

INTECO y aDeSe ponen en marcha una campaña de divulgación para fomentar el consumo responsable de videojuegos

- El plan de acción se concreta en la publicación de una **“Guía práctica para padres y madres sobre uso seguro de videojuegos por menores”** y en la instalación de puntos de información en más de 600 establecimientos asociados
- El 62% de los niños y adolescentes y el 24% de los adultos de nuestro país afirma jugar con videojuegos de forma habitual
- El 54% de los padres españoles juega con sus hijos a videojuegos y los considera una buena actividad para compartir el tiempo de ocio
- La mayoría de los padres europeos-el 31% de los padres jugadores y el 42% de los no jugadores- no participan en la decisión de compra de sus hijos

Madrid, 16 de diciembre de 2010. El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) han llegado a un acuerdo de colaboración para poner en marcha una campaña de divulgación para fomentar el uso seguro y responsable de videojuegos.

Para ello han publicado una **“Guía práctica para padres y madres sobre uso seguro de videojuegos por menores”**, y han puesto en marcha una **campaña informativa en más de 600 puntos de venta** con la que pretenden ofrecer al consumidor las pautas necesarias para que aprenda a hacer un uso seguro de los videojuegos.

En concreto, se instalarán puntos de información en diferentes establecimientos en los que los consumidores podrán encontrar folletos informativos. De esta manera, los consumidores podrán aprender a realizar una elección adecuada a sus gustos y necesidades a través del sistema de clasificación de contenidos (PEGI). Además, podrán informarse acerca de las herramientas de seguridad y privacidad disponibles para las funciones online y podrán conocer las claves para generar hábitos de consumo saludables.

Estos puntos de información estarán ubicados durante la campaña navideña en los establecimientos de las cadenas de distribución más importantes de España (Blade center, Peneka, Convertsoft, Zona digital, Game, Pc City, Ideale, Eurovideo, Videoca, Fnac, Carrefour, Gamestop, El Corte Inglés).

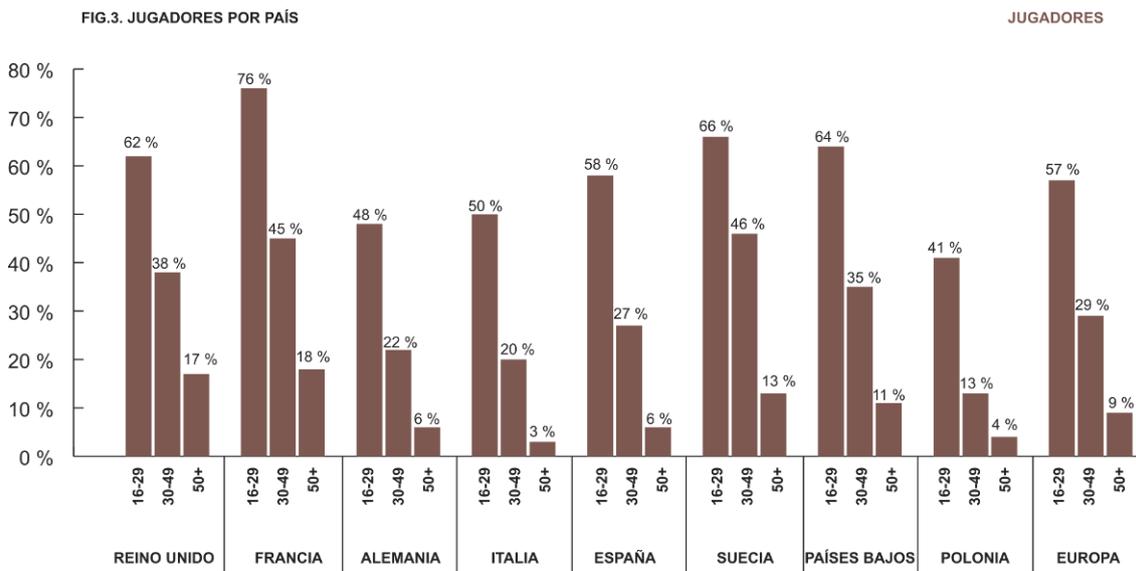
Entre otros beneficios, el uso de videojuegos estimula el desarrollo intelectual, la personalidad y el aprendizaje: ayuda a los niños a asimilar conceptos abstractos, les permite perfeccionar su destreza visual, su curiosidad musical o artística, y fomenta el trabajo colaborativo. Sin embargo, para sacar el máximo partido a los videojuegos debemos respetar una serie de pautas básicas de consumo responsable.

