

Estudio aDeSe 2009

“Usos y hábitos de los videojugadores españoles”

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Contenidos

Planteamiento y objetivos 3

Metodología 7

Descripción de la muestra 10

Hábitos de usos de videojuegos en general 16

Hábitos de usos de videojuegos Online 63

Adquisición y/o alquiler de videojuegos 73

Equipamiento 91

Juegos en móviles 94

PSM: Price Sensitivity Meter 93

Principales conclusiones 107

Planteamiento de la Fase U&A *y* Objetivos

Indicadores Fase U&A (I)

4

Hábitos de uso

Presupuesto o gasto
medio de ocio de
entretenimiento
audiovisual



Adquisición y/o alquiler
de vídeo juegos

Selección de
videojuegos

Equipamiento y sus
características

Indicadores Fase U&A (II)

5

1. Hábitos de uso

- Evolución del uso: más, menos o igual que hace un año.
- Otros entretenimientos en los que ahora emplea más tiempo en detrimento del videojuego
- Usos sin conexión a Internet: frecuencia e intensidad de uso, Conexión a ordenador o consola
 - Compañía: en solitario o acompañado
 - Dónde
 - Qué: Secciones
- Usos con conexión a Internet:
 - Tipo de conexión (banda estrecha, banda ancha, cable)/ Ethernet
 - Likes/ Dislikes
 - Jugar videojuegos en red: grado de satisfacción; frenos y barreras
 - Servicios usados en Internet



2. Adquisición y/o alquiler de vídeo juegos

- Grado de satisfacción con la oferta actual
- Alquiler:
 - Grado de satisfacción con la oferta de alquiler
 - Frecuencia de alquiler de vídeo juegos
 - Compra después del uso en alquiler del vídeo juego: frecuencia de compra y géneros más alquilados y comprados
- Compra:
 - Adquisiciones más recientes: género, tipo de adquisición (regalo, compra, copia, bajado de internet...)
 - En caso de compra: Gasto medio
 - Lugar de compra

Indicadores Fase U&A (III)

6

1. Hábitos de uso

4. Presupuesto o gasto medio de ocio de entretenimiento audiovisual

- Tienen asignado un presupuesto: independencia o no en el uso de ese presupuesto
- Estimación del reparto de su gasto entre las siguientes partidas: videojuegos, música, vídeo y DVD.

2. Adquisición y/o alquiler de vídeo juegos

3. Selección de videojuegos

- Atributos más importantes en la elección de un videojuego
- Videojuego preferido y motivos.

5. Equipamiento y sus características

- Equipamiento de PC
- Tipo de Consola
- Internet

Metodología de Investigación

Diseño de la Muestra

8

Universo

Usuarios de videojuegos de 7 a 34 años

Ámbito

Muestra representativa nacional de los usuarios de videojuegos de acuerdo a los resultados del Ómnibus

Muestra

Total entrevistas: 709

Jugadores de videojuego de PC: 351 entrevistas

Jugadores de videojuegos de Consola: 358 entrevistas

Niños (7 a 13 años): 216 entrevistas

Jóvenes y Adultos (14-34 años): 493 entrevistas

Error Muestral

Total: $\pm 3,68\%$ con un nivel de confianza del 95,5% y siendo $p=q=0,5$

PC: $\pm 5,23\%$ con un nivel de confianza del 95,5%

Consola: $\pm 5,18\%$ con un nivel de confianza del 95,5%

Tipo de Entrevista

Entrevista personal con cuestionario semi-estructurado con una duración aproximada de 20 minutos.

Aspectos a considerar en los gráficos:

En todos los gráficos se incluye a pie de página la unidad de medida (porcentajes, medias), la base ponderada y la pregunta a la que hacen referencia.

En las bases se señala con un asterisco (*) aquellas que son menores de 80 casos y que se consideran por tanto pequeñas. Estas bases apuntan a tendencias. En las bases en que aparecen dos asteriscos (**) es menor a 40 casos y se recomienda no extraer ningún tipo de conclusión y sólo se incluyen con carácter informativo.

