

# Videojuegos

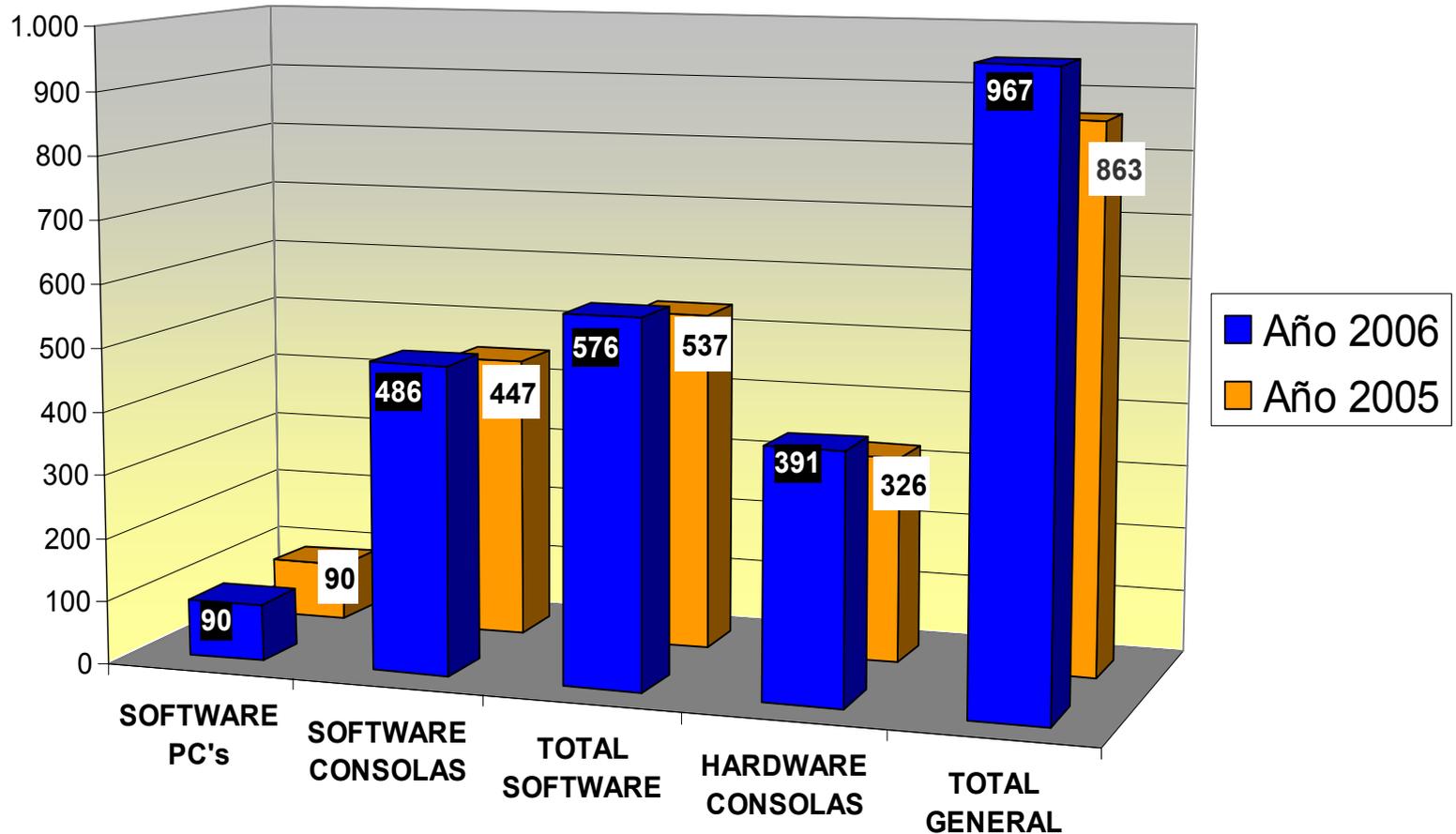
# Resultados 2006

- 1 - Consumo de videojuegos en España y en los países líderes del mercado europeo.
- 2 – Videojuegos más vendidos en 2006
- 3 – La publicidad de los videojuegos
- 4 – Sistema de calificación PEGI
- 5 – La piratería

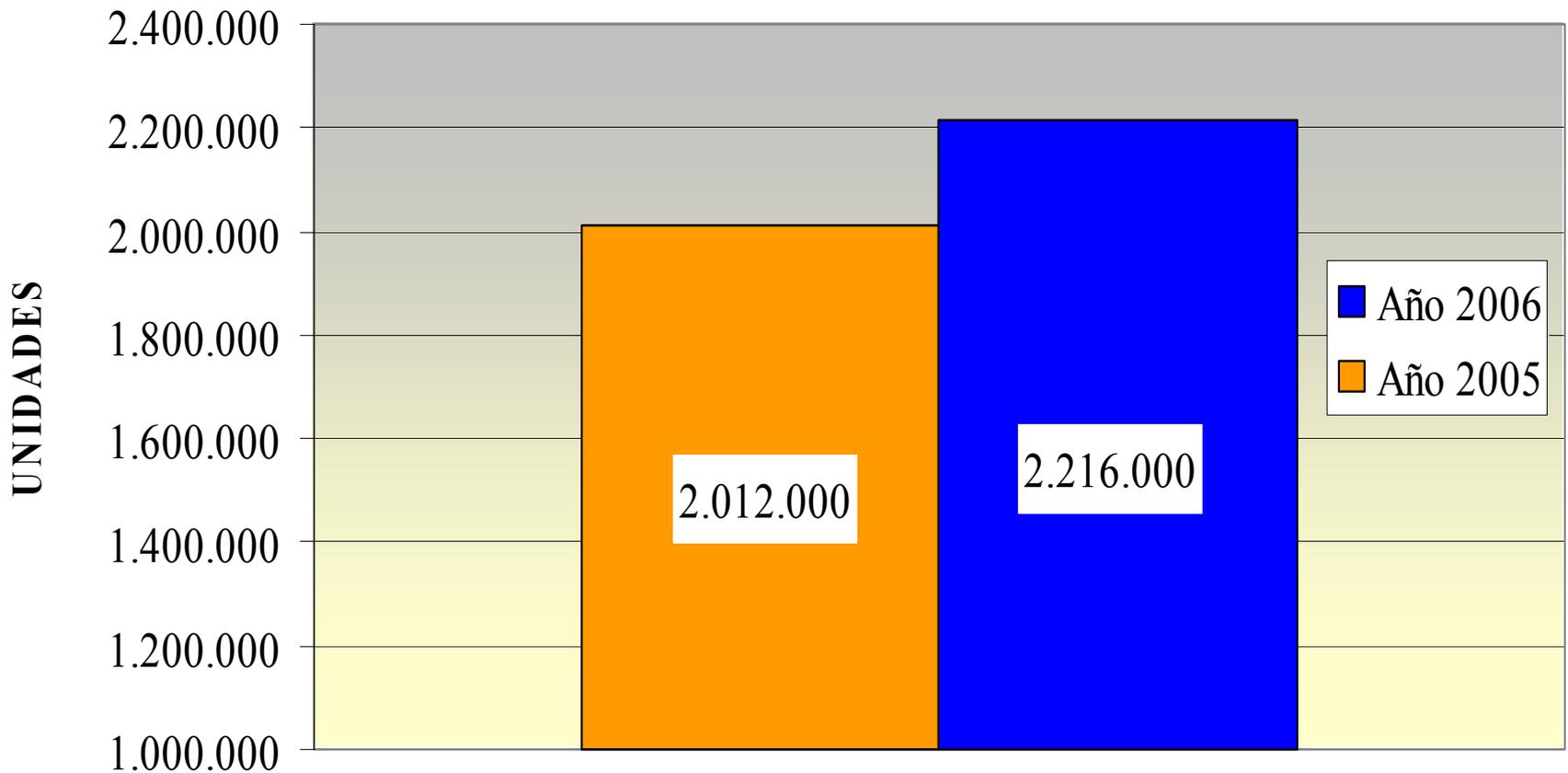
## 1- CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA Y EN LOS PAÍSES LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO.

- En unidades de videojuegos
- En valor económico
- En unidades de consolas
- En función del género
- En función de la plataforma

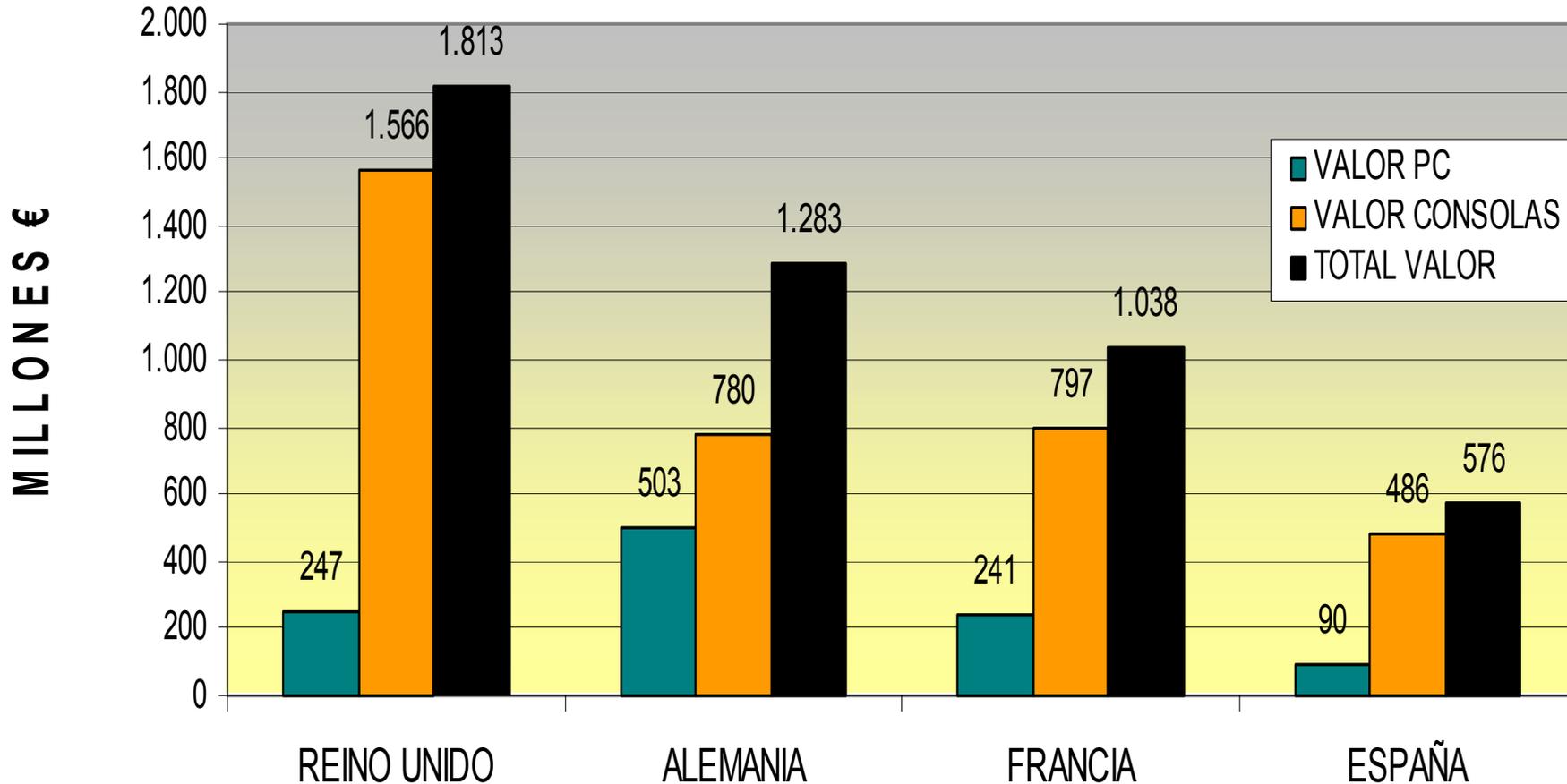
## CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA



