

Nota de prensa

Casi el 40% de los adultos españoles afirma jugar a videojuegos

- Según el estudio de Sigma Dos para AEVI, las franjas de edad en los que más videojugadores hay son las de 18 y 29 años (76%) y de 30 a 44 años (54,3%)
- El 61,1% de los adultos utiliza la videoconsola como plataforma para jugar
- Sólo el 16,8% cree que los videojuegos son algo para jóvenes o niños y casi el 65% de los jugadores con hijos considera que los videojuegos sirven para estrechar lazos con ellos
- El 63,7% de los videojugadores habituales tiene estudios de bachiller o universitarios
- Casi 1 de cada 3 adultos con hijos afirma que comprará videojuegos estas Navidades

Madrid, 16 de diciembre de 2015 –AEVI, la Asociación Española de Videojuegos, ha presentado esta mañana “Videojuegos y Adultos”, el primer estudio de ámbito nacional para conocer la penetración de los videojuegos en la población adulta, realizado en colaboración con Sigma Dos. Una de las principales conclusiones es que el 38,9% de los adultos españoles juega a videojuegos, de los que el 26,2% son jugadores habituales (juegan diariamente, varias veces a la semana o al mes) y el 12,7% ocasionales (mínimo una vez al mes). Además, de los hombres juega el 45,3% y de las mujeres el 32,8%.

Con respecto a la edad, de los adultos de 18 a 29 años juega el 76% y de los de 30 a 44 años juega el 54,3%, lo que demuestra que la franja de edad de los videojugadores se amplía cada vez más. De los padres y madres que juegan habitualmente a videojuegos, el **83,10% tiene hijos menores de 9 años**. Las mujeres con hijos juegan más que las que no los tienen (36,9% frente al 30,1%).

Asimismo, durante la presentación que ha tenido lugar en el espacio International Lab (en Madrid), AEVI ha señalado que con este estudio ha querido analizar el nivel formativo de los videojugadores. De los habituales, el 63,7% tiene estudios de bachiller o universitarios. De estos, el 36,6% corresponde a los de Bachiller y el 27,1% a los de estudios universitarios. De los ocasionales, el 71,9% tiene estudios de bachiller o universitarios, con 25,3% y el 46,6% respectivamente.

Con respecto al dispositivo que más utilizan, los adultos españoles se decantan por la consola de sobremesa, una opción que eligen el 61,1%. De estos, los más jóvenes son los que más la utilizan: de los menores de 29 años lo utilizan un 70,1%. En este ranking, le siguen en popularidad de uso el PC, con el 56,3%, el Smartphone con el 52,2%, la Tablet con el 34,9% y la consola portátil (24,7%). En los últimos puestos se sitúan la Smart TV (8,7%) y las gafas de realidad virtual (3,1%).

Percepción del videojuego entre los adultos

Durante la presentación del estudio, José María Moreno (director general de AEVI) ha detallado la percepción que tienen los adultos sobre los videojuegos. Así, sólo el 16,8% considera que son algo exclusivamente para jóvenes o niños. Además, para el 64,9% de los jugadores con hijos, los videojuegos les ayudan de alguna forma a estrechar lazos con ellos, especialmente los padres y madres más jóvenes (de 18 a 29 años) y las madres de 30 a 44 años. De este grupo, para el 40,3% de ellas les ha servido bastante frente al 13,3% de los padres de la misma franja de edad.

Los hábitos de los padres y madres

El estudio que hoy publica AEVI manifiesta que el 36,2% de los adultos con hijos ha jugado alguna vez con ellos a videojuegos. De los hombres con hijos cuatro de cada diez ha jugado y de las mujeres con hijos el 31,9% lo ha hecho. Los progenitores menores de 30 años son los que más juegan a videojuegos con sus hijos: el 58,1% de ellos ha jugado alguna vez y los que lo hacen con mayor frecuencia, más del 60% juega dos veces por semana. Las madres de entre 30 y 44 años juegan más a menudo con sus hijos a videojuegos, diariamente o un par de veces a la semana. De este grupo, el 13,8% así lo hace frente al 6,8% de los padres.

Por otro lado, entre las madres la sesión más habitual es la de entre media hora y una hora (42,2%) mientras que para los padres son las de menos de media hora (38,8%).

Intención de compra de videojuegos en Navidad

El videojuego volverá a ser una de las opciones de referencia a la hora de configurar la cesta de regalos estas Navidades, fundamentalmente entre los adultos con hijos. Así, prácticamente 1 de cada 3 (el 27,1%) afirma que tiene decidido comprar videojuegos estas Fiestas. Respecto a cuánto gastarán, la gran mayoría de los padres y madres con hijos que comprarán un videojuego destinarán entre 50€ y 100 €.

Finalmente, en el estudio se ha consultado a los padres sobre cuáles consideran que los regalos más deseados por sus hijos para estas Navidades. Según ello, los videojuegos son el segundo regalo más deseado por los niños con un 20,8% sólo por detrás de la ropa (25,9%). Los artículos de deporte (17,1%), los juegos de mesa (11,5%) y los juguetes (10,2%) completan el ranking. Entre los regalos menos demandados se encuentran los electrónicos (4,6%), el dinero (3,3%), la música, libros y películas (2,6%) y los viajes (1,3%).

Con respecto al formato, el videojuego físico para consola sigue siendo el preferido de los niños de su entorno con un 27%. Le siguen los juegos para dispositivo portátil (7,1%), los descargables (4,8%), los juegos para PC (4,2%) y las suscripciones para juegos online (3,2%).

Principales conclusiones:

“El 38,9% de los adultos juega a videojuegos. El 45,3% de los hombres juega y el 32,8% de las mujeres”.

“De los adultos de 18 a 29 años, el 76% son videojugadores y de los de 30 a 44 años el 54,3%”.

“El 83,10% de los videojugadores habituales con hijos, tienen hijos menores de 9 años”.

“De los videojugadores habituales, el 63,7% tiene estudios de bachiller o universitarios”.

“El 61,1% de los adultos españoles elige la consola de sobremesa para jugar a videojuegos”.

“El 83,2% considera que los videojuegos no son sólo algo para niños y jóvenes”.

“Los progenitores menores de 30 años son los que más juegan a videojuegos con sus hijos: de ellos, el 58,1% ha jugado alguna vez con sus hijos”.

“Casi 1 de cada 3 padres comprará videojuegos estas navidades y la mayoría de ellos invertirá entre 50 y 100 euros”.

“El videojuego es el segundo regalo más deseado por los niños con un 20,8%, sólo por detrás de la ropa (25,9%)”.

Estudio realizado por Sigma Dos**Población:** mayores de 18 años**Ámbito:** nacional**Muestra:** 1.000 entrevistas**Margen de error:** de $\pm 3,09\%$ **Trabajo de campo:** 20-24 de noviembre.**Cuestionario:** estructurado**Técnica:** entrevista telefónica a través de un sistema CATI**Acerca de AEVI**

La Asociación Española de Videojuegos (www.aevi.org.es), se constituye en 2014 tras la refundación de aDeSe y se ha convertido en la mayor voz representativa de toda la cadena de producción de la industria en España. AEVI está integrada actualmente por 14 compañías que representan más del 90% del consumo en el mercado español. Activision-Blizzard, BadLand Games, Disney Interactive, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Bandai Namco Entertainment, Nintendo, Novarama, Sony Computer Entertainment, Take Two Interactive, Ubisoft y Warner Interactive.

Contacto Prensa**Evercom**

Elena Fernández/ Juan Gabriel Corral

elena.fernandez@evercom.es / juangabriel.corral@evercom.es

Tfno. 91 577 92 72