

El gasto en videojuegos cae un 3,3% en 2019 hasta los 1.479 millones



El gasto de los españoles en videojuegos cayó en 2019 un 3,3 por ciento respecto al ejercicio anterior, la primera caída desde 2014, pese a ello sigue liderando las industrias culturales y su facturación, que ascendió a 1.479 millones de euros, es superior a la de música y cine en conjunto.

AEVI, la asociación que agrupa a las principales empresas de videojuego en España, atribuye este «ligero retroceso» a la caída de ventas de consolas y hardware ante un año (2020) en que se espera el lanzamiento de una nueva generación de dispositivos.

“Estos datos, anteriores a la situación actual de enorme incertidumbre mundial, ponen de manifiesto la solidez del sector del videojuego en España. Es significativo que el mercado se asienta en un momento de transición previo al lanzamiento de una nueva generación de consolas», señala José María Moreno,

director general de AEVI, que ha desvelado hoy estas cifras en su anuario.

Además de este retroceso, 2019 marcó un incremento del mercado digital: aunque las ventas del mercado físico continúan siendo líder con 754 millones de euros de ventas, el mercado online y de aplicaciones creció un 6,6 por ciento y alcanzó la cifra récord de 725 millones de euros de facturación.

En total, el año pasado, los españoles compraron 8,4 millones de videojuegos (2,3 % menos que en 2018), 1,1 millones de videoconsolas (-14,2%) y 4,2 millones de accesorios (-2,8%). Los videojuegos más vendidos fueron «FIFA 20», «Pokemon Espada» y «Call of Duty».

El número de usuarios también baja: de 16,8 a 15 millones de jugadores, aunque supone cerca de la mitad de los españoles entre los 6 y 64 años. El mercado estrecha ligeramente la brecha de género y las mujeres jugadoras aumentaron hasta al 42% del total (un 1% más).

El sector de los deportes electrónicos, uno de los que más impulso ha experimentado en los últimos años, facturó el ejercicio pasado 35 millones de euros y aglutinó una audiencia de 2,9 millones de entusiastas.

Los españoles dedicaron en total una media de 6,7 horas a la semana a jugar a videojuegos en 2019, una cifra inferior a la de países del entorno como Reino Unido con 11 horas, Francia con 8,6 horas o Alemania con 8,3 horas.

El sector está a la espera de observar las tendencias de consumo que ha generado la crisis del coronavirus. Si bien es cierto que se ha disparado el consumo en línea, las ventas físicas se han visto gravemente afectadas con el cierre de tiendas y, según sus cálculos, las pérdidas en el mercado español ascenderán a cerca de 50 millones de euros mensuales, lo cual es una importante «amenaza» para los 9.000 trabajadores del sector.

Pese a la incertidumbre generada por la crisis del coronavirus y la caída de ventas, el sector «sigue liderando las industrias culturales» y tiene un «papel clave» en la economía digital española.

AEVI es la principal organización del videojuego en España, integrada por más de 40 empresas como Bandai, Microsoft, Nintendo, PlayStation o Riot Games, se reunió la semana pasada con el ministro de Cultura, José Manuel Rodríguez

Uribe, para trasladarle los retos del sector ante la crisis sanitaria y una serie de propuestas para apoyar a los desarrolladores y empresas afectados.