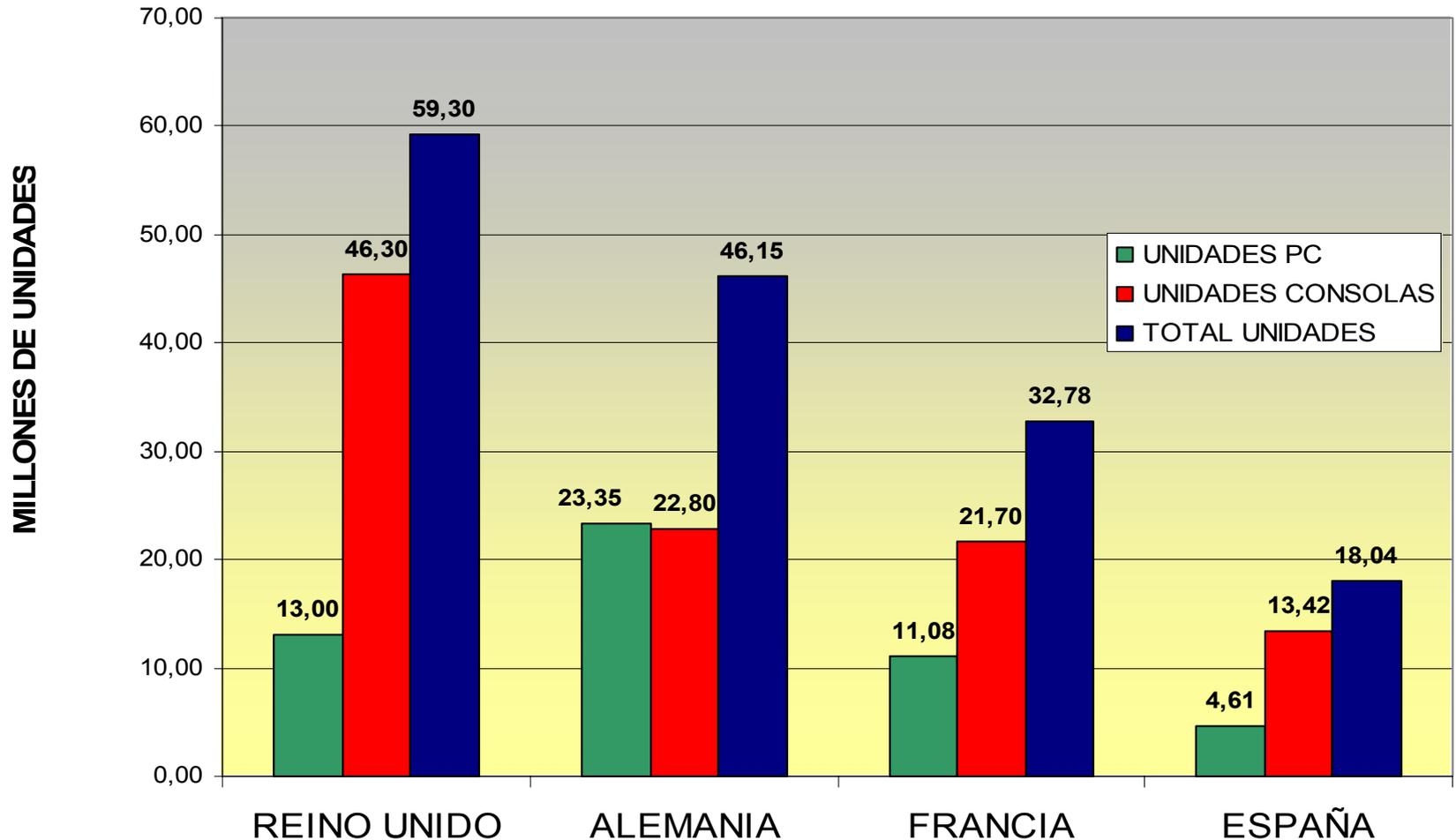
## CONSOLAS DE VIDEOJUEGOS VENDIDAS



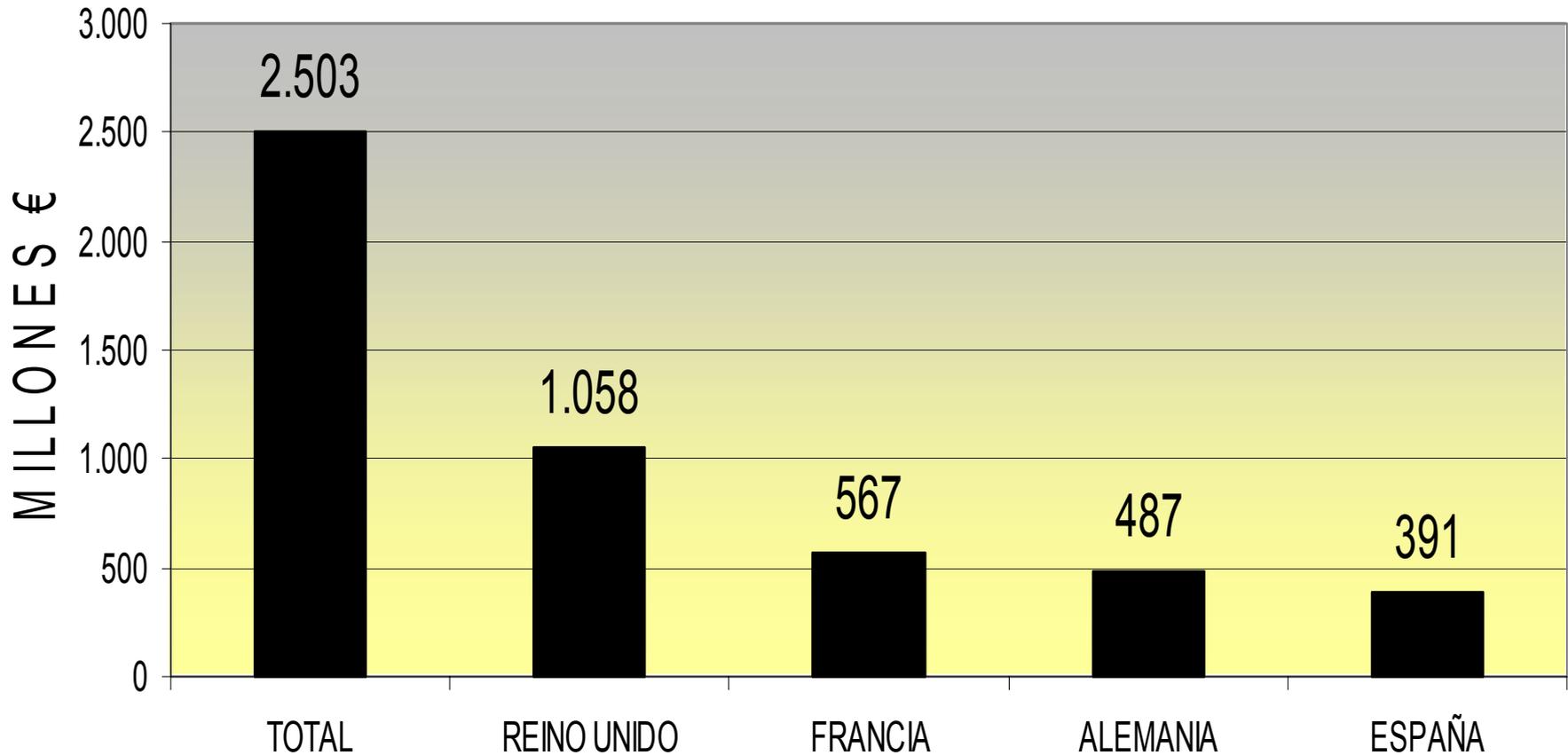
## LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO DE SOFTWARE EN VALOR DE VIDEOJUEGOS EN 2006



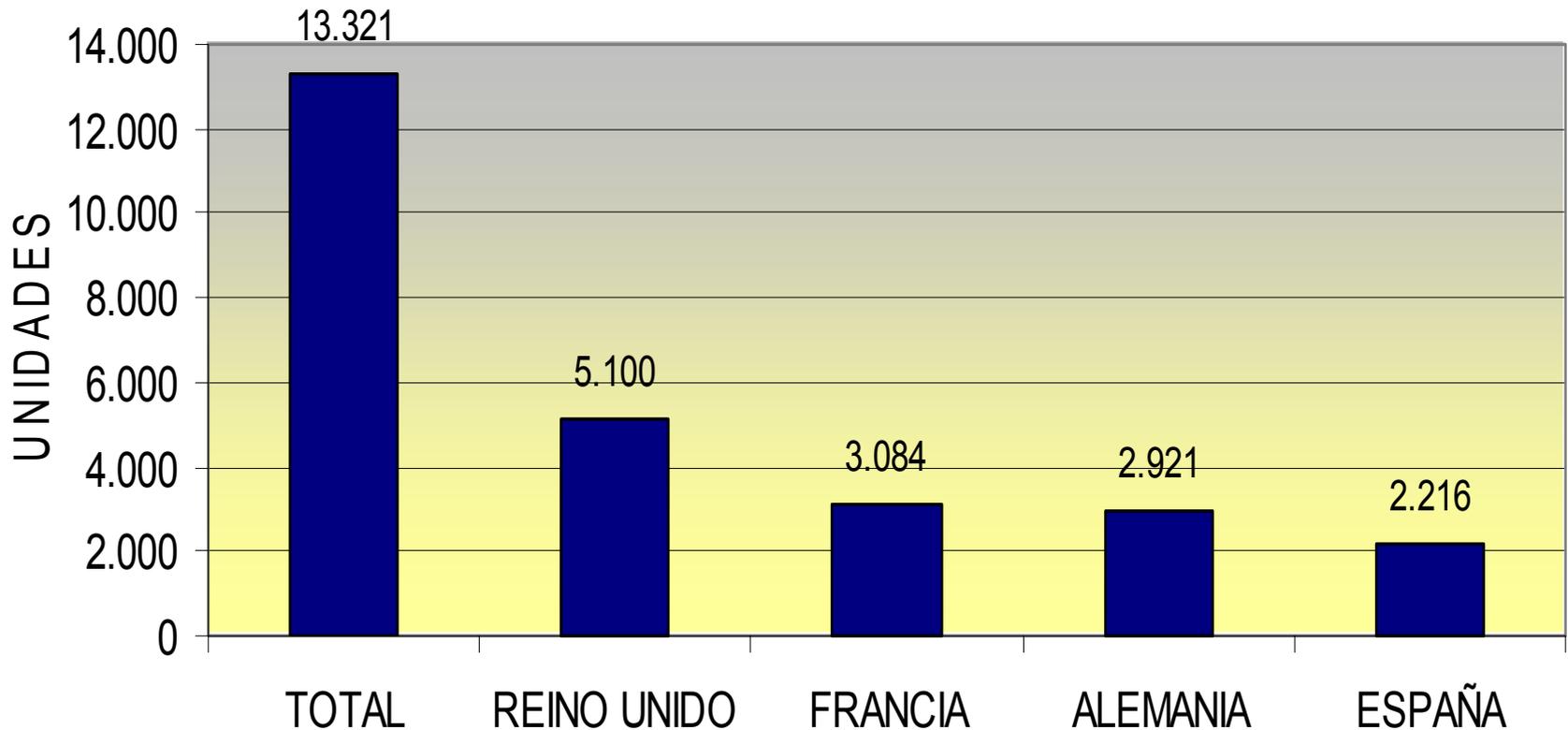
## LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO DE SOFTWARE EN UNIDADES DE VIDEOJUEGOS 2006