En el informe están señalados todas las diferencias significativas de un segmento respecto al total de la muestra, donde significa:



Diferencia significativamente superior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

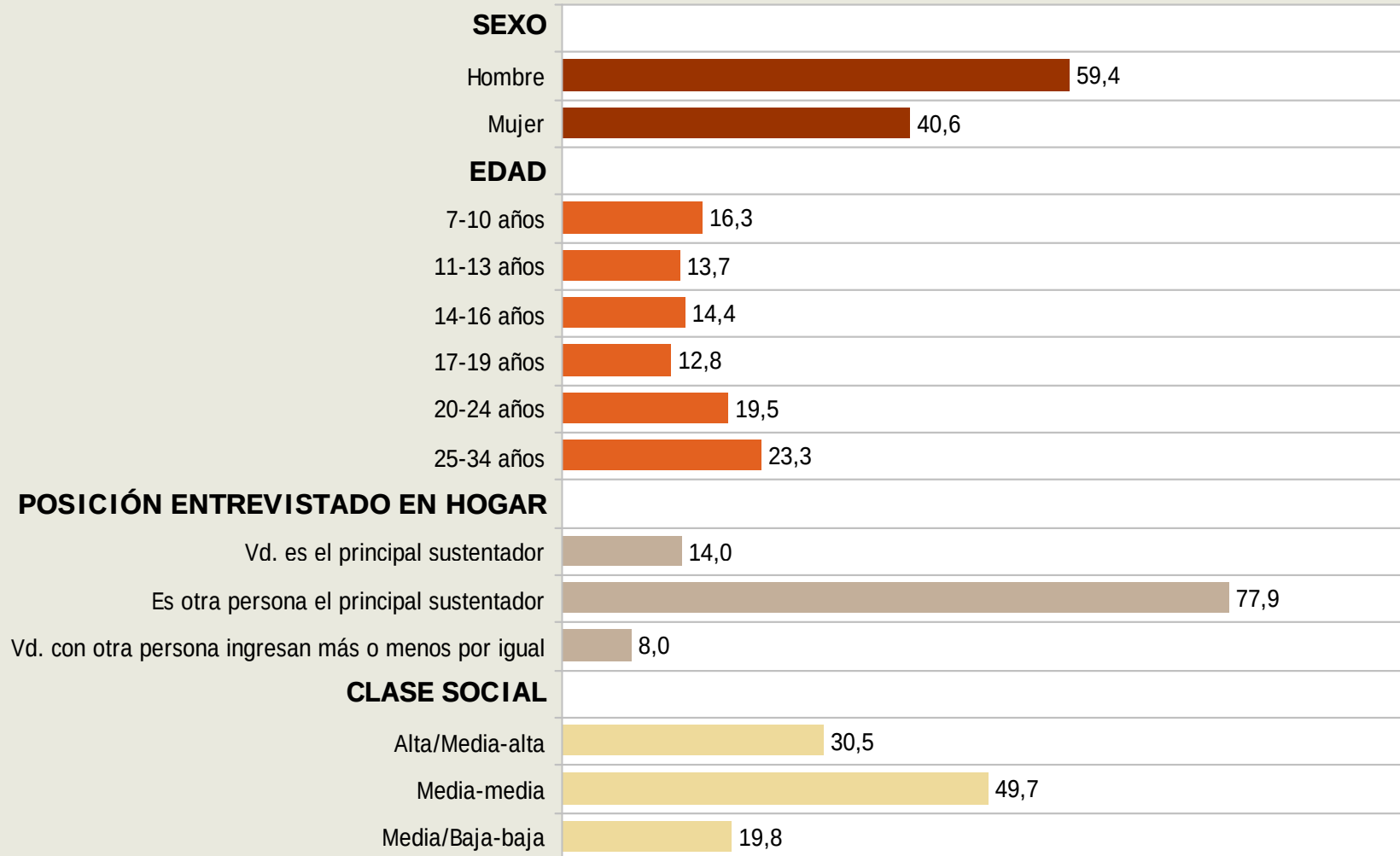


Diferencia significativamente inferior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

Descripción de la Muestra

Descripción Sociodemográfica de la Muestra (I)

11



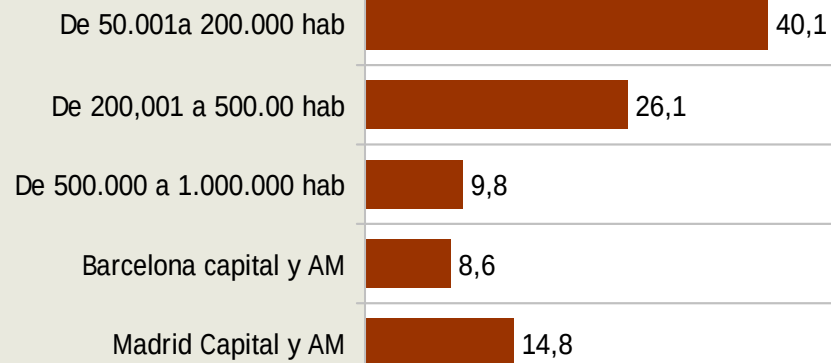
Unidad: Porcentajes

Base : Total Muestra (n=709)