Multiplicación del perfil de usuario

Según datos del Observatorio INTECO, el 40% de los hogares españoles con menores dispone de una videoconsola y el 18% de una videoconsola portátil. Así, el 72% de los niños y adolescentes de nuestro país afirma que les gusta jugar a los videojuegos. El 62% de los menores españoles juega de forma habitual, dedicando una media de 5,2 horas a la semana.

Además cada vez es mayor el número de aficionados en la edad adulta. Según el estudio sobre el perfil del videojugador europeo elaborado por ISFE (Interactive Software Federation of Europe) en 2010, el 25,4% de los adultos que residen en Europa juegan a videojuegos -24% en España-. Esto supone que más de 95 millones de adultos europeos juegan regularmente, lo que da una muestra del enorme potencial de crecimiento de esta industria.

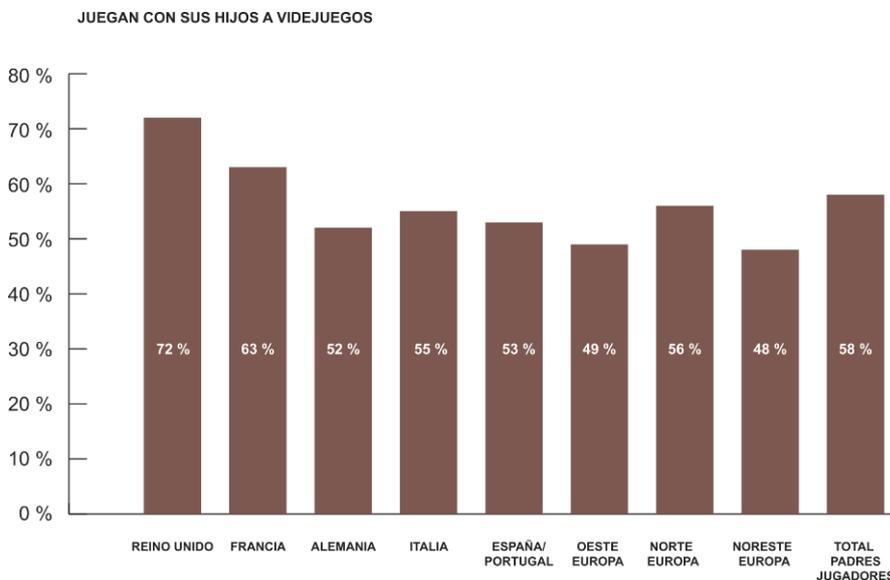