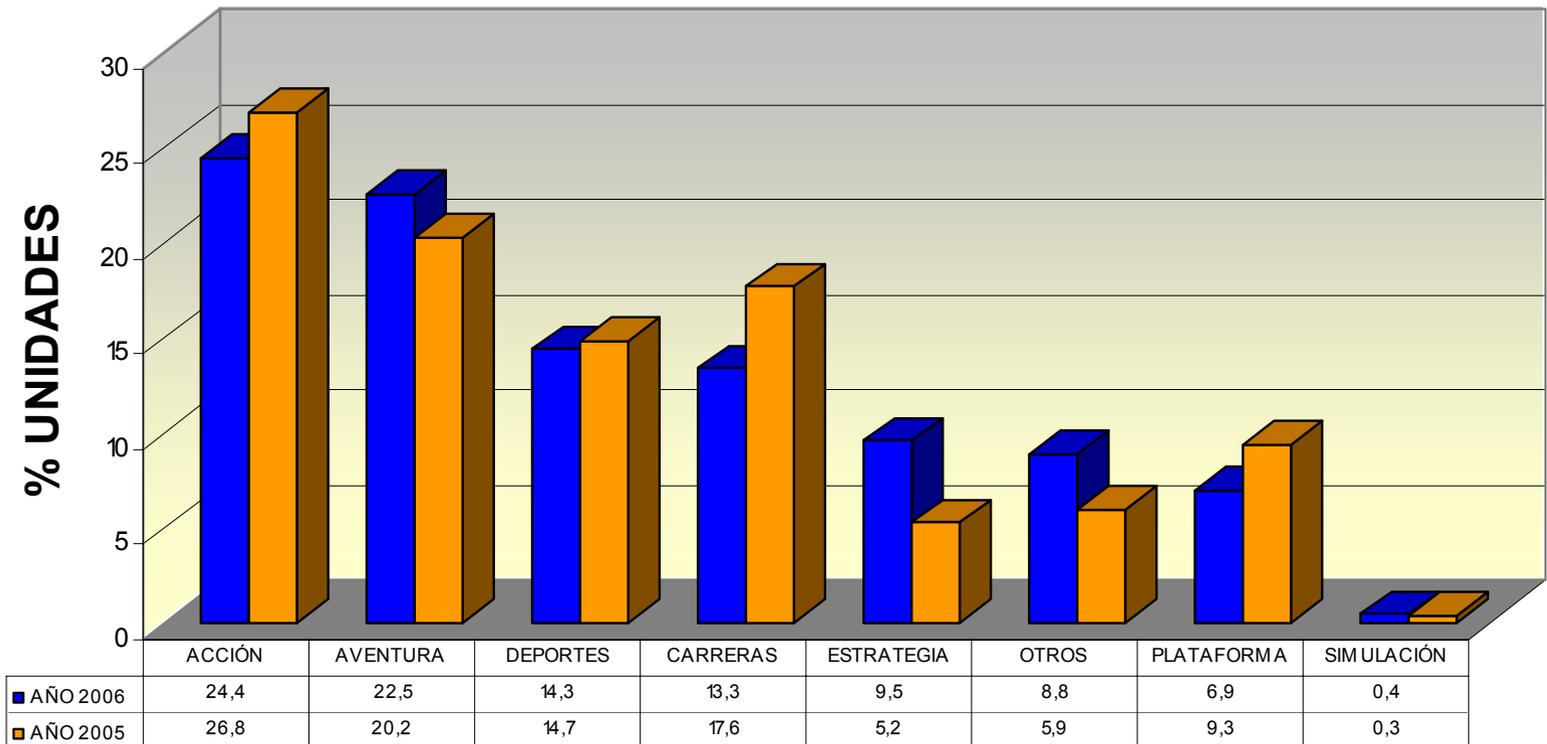
## LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO EN VALOR DE CONSOLAS EN 2006



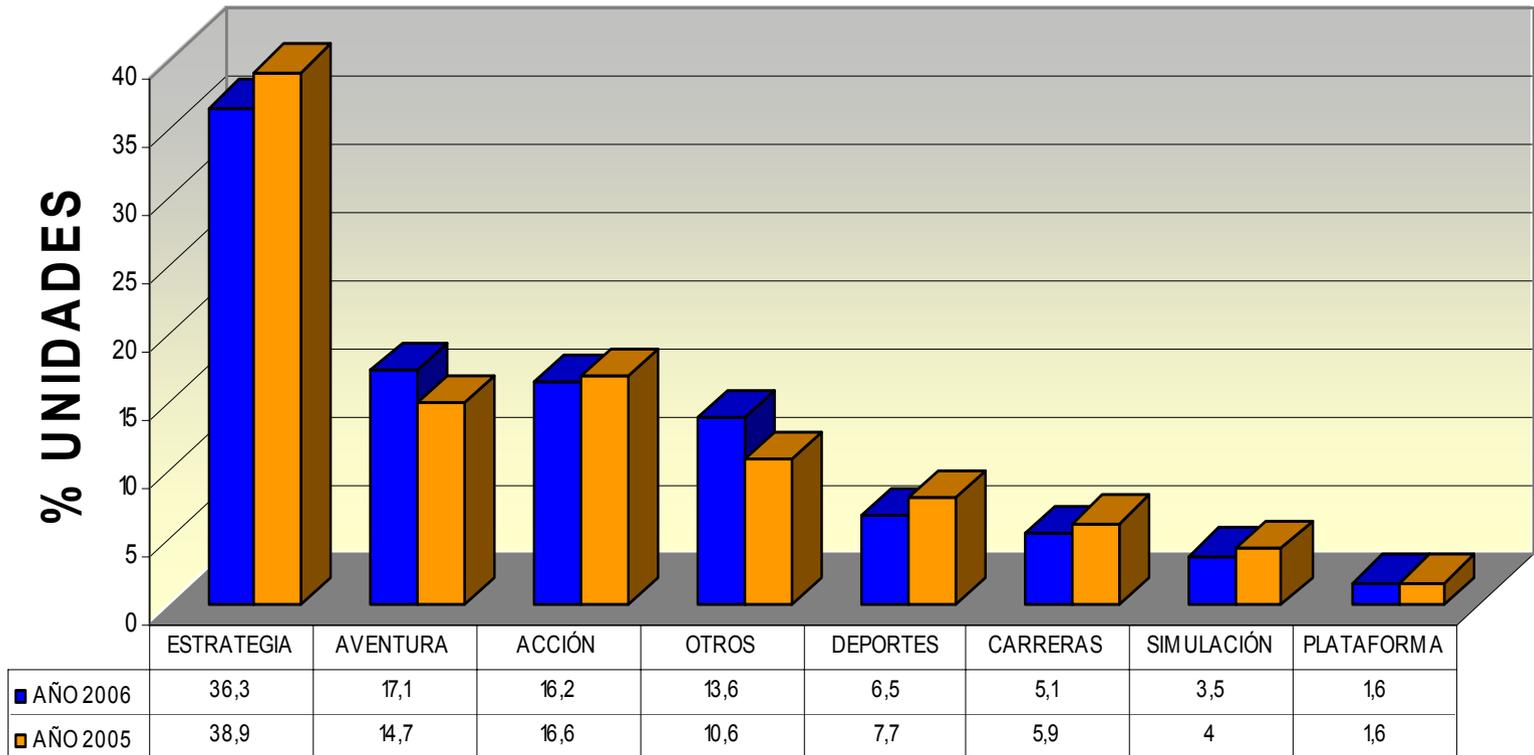
## LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO EN UNIDADES DE CONSOLAS EN 2006