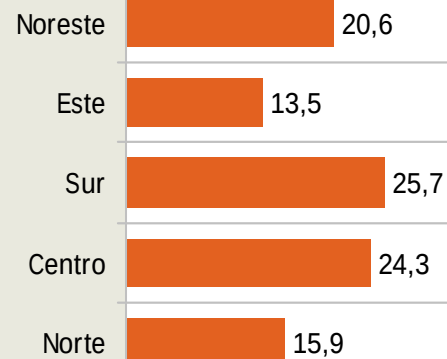
Descripción Sociodemográfica de la Muestra (II)

12

TAMAÑO DEL HÁBITAT



ZONA



Unidad: Porcentajes

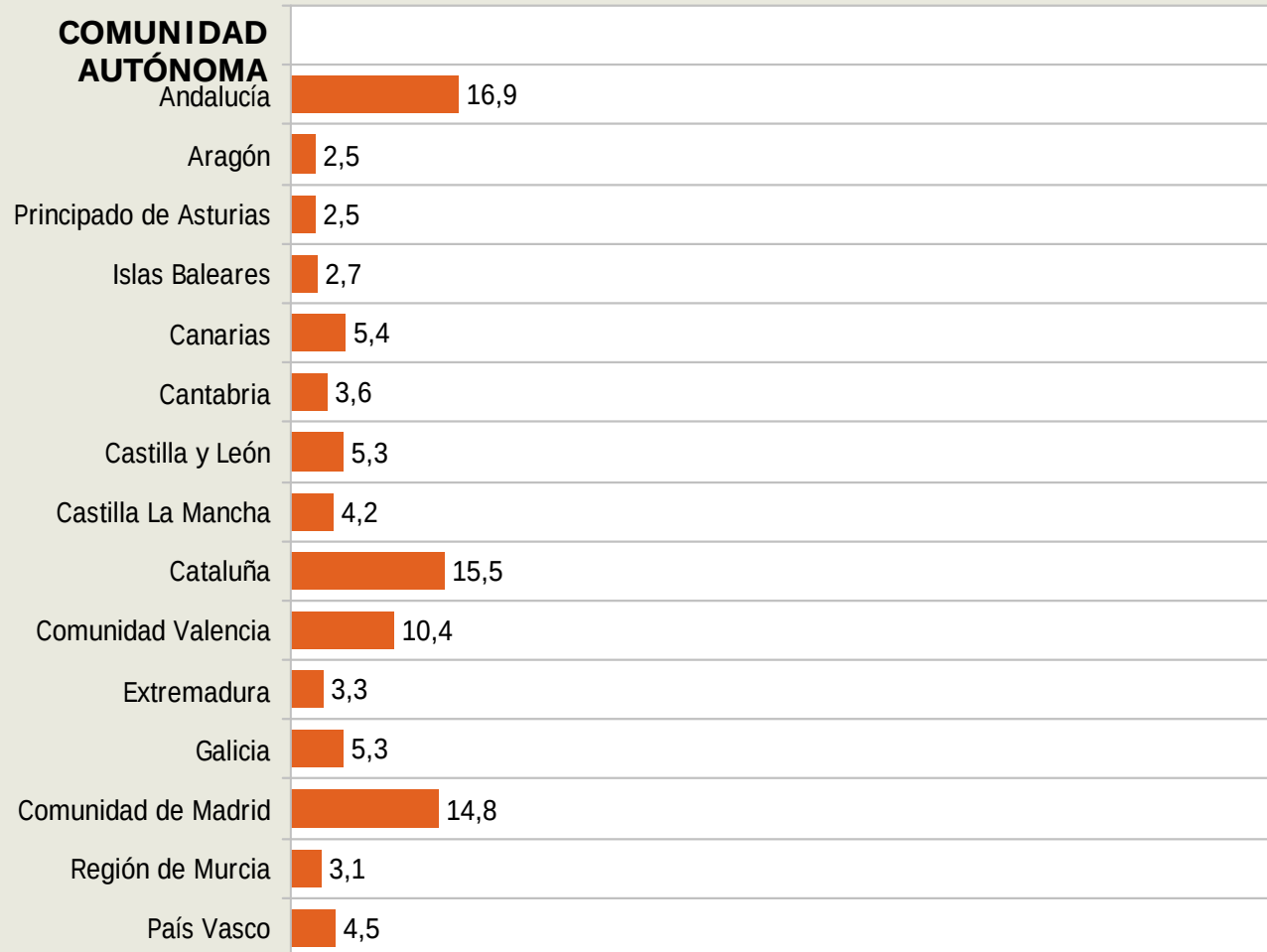
Base : Total Muestra (n=709)

