

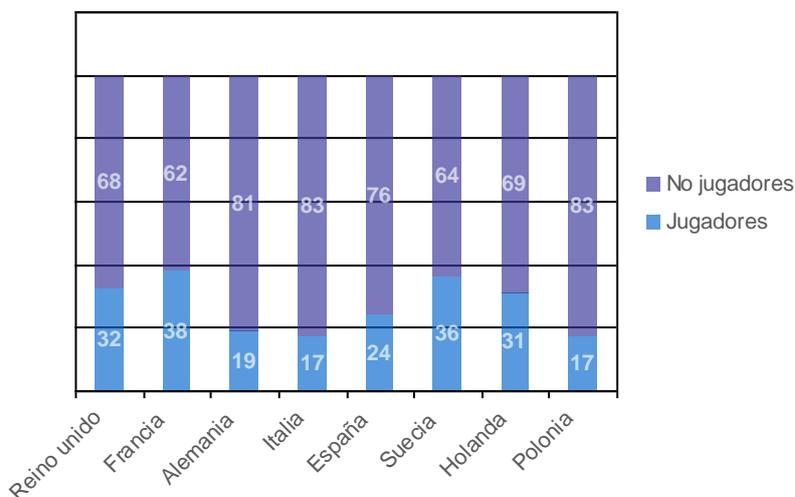
## HOJA DE ANÁLISIS

# La penetración del videojuego en la población adulta

**Madrid, 27 de abril de 2011.-** Según el último estudio sobre los hábitos de consumo de los videojugadores europeos elaborado por ISFE (Interactive Software Federation of Europe)<sup>1</sup> el **25,4%** de los adultos que residen en Europa juegan a videojuegos. Esto supone que más de **95 millones de adultos en Europa juegan regularmente**.

Teniendo en cuenta estas cifras de consumo entre la población adulta, es fácil deducir que **el perfil de videojugador ha evolucionado** de forma notable en los últimos años. Atrás quedaron los años en los que los videojuegos estaban considerados un producto de consumo para jóvenes y niños. La industria ha conquistado ya a todos los públicos y hoy en día el videojuego es el **rey del ocio audiovisual** con cuotas de consumo muy superiores a las que registran el resto de industrias del mercado (Cine, DVD y música).

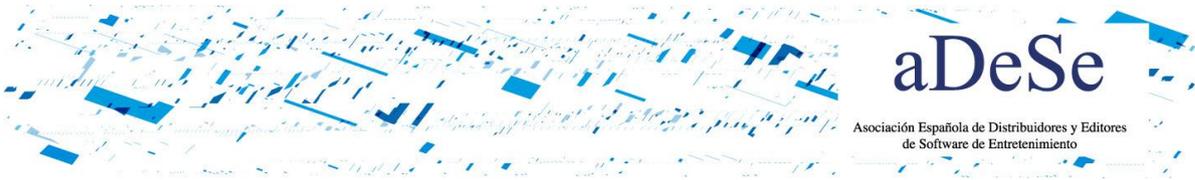
En concreto, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas en los ocho países más importantes de Europa, **el 25,4% de los adultos juegan de forma habitual**, siendo un total de 79,2 millones de jugadores. Este porcentaje varía desde el 38% en Francia hasta el 17% en Italia y Polonia, pero es sustancial en todos los países.



Además, resulta relevante el hecho de que el porcentaje aumente entre los jugadores de entre 30 y 49 años. El estudio concluye que casi el 30% de los jugadores de esta edad juega habitualmente.

**El caso español no es una excepción.** En nuestro país, el porcentaje de adultos gamers según el estudio ISFE es del 24%. Esta realidad se ha visto también reflejada en las ventas en el mercado español. En 2010 el consumo total del mercado (hardware, software y periféricos) ha ascendido a los **1.245 millones de euros** y el segmento de población adulta ha sido uno de los principales consumidores.

<sup>1</sup> Estudio ISFE El videojugador europeo 2010



Si bien, según recogía el último estudio del perfil del gamer español<sup>2</sup>, la mayor penetración de jugadores en España se da en el tramo de edad de 7 a 34 años –más del **80%** de los menores de **7 a 13 años** son jugadores y **45,3%** de los españoles **de entre 7 y 34-**, en las franjas de edad más adulta los videojuegos ya se configuran entre las opciones preferidas de ocio. En concreto, de la población de **entre 35 a 44 años, el 15,6% es jugador habitual y entre los 45 a los 54, el 7,8%**.

Al analizar el género de los juegos más vendidos este 2010, se observa que los juegos de **salud y desarrollo intelectual** –categorías de juego destinadas al segmento más adulto- **suponen ya cerca del 5% del mercado total**. De hecho, es posible afirmar que los videojuegos sustituirán a corto plazo a los pasatiempos tradicionales. Un estudio elaborado por la Universidad de Salamanca en 2011 pone de relieve que la capacidad de los videojuegos para retrasar el desarrollo cognitivo es superior a la que se conseguía con los ejercicios tradicionales, por este motivo la industria espera convertirse en el primer pasatiempo no sólo en la población más joven.

Del análisis de estos datos, se extrae la conclusión de que la industria del videojuego ha sabido adaptarse a las demandas de una **sociedad plural**. El desarrollo de nuevas categorías de juegos - como los juegos de simulación, juegos sociales o juegos de desarrollo de las habilidades intelectuales o físicas-, así como el desarrollo de periféricos diseñados para dotar al juego de mayor dinamismo e interacción, ha traído consigo la amplificación del perfil del consumidor y la multiplicación de la demanda. Los videojuegos se configuran ya como una de las industrias con mayor proyección para la generación de un nuevo modelo productivo basado en la innovación.

#### Acerca de aDeSe

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), se constituyó en octubre de 1997 con el firme propósito de representar y contribuir al desarrollo de la industria del sector y de sus asociados. aDeSe está integrada actualmente por 15 empresas que representan más del 90% del consumo en el mercado español. Activision-Blizzard, Digital Bros, Disney Interactive Studios, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Namco Bandai Partners Ibérica, Nintendo, Sega, Sony Computer Entertainment, Take Two Interactive, THQ, Ubisoft y Warner Interactive Entertainment.

Más información [www.adese.es](http://www.adese.es)

Gabinete de prensa de aDeSe:

Marta Frau / Juan Gabriel Corral

Tel: 91.577.92.72

[Marta.frau@evercom.es](mailto:Marta.frau@evercom.es); [juangabriel.corral@evercom.es](mailto:juangabriel.corral@evercom.es)

<sup>2</sup> Estudio aDeSe Usos y hábitos de videojugador español 2009