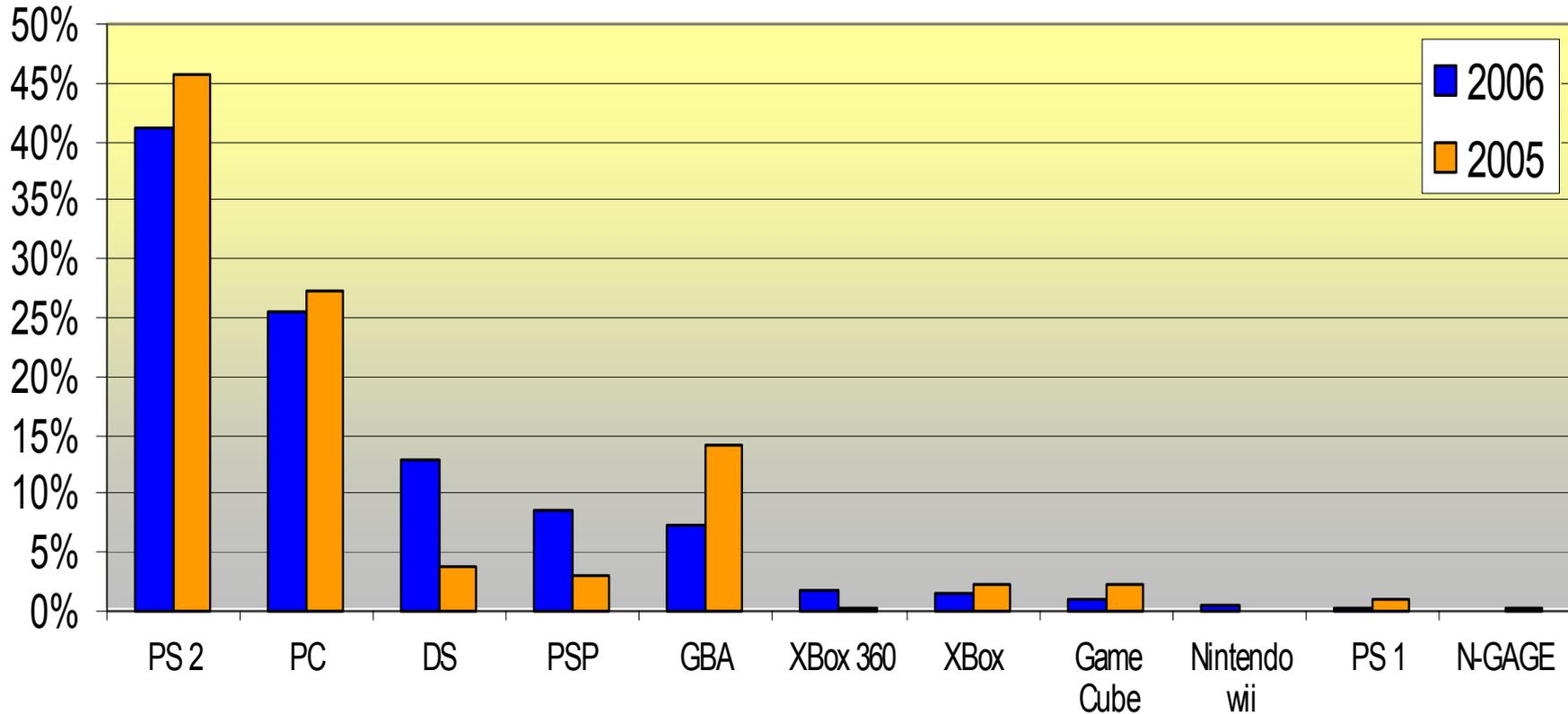
## VIDEOJUEGOS DE CONSOLAS: SEGMENTACIÓN POR GÉNEROS EN UNIDADES



## VIDEOJUEGOS DE ORDENADOR: SEGMENTACIÓN POR GÉNEROS EN UNIDADES



## SEGMENTACIÓN DEL SOFTWARE POR PLATAFORMAS EN UNIDADES



## TODAS LAS PLATAFORMAS CONCENTRACIÓN DE VENTAS EN 2006



## 2- VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS EN 2006 CLASIFICADOS POR:

- Títulos más vendidos
- Rangos de edad
- Plataforma
- Género

COMPARACIÓN CON OTRAS ALTERNATIVAS DE OCIO  
AUDIOVISUAL

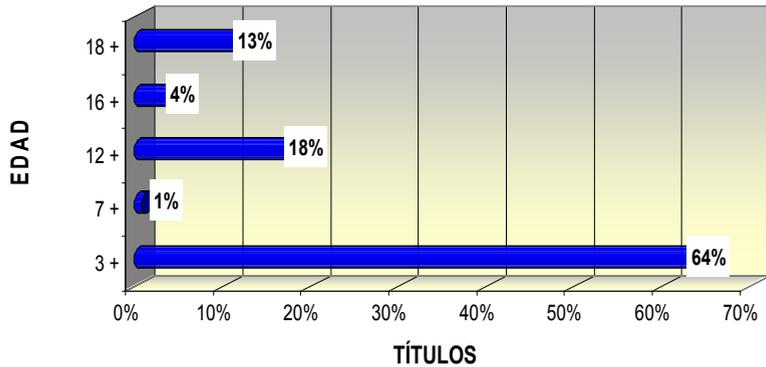
## TOP 20 TODAS LAS PLATAFORMAS AÑO 2006

RANKING	TITULO	DISTRIB.	GÉNERO	PLATAF.	PEGI
1	PRO EVOLUTION SOCCER 6	KONAMI	DEPORTE	PS2	3+
2	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA	NINTENDO	ESTRATEGIA	DS	3+
3	ANIMAL CROSSING: WILD WORLD	NINTENDO	AVENTURA	DS	3+
4	FIFA 07	ELECTRONIC ARTS	DEPORTE	PS2	3+
5	POKEMON MUNDO MISTERIOSO - EQUIPO DE RESCATE AZUL	NINTENDO	AVENTURA	NDS	3+
6	NEW SUPER MARIO BROS.	NINTENDO	PLATAFORMA	NDS	3+
7	NINTENDOGS: DÁLMATA	NINTENDO	ESTRATEGIA	NDS	3+
8	PRO EVOLUTION SOCCER 5	KONAMI	DEPORTE	PS2	3+
9	EYE TOY: PLAY 3	SONY	INNOVAC.	PS2	3+
10	NEED FOR SPEED: CARBONO	ELECTRONIC ARTS	CARRERAS	PS2	12+
11	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS PLATINUM	TAKE 2	ACCIÓN	PS2	18+
12	BIG BRAIN ACADEMY	NINTENDO	ESTRATEGIA	NDS	3+
13	BUZZ! EL GRAN RETO	SONY	INNOVAC.	PS2	3+
14	NINTENDOGS: LABRADOR	NINTENDO	ESTRATEGIA	NDS	3+
15	SINGSTAR EDAD DE ORO DEL POP ESPAÑOL	SONY	INNOVAC.	PS2	12+
16	POKEMON ESMERALDA	NINTENDO	AVENTURA	GBA	3+
17	GRAND THEFT AUTO: LIBERTY CITY STORIES	TAKE 2	ACCIÓN	PSP	18+
18	KINGDOM HEARTS II	PROEIN	AVENTURA	PS2	12+
19	EYE TOY: PLAY SPORTS	SONY	INNOVAC.	PS2	3+
20	POKEMON MUNDO MISTERIOSO - EQUIPO DE RESCATE ROJO	NINTENDO	AVENTURA	GBA	3+

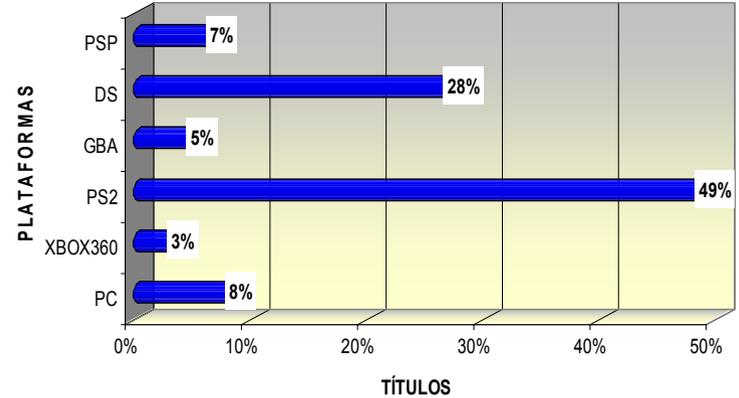
# aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

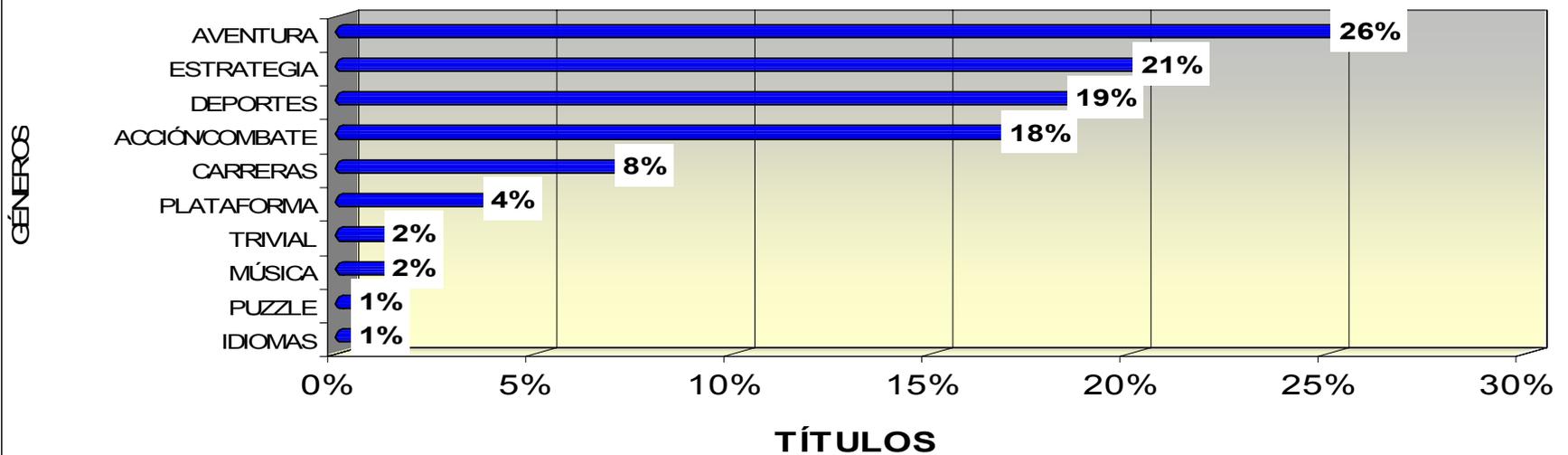
## TOP 10 POR RANGOS DE EDAD EN 2006



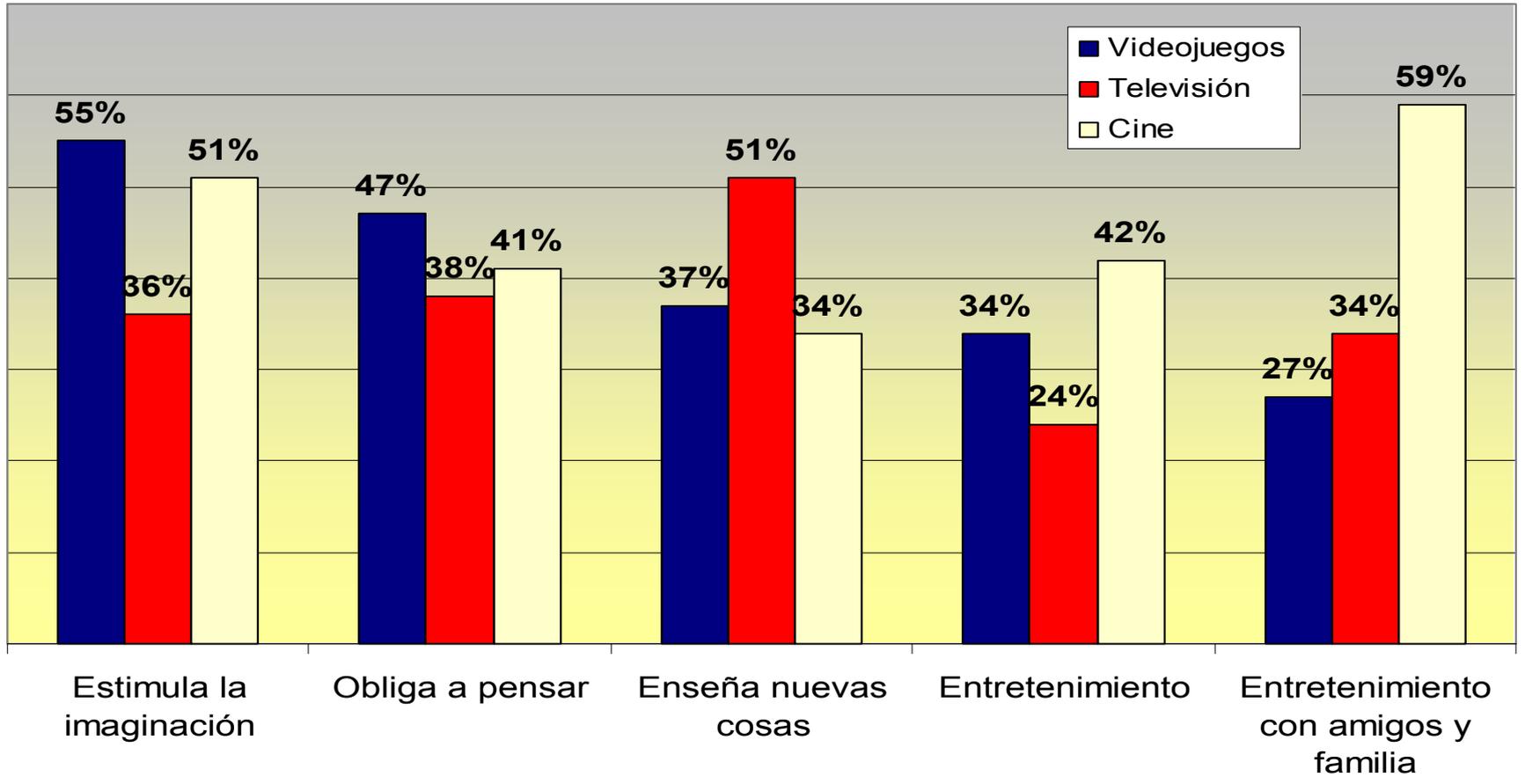
## TÍTULOS EN EL TOP 10 POR PLATAFORMA EN 2006