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Descripción Sociodemográfica de la Muestra (III)

13



Unidad: Porcentajes

Base : Total Muestra (n=709)

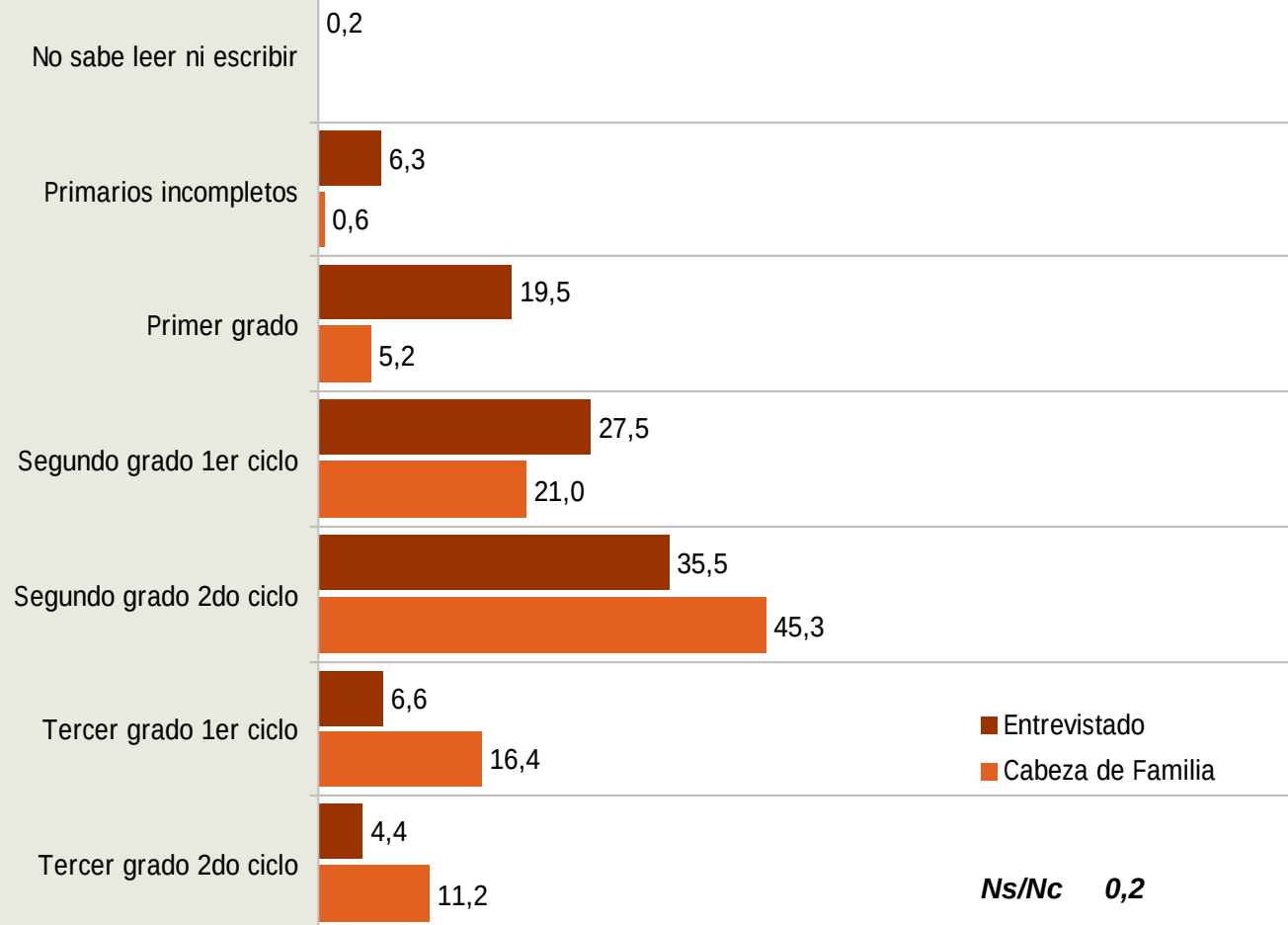
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Descripción Sociodemográfica de la Muestra (IV)

