de público. Una generalización que ha traído consigo al nacimiento de diferentes formatos de entretenimiento relacionados, es decir, series o películas basadas en títulos jugables (seguido por el 49 % de los jugadores), *streamings* o podcasts especializados (32

%) y juegos de mesa (23 %). En cuanto a los hábitos de consumo, cabe destacar que el canal online sigue siendo la opción preferida para el 66 % de los *gamers* de nuestro país, convirtiéndose en algo más que un simple lugar para adquirir un equipo de juego. Por dispositivos, las consolas (56 %) y los ordenadores (51 %) son las plataformas preferidas por los usuarios para jugar, por encima de los *smartphones* y tabletas (ambos con un 34 %). Un sector que no solo ha influido en que aumente el número de jugadores, con una mayor presencia femenina, particularmente entre la generación Z, cuya representación ha crecido un 35 % en solo un año, sino por el foco profesional de las nuevas generaciones. De hecho, el informe destaca que la industria del videojuego (34 %) se sitúa como el sector laboral en el que le gustaría trabajar a la sociedad española, mientras que los datos publicados en el último *‘Libro Blanco del Desarrollo del Videojuego en España’* revelan que el sector empleó, de forma directa, a más de 9.800 personas en 2022.

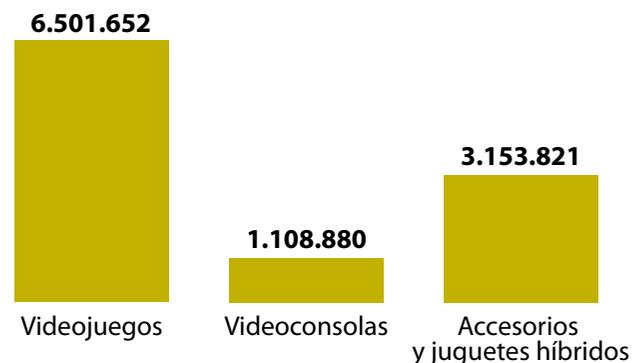
Bienestar mental

Un ocio que, según un estudio publicado por la revista científica *Nature Human Behaviour*, tiene un beneficio muy positivo para el bienestar mental, ya que jugar a videojuegos ayuda a reducir la angustia psicológica y mejora la satisfacción personal. Algo a tener muy en cuenta si nos ceñimos a los datos aportados por Newzoo, empresa de estudios de mercado, que revela que tres mil millones de personas juegan a videojuegos regularmente: el 85 % de los menores de 35 años, así como el 42 % de los mayores de 55 años. Eso sí, la mayoría de ellos ha destacado la *“relación sana”* que mantienen con esta afición. Algo refrendado por la Universidad de Oxford, cuyo estudio publicado en 2021 recopiló datos sobre los hábitos de juego y la salud mental de los jugadores de *Animal Crossing* (un juego de simulación de vida) y *Zombies VS Plants* (uno de *shooter*). En este sentido, la investigación analizó el tiempo exacto de juego de 518 jugadores del *Plants vs. Zombies* y 6.011 jugadores del *Animal Crossing*, descubriendo que las personas que jugaban durante más tiempo se sentían mejor que aquellas otras que apenas dedicaban tiempo a jugar. Por último, un reciente estudio de la Universidad de Limerick determinaba que jugar a videojuegos ayudaba a reducir los principales síntomas tanto de la ansiedad como de la depresión. Todo ello frente a la opinión de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que considera la adicción a los videojuegos como un trastorno mental, tras diversos estudios que han demostrado que provoca cambios en el cerebro similares a la adicción a sustancias. En cualquier caso, todos los expertos coinciden en apuntar que existen diferentes tipos de juegos y de jugadores, y que resulta fundamental que los padres, en el caso de que el jugador sea menor, sepan qué están haciendo sus hijos.