FIG.3. JUGADORES POR PAÍS



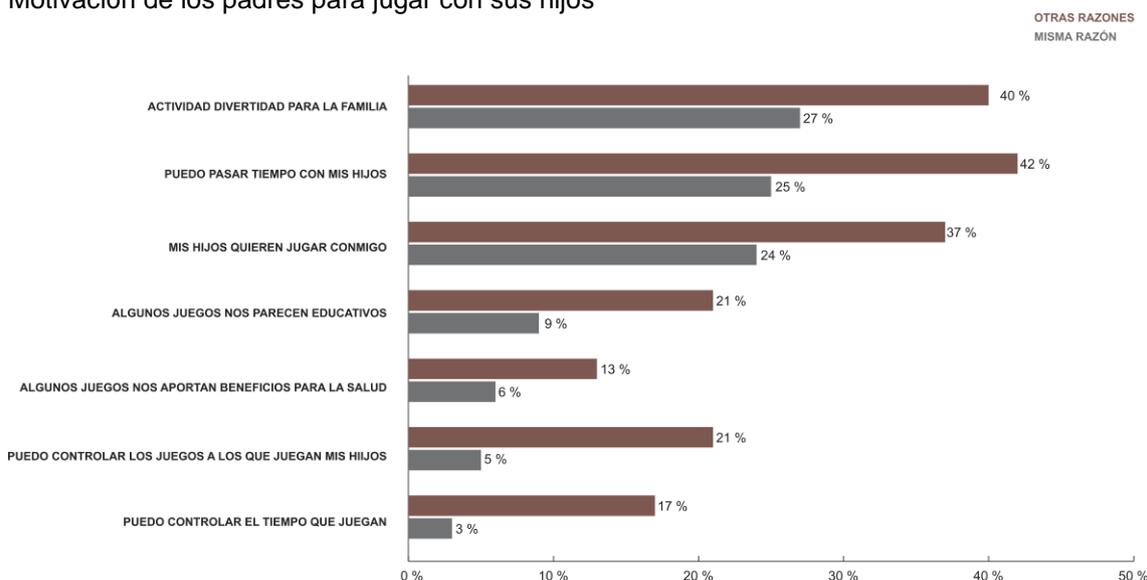
Videojuegos en familia

Los padres y madres europeos son conscientes del papel de los videojuegos en el entretenimiento de sus hijos y el 58% juega con ellos en su tiempo de ocio. Sin embargo, afirman estar preocupados (45,3% mucho/bastante) por evitar que los menores hagan un uso irresponsable de los videojuegos. Para ello, aDeSe e INTECO han iniciado esta campaña con la que pretenden ofrecer al consumidor las pautas necesarias para garantizar un uso seguro.

Porcentaje de padres que, siendo jugadores, juegan con sus hijos



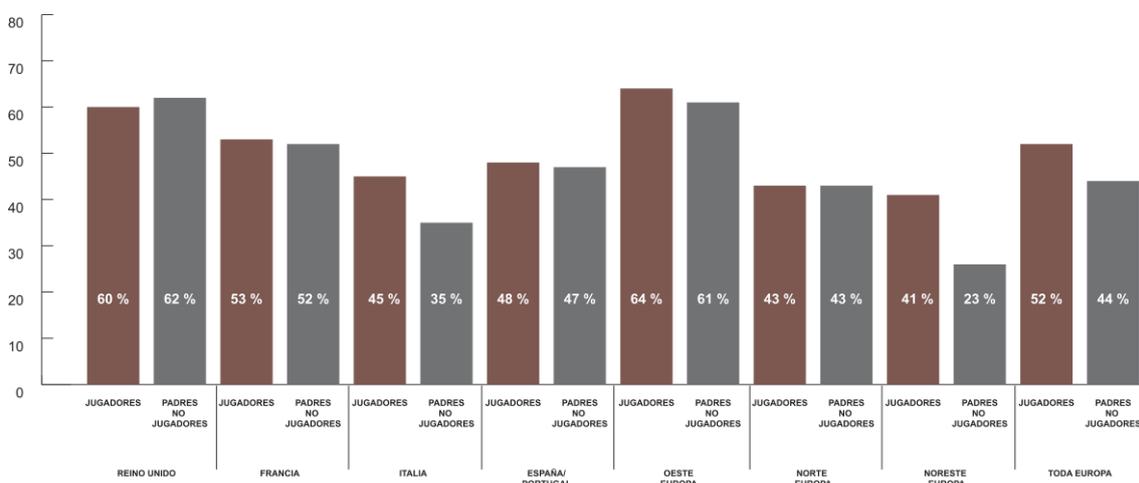
Motivación de los padres para jugar con sus hijos



Actitud de los padres y madres europeos

En general, los padres de videojugadores son conscientes de la importancia del sistema de clasificación por edades y contenido y lo consideran muy útil.