14

NIVEL DE ESTUDIOS



Unidad: Porcentajes

Base : Total Muestra (n=709)

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Resultados de la Investigación

1. *Hábitos de uso de videojuegos en general*

1.1 El mercado de los videojuegos

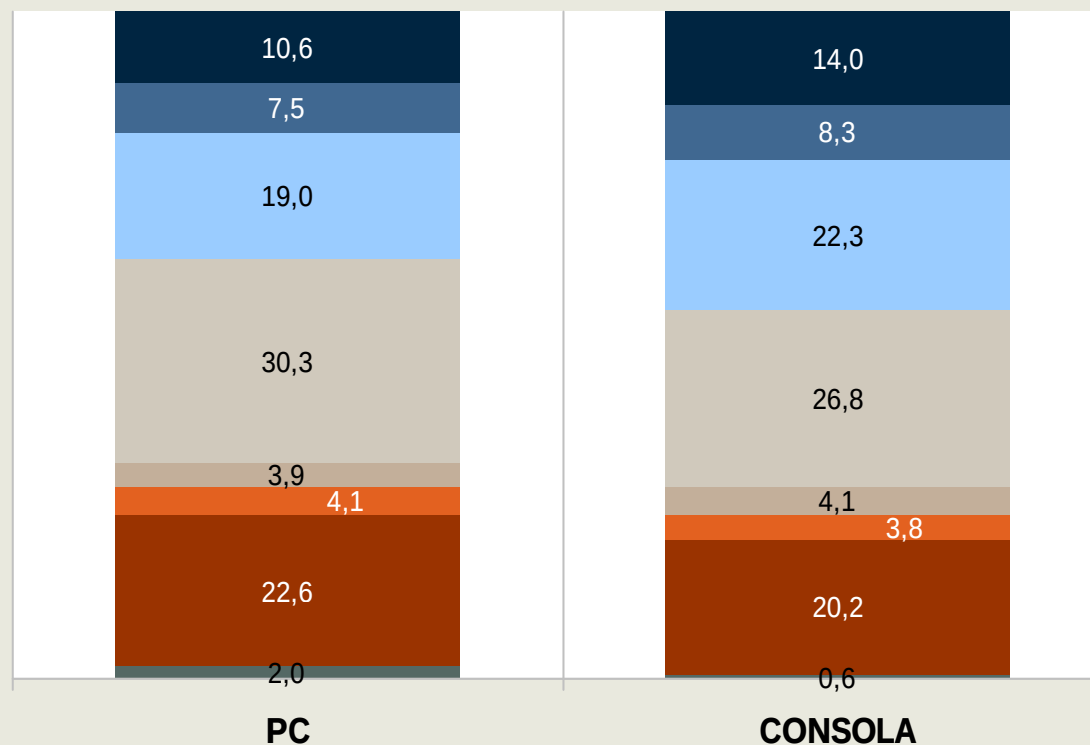


Frecuencia de Juego. 2009

18

Jugadores PC: 77,3 %
Jugadores CONSOLA: 79,8 %

- Todos los días
- 5/6 días a la semana
- 3-4 días a la semana
- 1/2 días a la semana
- 2-3 días al mes
- Un día al mes o menos
- No juega videojuegos de...
- NS/NC



La videoconsola atrae a más jugadores que el PC, además de ser usada más a menudo. El 71,4% de los jugadores juegan con ella todas las semanas.

Unidad: Porcentajes

Base Juega Videojuegos: Total Muestra (n=709); PC (n=548); Consola (n=566)

C.6. ¿Con qué frecuencia juega con los videojuegos por término medio?