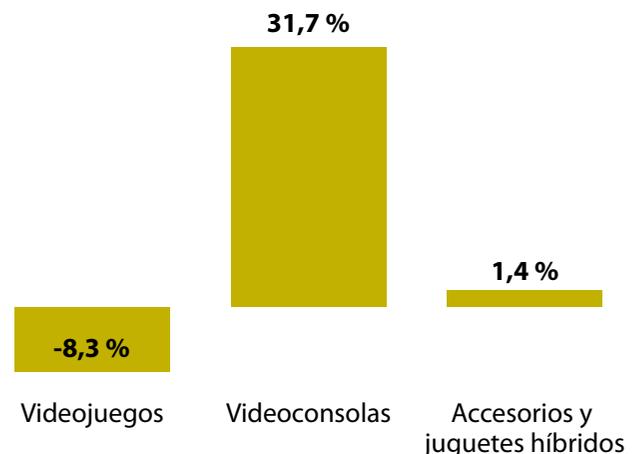
En el ámbito doméstico, el sector de los videojuegos reafirma su clara voluntad de establecerse como una industria responsable. Un ejemplo es el proyecto *‘The Good Gamer’*, una iniciativa que pretende reivindicar los valores positivos de los videojuegos, las medidas de responsabilidad y un decálogo de recomendaciones para menores y otro para los padres, videopódcasts e infografías. Todo ello con el objetivo de colaborar con las administraciones, comunidades educativas y sanitarias, padres y madres para fomentar el uso responsable de los videojuegos. Otra herramienta de gran envergadura es el ya establecido Sistema PEGI (*Pan European Game Information*). Se trata de un mecanismo de autorregulación de la industria de los video-

juegos que proporciona información sobre la edad adecuada para el consumo de estos productos. Dividido en dos partes, un código numérico para las edades recomendadas de uso (con cinco clasificaciones) y códigos de imágenes que representan los contenidos de los videojuegos, con un total de ocho clasificaciones. El objetivo es ofrecer la máxima seguridad y mejores garantías a los usuarios. A su vez, la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) lanzó la guía *‘Construyendo un sector del videojuego en Igualdad’*, elaborada por la organización Women in Games, una organización sin ánimo de lucro para fomentar el papel de las mujeres en la industria del videojuego y concebida para *“informar, inspirar, asesorar y apoyar”*. En este sentido, recoge una serie de iniciativas puestas en marcha, tanto por la industria como por las propias empresas, con el objetivo de mejorar en el ámbito de la igualdad de género. Además de servir de base para poner en valor la contribución de las mujeres en la industria, de tal manera que se ha diseñado siguiendo los *‘Principios de Empoderamiento de las Mujeres de las Naciones Unidas’*. Una iniciativa que, según **José María Moreno**, *director general de AEVI*, tiene el propósito de *“caminar hacia un sector más diverso en la dirección de la inclusión y la tolerancia, ya que creemos en el videojuego como herramienta posibilitadora de tender puentes y romper barreras. Además, el sector del gaming es un lugar de acogida para profesionales de distintas índoles, uno de los mejores valores del videojuego”*. Sobre todo, porque desde AEVI se quiere contribuir, con esta guía, a generar una

VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO 2023 UNIDADES



EVOLUCIÓN



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

cultura del videojuego que respete y fomente la expresión individual, independientemente de factores como el género, nacionalidad, raza, orientación sexual, religión, discapacidad, edad o condición socioeconómica. De tal manera que el informe ofrece ejemplos de iniciativas y programas con perspectiva de género, productos y servicios de estudios de juegos y grupos comunitarios de base. Un trabajo pionero que pretende involucrar a niñas y mujeres talentosas en la oferta educativa y en las oportunidades profesionales dentro de la industria de videojuegos y deportes electrónicos.

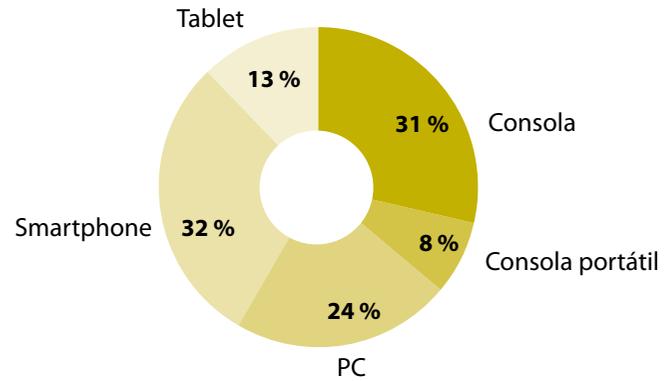
Jugar, en femenino

El sector de los videojuegos ha pasado por varias etapas. No solo porque los *gamers* prefieran la comodidad de jugar desde el PC, sino porque las mujeres empiezan a reclamar su espacio en este mercado. Porque si tradicionalmente la industria del videojuego ha destacado por una mayor presencia masculina, en los últimos años el colectivo femenino ha ido demostrando que el *gaming* también está entre sus prioridades. De hecho, según EAE Business School, la presencia femenina en el sector ha ido en aumento en todos los rincones del planeta, una cifra que se acerca al 90 % en el caso de las mujeres españolas que consumen videojuegos. Una presencia femenina que también se aprecia en el desarrollo de trabajos dentro del sector relacionados con la producción (23 %), el diseño artístico (16 %), o la programación (4 %). Si bien solo el 8 % del total son jugadoras profesionales de *eSports*.