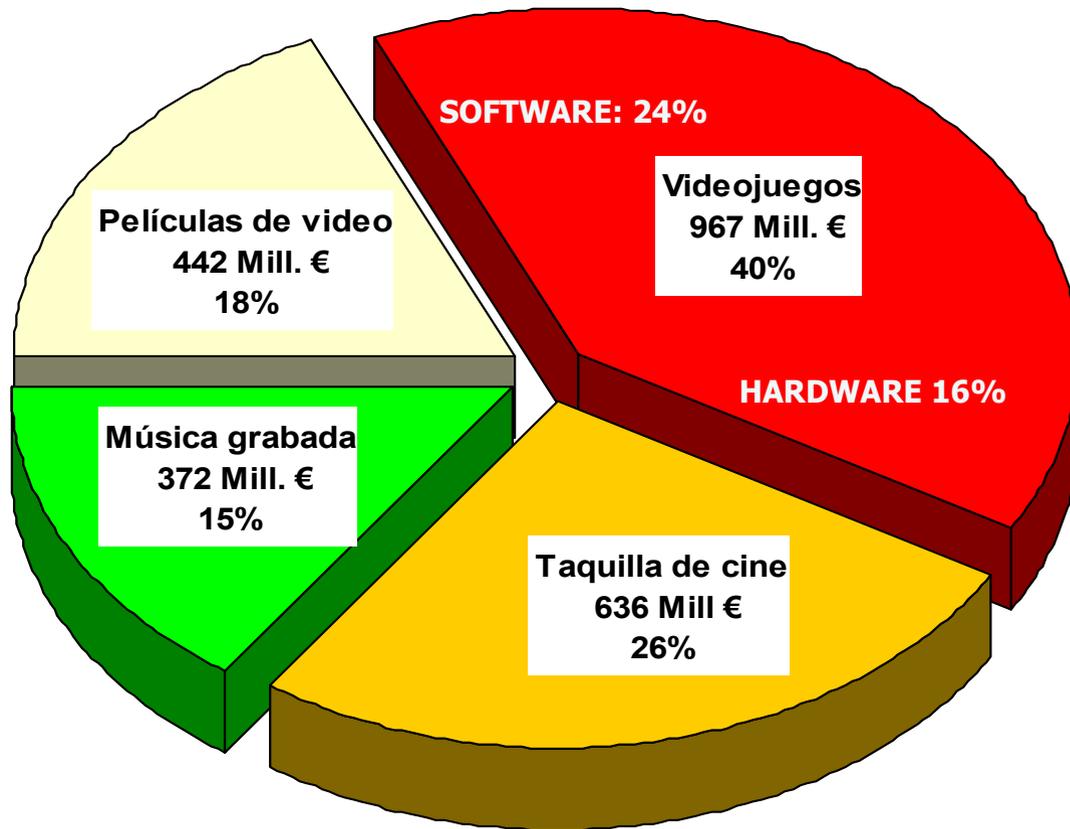
## TÍTULOS TOP 10 SEGÚN GÉNEROS EN 2006



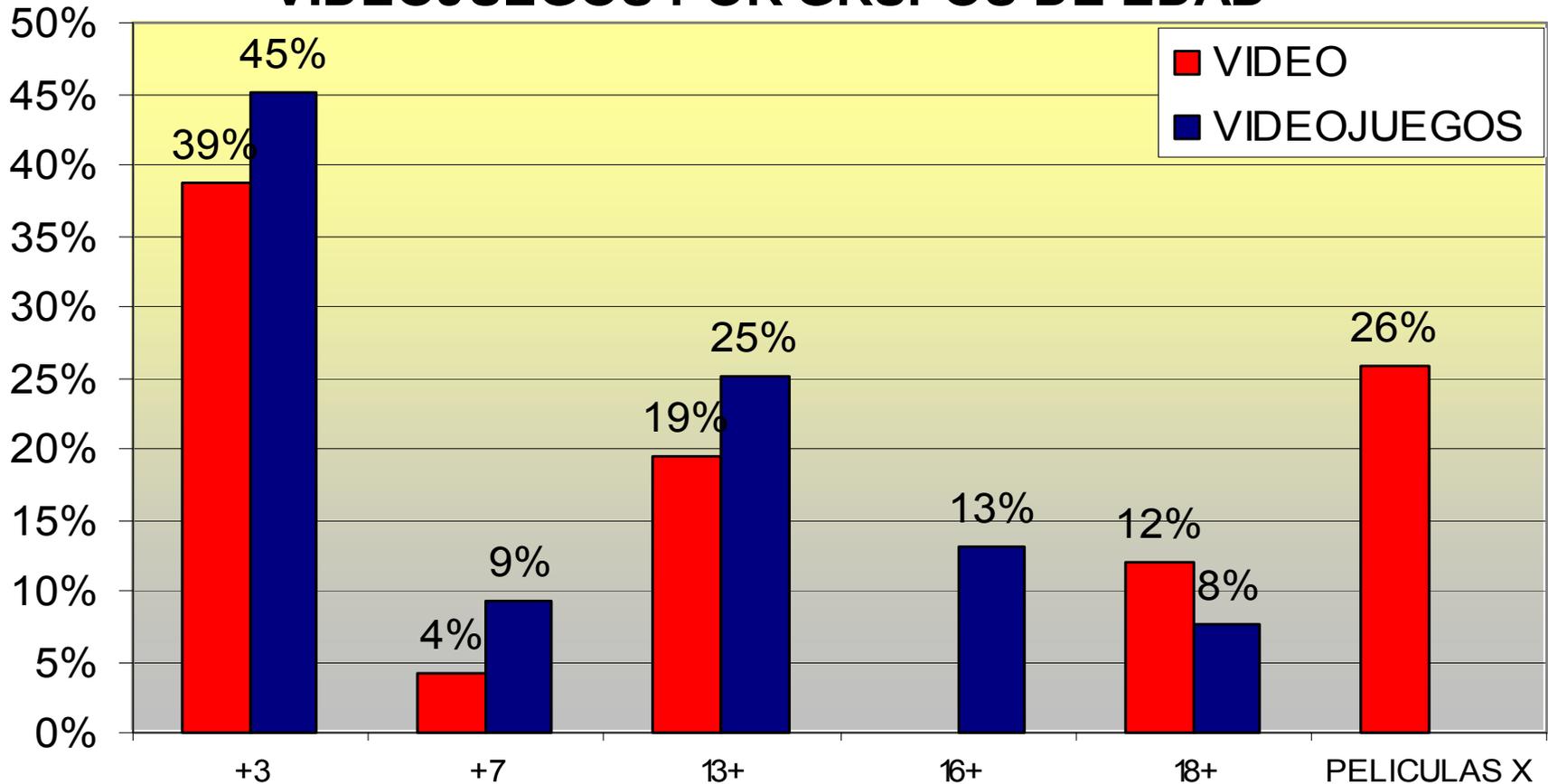
## HABILIDADES, DESTREZAS, CONOCIMIENTO Y ENTRETENIMIENTO DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA UE EN 2006



## ESTIMACIÓN DEL CONSUMO AUDIOVISUAL E INTERACTIVO EN ESPAÑA EN 2006



## COMPARATIVA DE PELICULAS DE VIDEO Y VIDEOJUEGOS POR GRUPOS DE EDAD

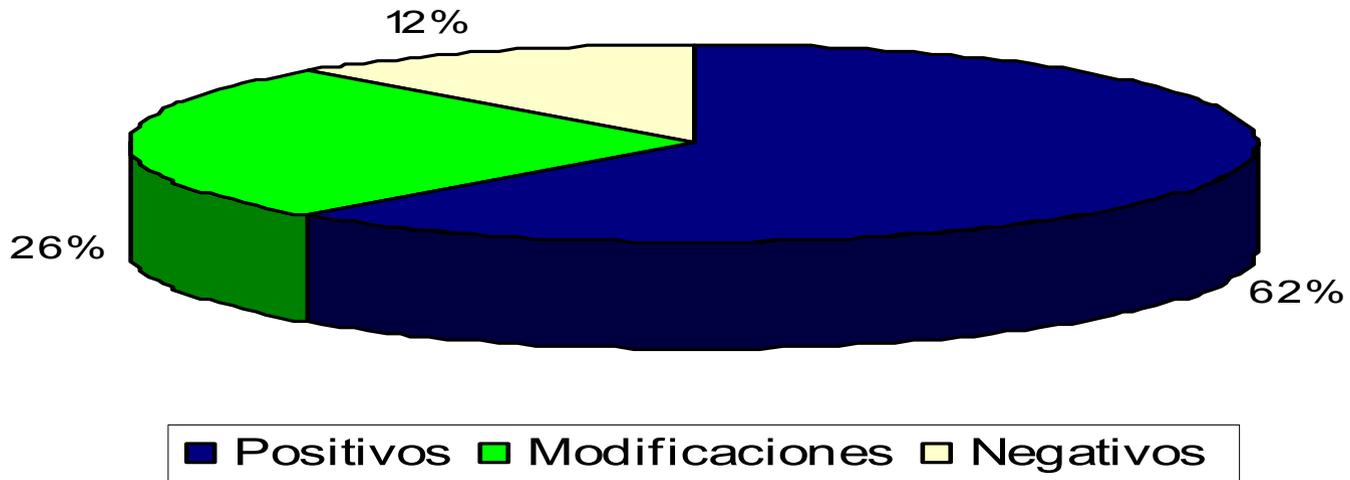


## 3- LA PUBLICIDAD DE VIDEOJUEGOS

- Control de la publicidad
- Inversión en publicidad
- Evolución de la publicidad