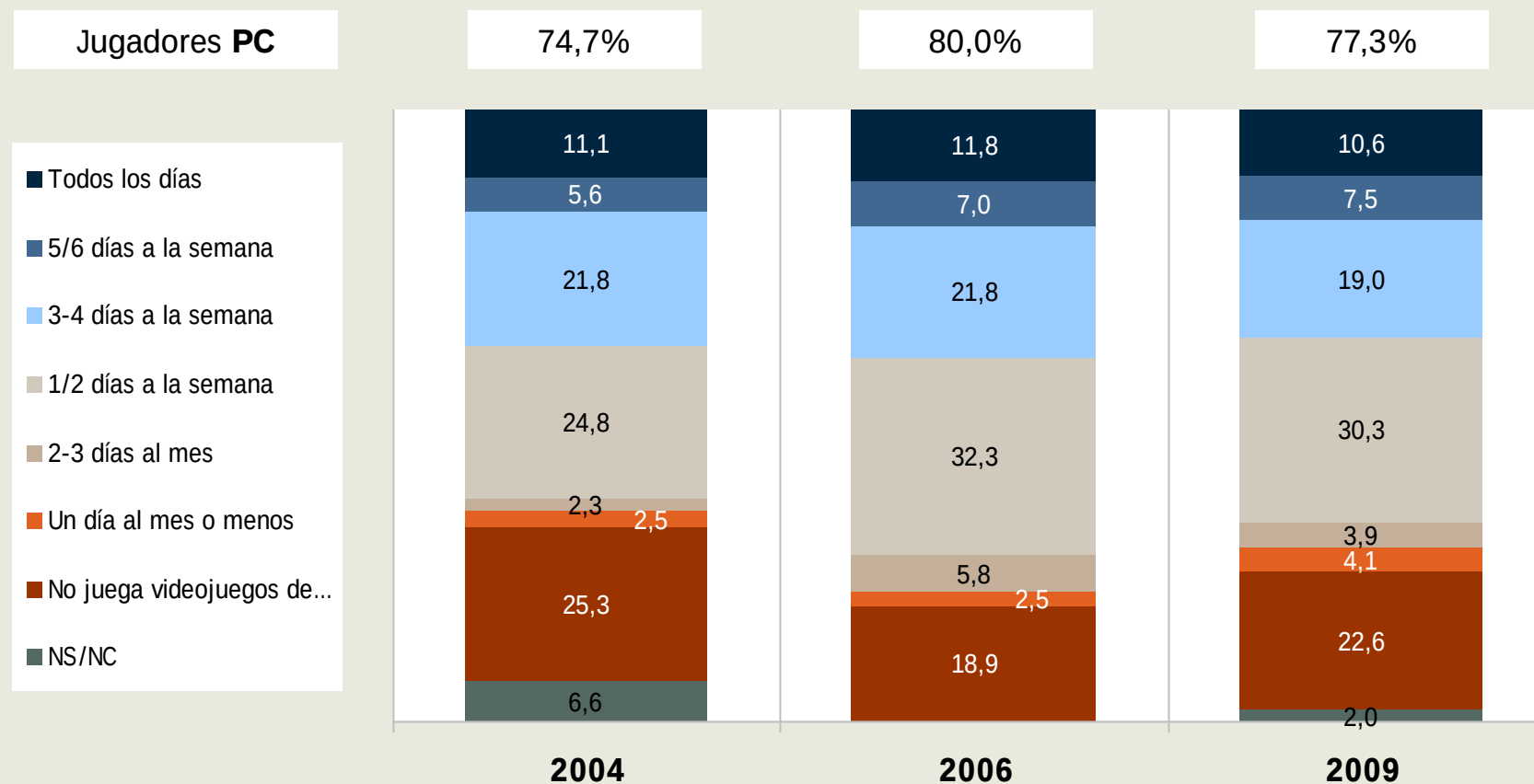
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento



Frecuencia de Juego. Comparativa PC 2004-2006-2009

19



Hay un descenso en el juego con PC respecto a 2006, aunque el uso sigue siendo superior al de 2004. El mayor grupo de jugadores, como en 2006, lo componen los que juegan uno o dos días por semana.

Unidad: Porcentajes

Base: Total Muestra 2004/2006/2009 (n= 604/714/709)

C.6. ¿Con qué frecuencia juega con los videojuegos por término medio?