Conciencia de sistemas de clasificación por edades para los videojuegos



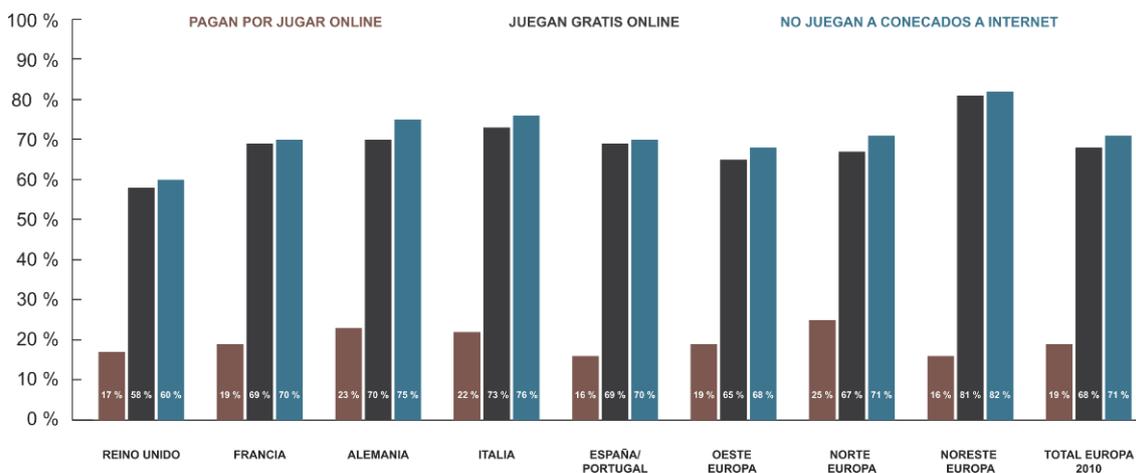
Sin embargo, la dimensión de esta campaña se entiende sobre todo al tener en cuenta que a pesar de mostrarse preocupados, a la hora de comprar videojuegos, la mayoría de los padres no participan en las compras de sus hijos. De hecho, el 31% de los padres jugadores y el 42% de los no jugadores nunca compran juegos para sus hijos.

Funciones online

El 71% de los usuarios de videojuegos europeos han utilizado alguna opción online al jugar en los últimos 3 meses. Los videojuegos online gratuitos siguen siendo los más jugados (68%). Entre ellos, los más populares son los espacios Web de videojuegos (55%) y espacios de juegos en redes sociales (37%). Por países, España es donde menos usuarios pagan por jugar online (16%), mientras que Alemania es donde más usuarios utilizan los juegos online de pago (23%).

Ahora bien, aunque las funciones online de una consola son muy valoradas por los usuarios, debemos aprender a hacer frente a problemas de privacidad en la red, ciberbullying, virus informáticos o fraudes.

Porcentaje de actividad en juegos online por país/región



El mercado europeo de videojuegos en cifras

La afición por los videojuegos se refleja en las cifras de ventas del mercado europeo: 253 millones de juegos vendidos en 2009, que ascienden a un valor total de unos 8.000 millones de euros, de acuerdo con datos de Screen Digest relativos a diciembre de 2009.

En España -cuarto mercado europeo- en 2009 la industria alcanzó los 1.200 millones de euros, lo que sitúa a este sector como líder indiscutible del mercado de ocio audiovisual e interactivo con una cuota de mercado del 53%. (DVD`s, CD`s, cine y videojuegos)

Establecimientos asociados a la campaña

Blade center, Peneka, Convertsoft, Zona digital, Game, Pc city, Ideale, Eurovideo, Videooca, Fnac, Carrefour, Gamestop, El Corte Inglés

Colaboradores

Fundación Antena 3

INTECO

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), sociedad estatal adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, es una plataforma para el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento a través de proyectos del ámbito de la innovación y la tecnología.

Más información: www.inteco.es

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 17 empresas que representan más del 90% del consumo en el mercado español.

Más información: www.adese.es

Más información:

Gabinete de comunicación de aDeSe

Marta.frau@cic-rp.com

Antón.alvarez@cic-rp.com

91 577 92 72