## a) Resultados Copy advice solicitados en 2006

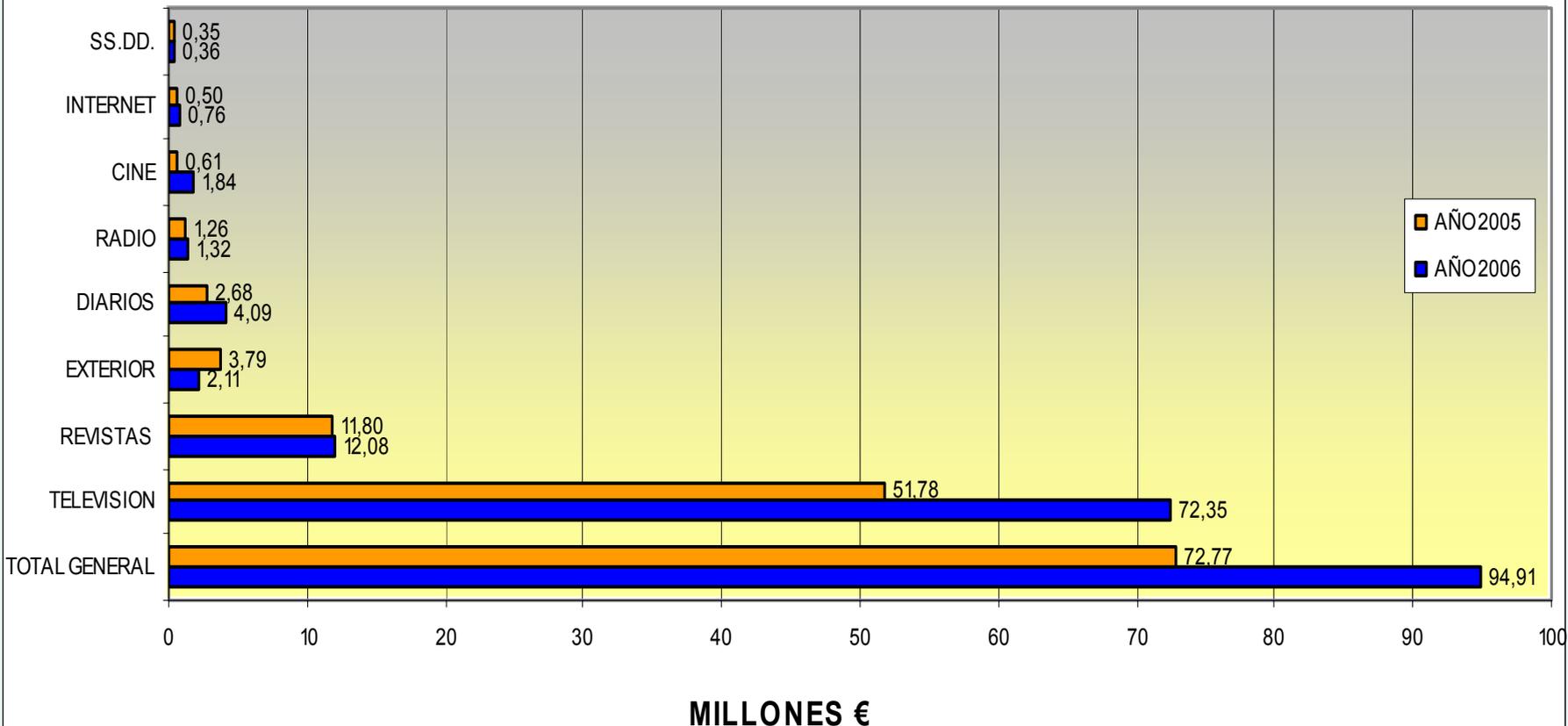
Publicidad de Videojuegos	2005	2006
<b>TOTAL COPY ADVICE</b>	125	161
<b>Positivos</b> (No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio)	108	99
<b>Con modificaciones</b> (Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio)	8	42
<b>Negativos</b> (Se ha desaconsejado la difusión del anuncio)	9	20



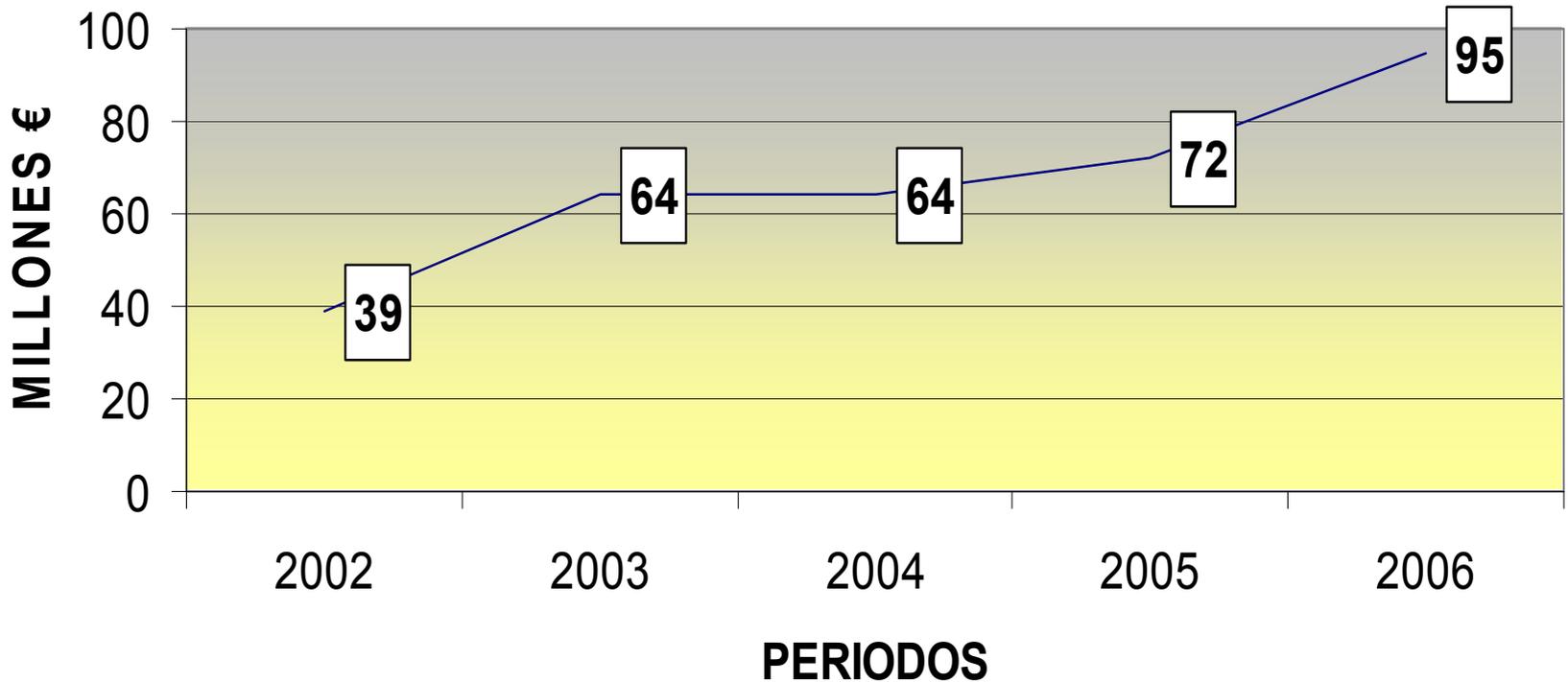
**b) Motivos por los que, antes de su emisión, se han recomendado modificaciones, desaconsejado la emisión, o se aconsejan limitaciones (de horario o medio) a propuestas de anuncios.**

Infracción del Principio de Legalidad (Art. 4 Directrices)	Inducción a conducción temeraria y contraria a la Ley de Seguridad Vial	6
	Inducción a comportamientos imprudentes o negligentes	7
	Otros	8
Infracción del Principio de Veracidad (Art. 6 Directrices)	No identificabilidad de la naturaleza publicitaria del anuncio	2
	Inducción a error sobre las características y prestaciones del videojuego	-
	No indicación de la clasificación por edades según PEGI	27
Infracción del Principio de adecuación de la publicidad al público al que se dirige el videojuego (Art. 8 Directrices)		1
Nº RECLAMACIONES PRESENTADAS ANTE EL JURADO SOBRE VIDEOJUEGOS (De 01 ene'06 a 31 dic'06)		2

## INVERSION PUBLICITARIA EN VIDEOJUEGOS EN 2006



## EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN VIDEOJUEGOS



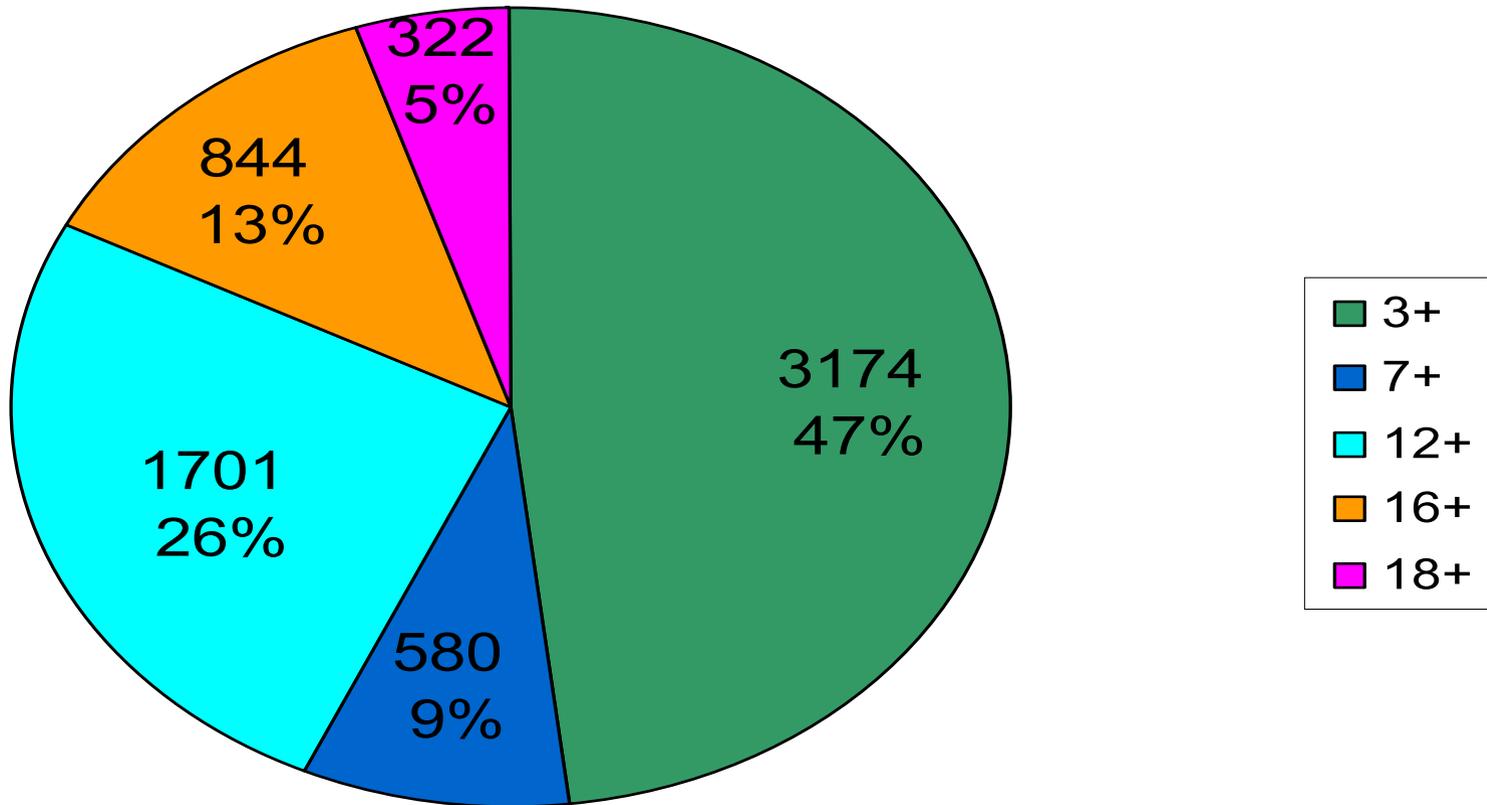
## 4- SISTEMA DE CALIFICACIÓN PEGI:

PRODUCCIÓN TOTAL DE VIDEOJUEGOS CALIFICADOS POR:

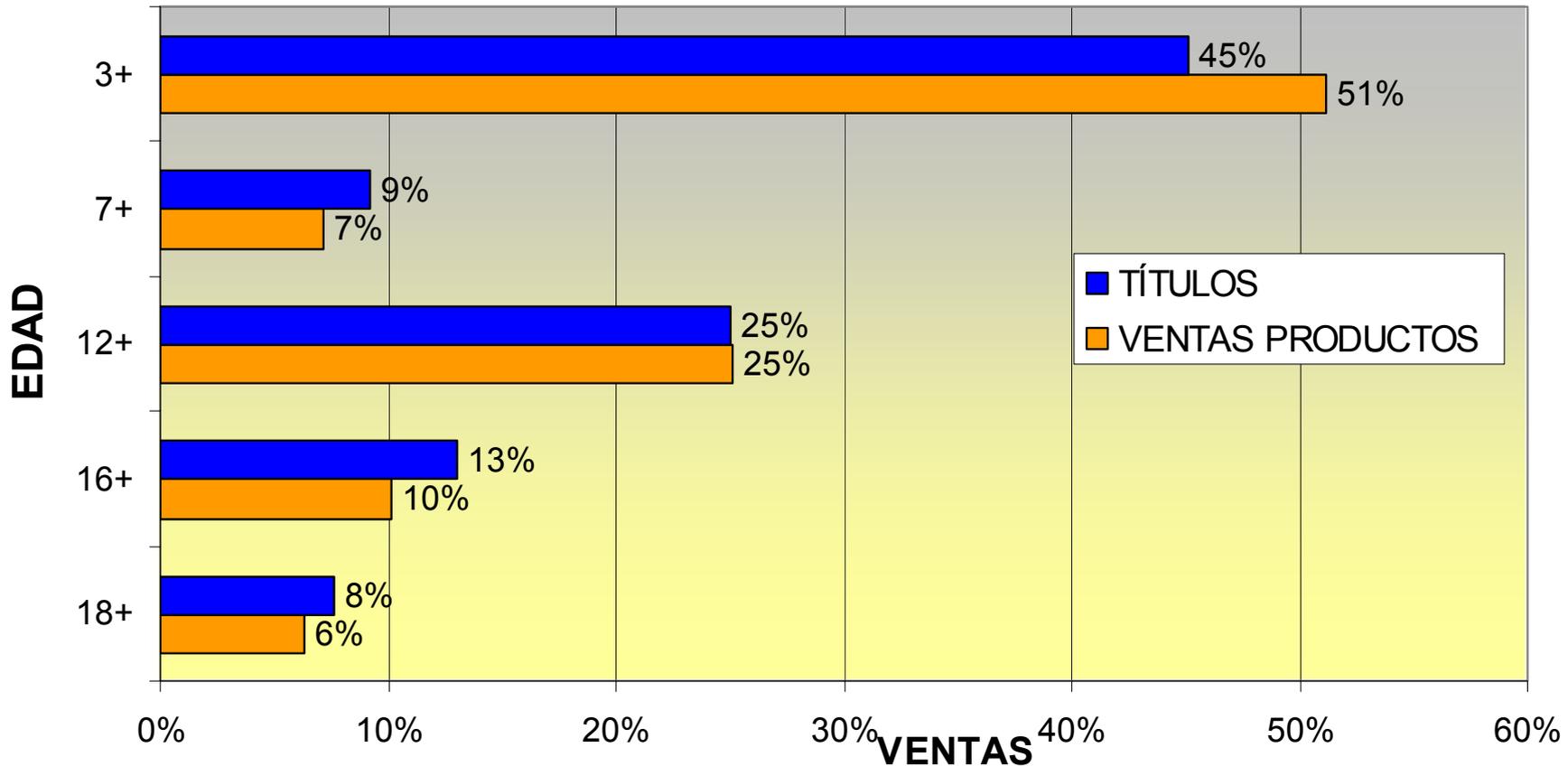
- Edad
- Plataforma
- Ventas y títulos en 2006 atendiendo a la edad.

CONOCIMIENTO DEL SISTEMA PEGI EN LA UE

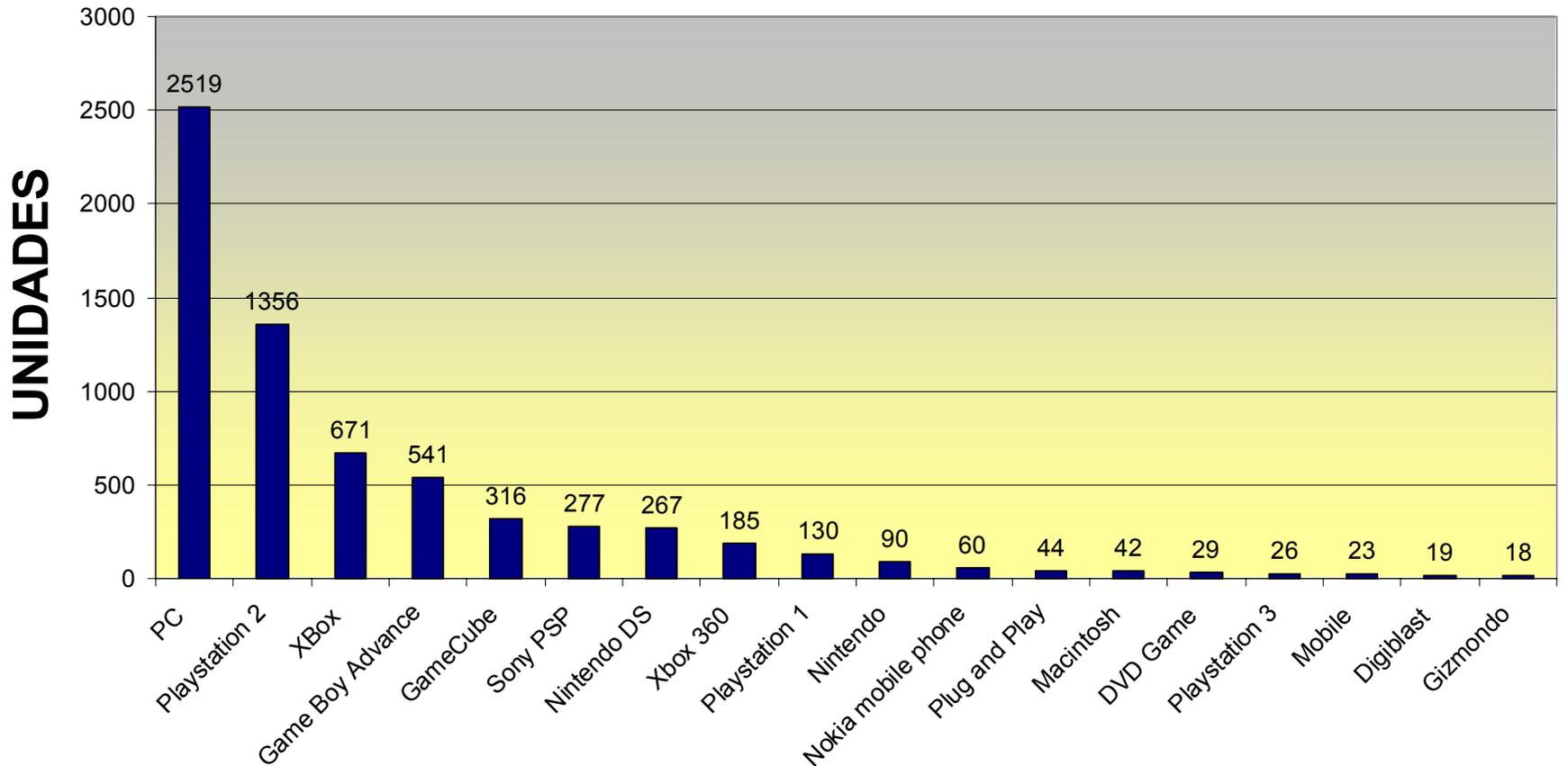
## VIDEOJUEGOS CALIFICADOS DESDE LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA PEGI AL 31/12/06: 6.621