Y para que la inmersión al juego sea lo más gratificante posible hay que proporcionar al usuario las herramientas apropiadas. En este sentido, los fabricantes de televisores se suman a este reto diseñando pantallas de grandes dimensiones, con resolución 4 K y baja latencia, así como mayor brillo, fluidez y nivel de detalle, con frecuencias de refresco que llegan a los 144 Hz y modos de funcionamiento específicos para adentrar al jugador más aún en la partida. Aunque si lo que se prefiere es cambiar el PC por un portátil, lo ideal es contar con equipos que dispongan de un buen sistema de refrigeración, a base de ventiladores, para evitar que el aparato se sobrecaliente, además de una batería de larga duración. Pero lo más importante en este caso concreto es que disponga de una buena tarjeta gráfica, ya que esta pieza será la que determine en qué resolución se podrá jugar y a qué tecnologías se pueden acceder, lo que permitirá tener un mayor rendimiento en los juegos. Por lo que respecta a la memoria RAM, un componente que también marcará la diferencia a la hora de interactuar con el juego, lo ideal es que el portátil cuente con una memoria RAM de 16 GB de memoria DDR4 a 3.200 MHz, lo cual nos proporcionará todas las garantías para poder jugar sin sobresaltos. Sobre todo, si tenemos en cuenta la nueva hornada de juegos que están por llegar.

Una vez que tengamos el equipo, es hora de meternos de lleno con los componentes externos. En el caso de los auriculares, cabe destacar que existen diseños adaptados a cada caso. Desde los clásicos de diadema, que ofrecen cancelación de ruido y sonido nítido, hasta los *earbuds* inalámbricos, que se ajustan al instante a quien los lleva puestos y destacan, no solo por su diseño elegante y compacto, sino por el excelente sonido que proporcionan, la conectividad *Bluetooth* y un ajuste seguro. Otros modelos ofrecen cancelación pasiva de ruido, doble micrófono, calidad sonora y graves precisos, capacidad para conectarse a multitud de equipos o autonomía de hasta siete horas, que se puede alargarse con el estuche de carga. Mientras

DISPOSITIVOS MÁS USADOS 2023



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

que, para disfrutar del sonido en múltiples direcciones, el *gamer* tiene a su alcance una enorme variedad de altavoces portátiles inalámbricos, algunos de los cuales incluyen control por voz con inteligencia artificial, para garantizar una mayor nitidez y claridad en la comunicación, así como diferentes modos de audio (RPG, FPS o *Voice*) destinados a mejorar la experiencia de juego. Asimismo, además de tratarse de modelos ligeros y ergonómicos, algunos cuentan, para rizar el rizo, con luces LED en la carcasa. Por lo que respecta al combo ratón y teclado, lo aconsejable es que sean de fácil agarre con sensor óptico o láser (los primeros) y que sean de tipo mecánico y teclas programables, en el caso del teclado. Cabe destacar que los ratones con sensor óptico son perfectos cuando se necesitan hacer movimientos rápidos, mientras que los de láser son más precisos, de ahí que sea conveniente fijarse en el DPI (*Dots Per Inch*, puntos por pulgada), por lo que a mayor número de DPIs más rápido se desplazará el cursor. A la hora de elegir un teclado debemos tener en cuenta que, 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. Algunos modelos incluyen, además, teclas con acceso directo para controlar el volumen o el brillo, o bien para activar el *Bluetooth* o la *wifi*. Estas teclas están retroiluminadas con diferentes colores, por lo que facilitan su visibilidad y activación en condiciones de poca luz. Tanto el ratón como el teclado 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*).

Por último, haremos referencia al entorno. Es decir, cada jugador compone su *set up gamer* con los accesorios que le van a permitir sacarle todo el jugo a la sesión: sillas ergonómicas y cómodas, una mesa de grandes dimensiones, un teclado y ratón cómodos y retroiluminados, un monitor grande 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 a los que se suman los auriculares de diadema con almohadillas acolchadas y micrófono añadido. Para una inmersión más completa, algunos usuarios decoran la sala con tiras LED. Todo para disfrutar al máximo y en las mejores condiciones de una buena sesión de juego. ▶