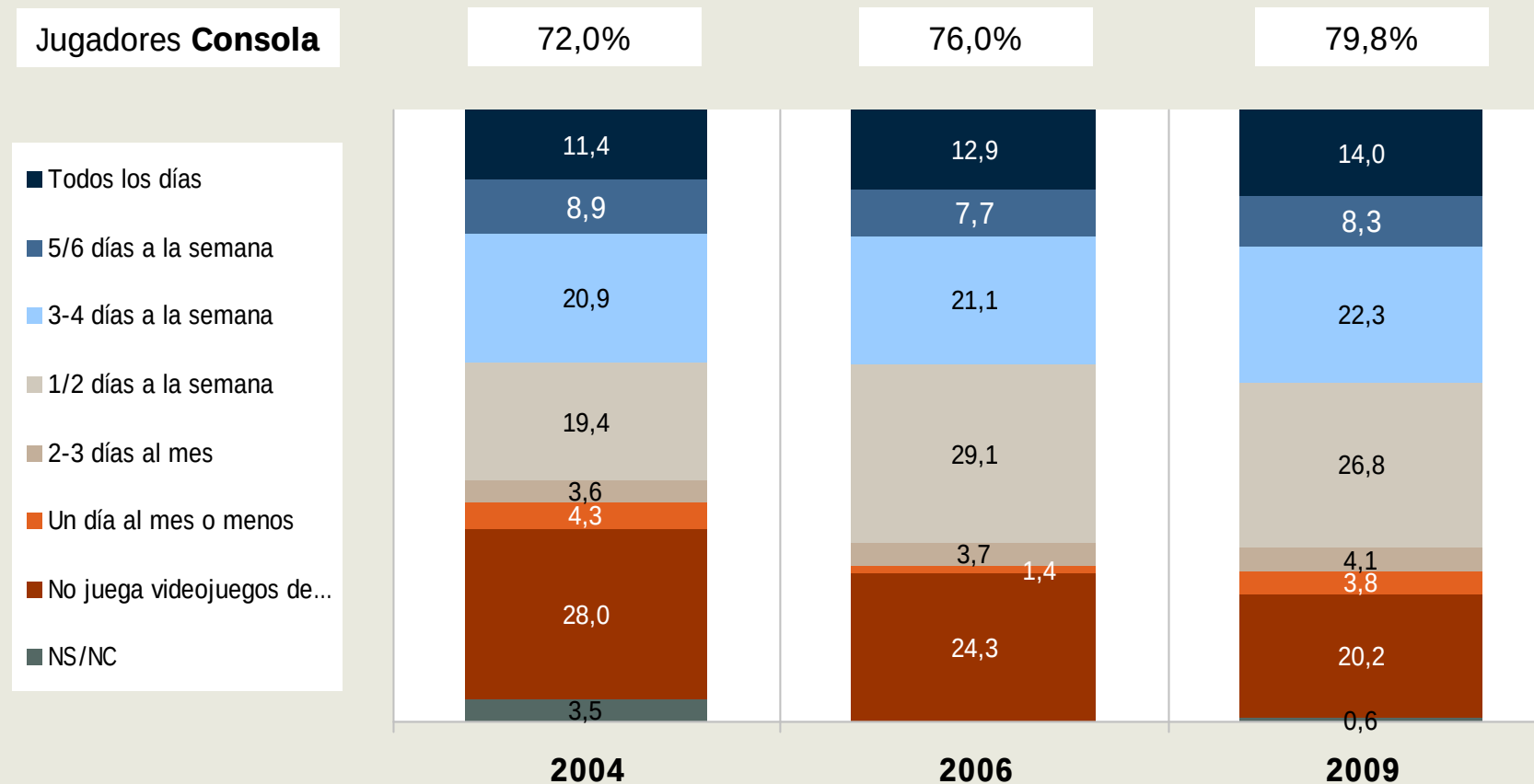
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Frecuencia de Juego. Comparativa Consola 2004-2006-2009



20



Los jugadores de consola siguen en aumento, así como la frecuencia de juego. El 14 % de la muestra juega a diario con videoconsola.

Unidad: Porcentajes

Base : Total Muestra 2004/2006/2009 (n= 604/714/709)