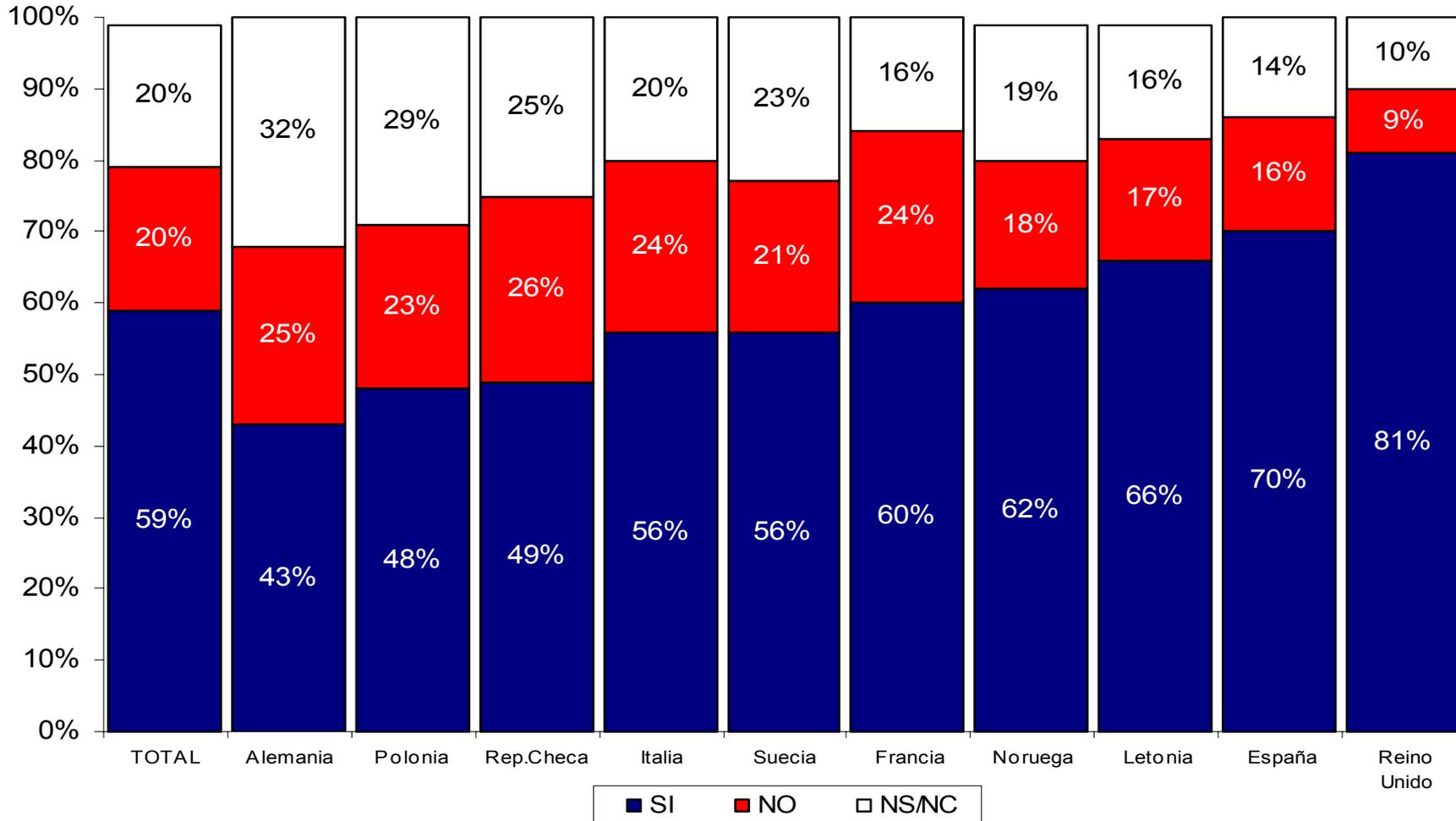
## VALOR DE LAS VENTAS Y NÚMERO DE TÍTULOS LANZADOS EN 2006 SEGÚN CLASIFICACIÓN DE EDAD



## DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN POR PLATAFORMAS DESDE LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA PEGI

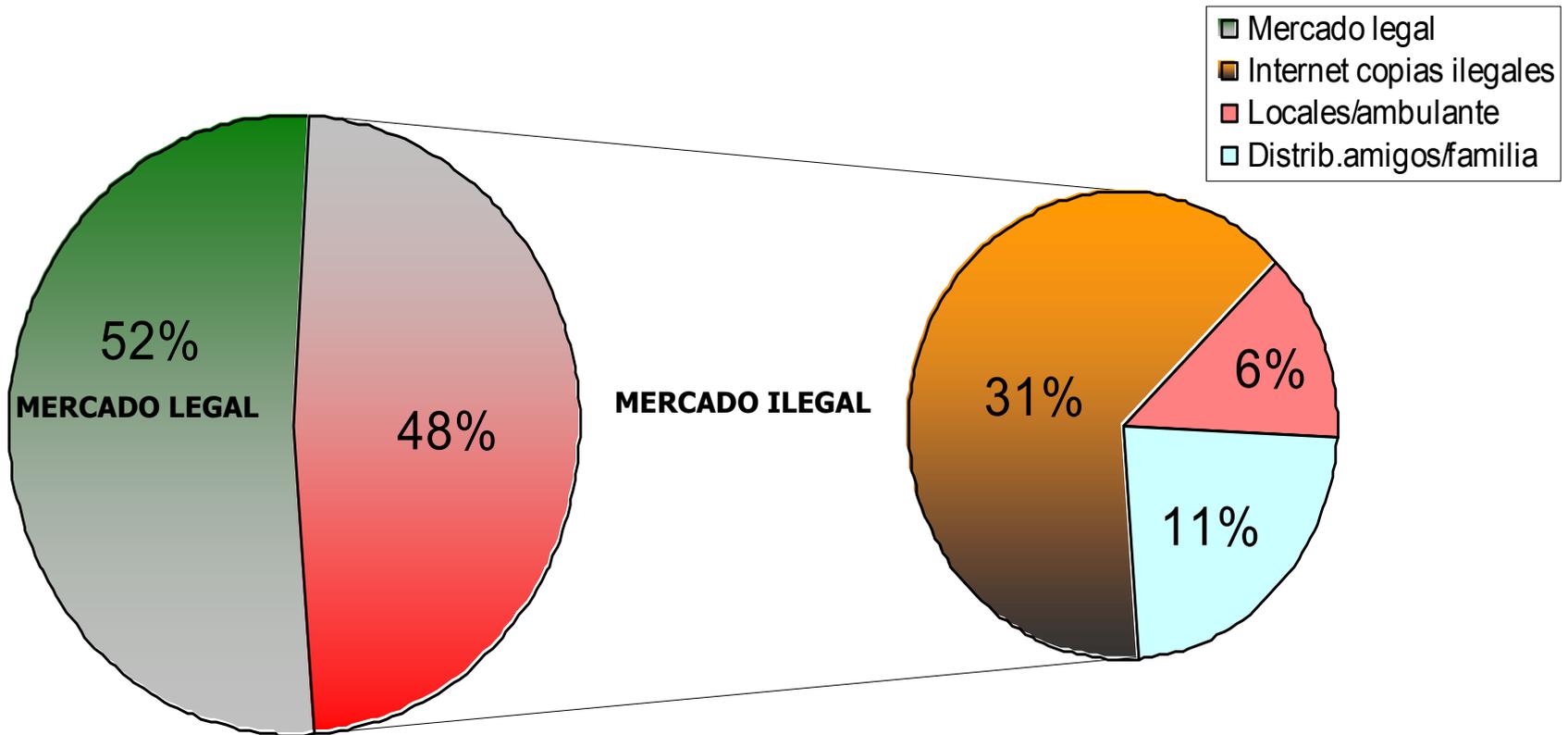


## CONOCIMIENTO DEL SISTEMA DE CALIFICACIÓN EN EUROPA EN 2006

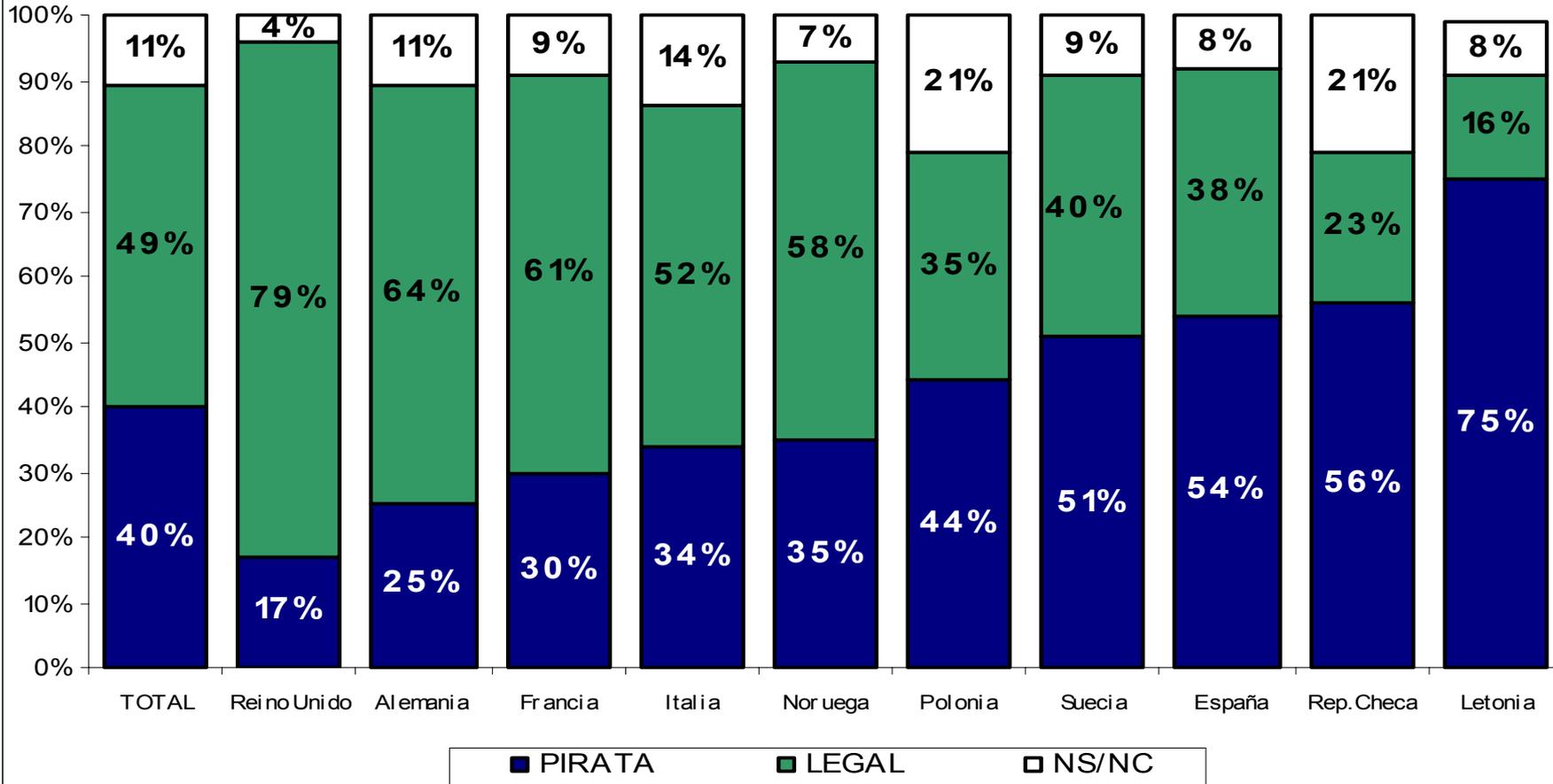


## 5- LA PIRATERÍA EN ESPAÑA Y LA UE

## PIRATERÍA DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA EN 2006



## DIS TRIBUCIÓN DEL PRODUCTO LEGAL Y PIRATA EN EUROPA



## PIRATERÍA EN EUROPA SEGÚN PLATAFORMA