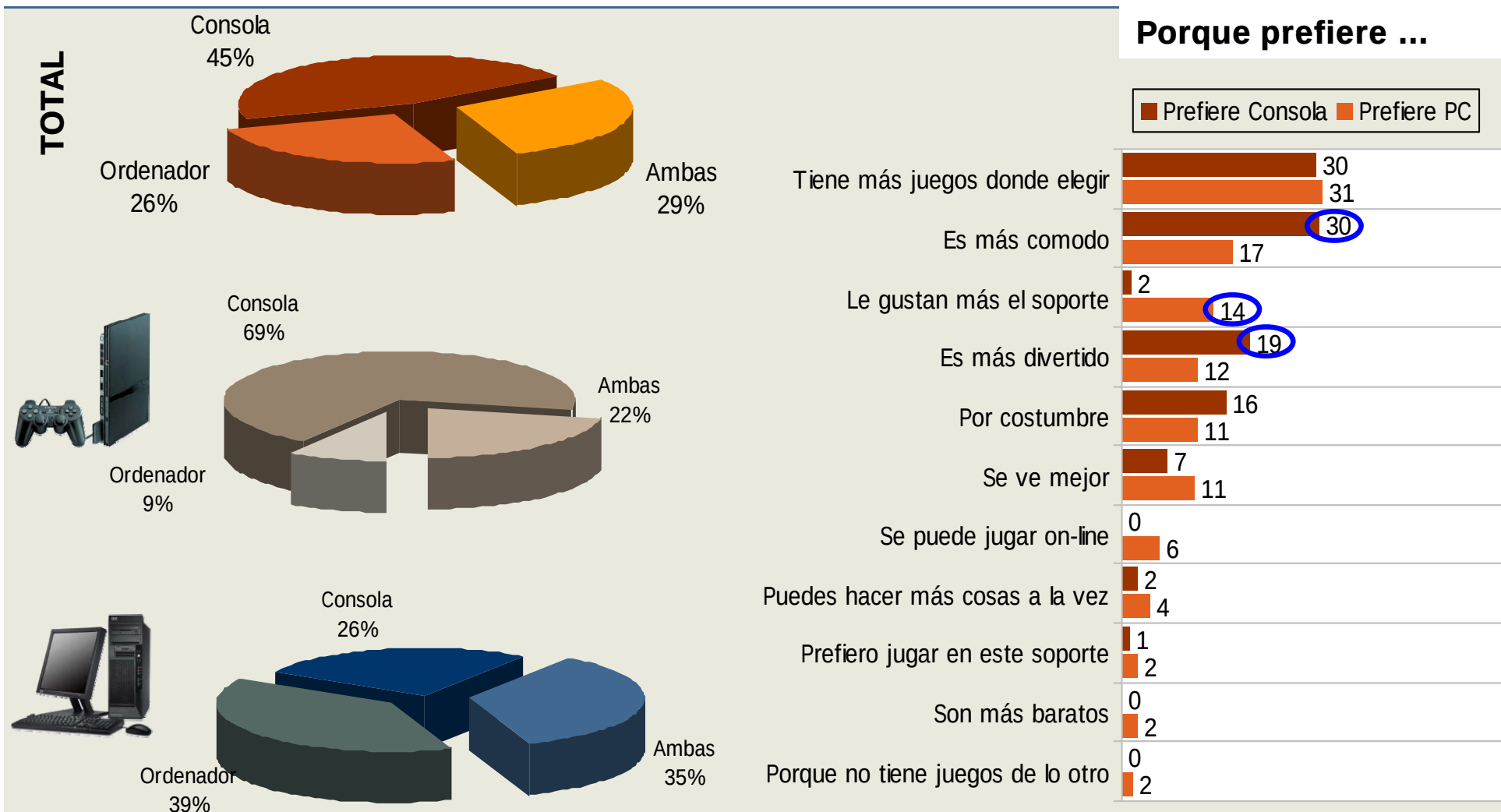
C.6. ¿Con qué frecuencia juega con los videojuegos por término medio?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Preferencia Entre Ordenador y Consola

21



Unidad: Porcentajes

Base: Jugadores duales semanales. Total Muestra (n=284); Consola (n=127); PC

(n=157)

P.59 Al comienzo de esta entrevista me comentó que juega habitualmente no sólo con la consola de videojuegos, sino que también juega habitualmente con el ordenador. A la hora de jugar con videojuegos, ¿Qué prefiere: el ordenador o la consola? P.60 ¿Por qué lo prefiere?

Unidad: Porcentajes

Base Prefiere: Consola (n=96); PC

(n=98)

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Dualidad de Plataformas

Juego compartido de PC y Consola



22

Total jugadores de videojuegos

	Base:	604	714	709
TOTAL JUGADORES DE VIDEOJUEGOS	2004	2006	2009	
Total jugadores de PC	74,7	80,0	77,3	
Total jugadores de Consola	72,0	76,0	79,8	
TOTAL EXCLUSIVOS DE VIDEOJUEGOS				
Exclusivos de videojuegos de PC	28,0	24,0	27,8	
Exclusivos de videojuegos de Consola	25,4	19,0	32,1	
TOTAL DUALES DE VIDEOJUEGOS				
Duales de juegos de PC y Consola	46,6	57,0	40,1	

PERFIL

Realizado destacando aquellos aspectos sociodemográficos que destacan respecto al total de la muestra:

Entre los Exclusivos de PC son más **ADULTOS DE 20-24 AÑOS (28,2 %)**.

Disminuye respecto a 2006 el porcentaje de jugadores duales, teniendo ahora mayor peso los que juegan exclusivamente con videoconsola.

Unidad: Porcentajes

Base: Total Muestra 2004/2006/2009 (n=604/714/709)

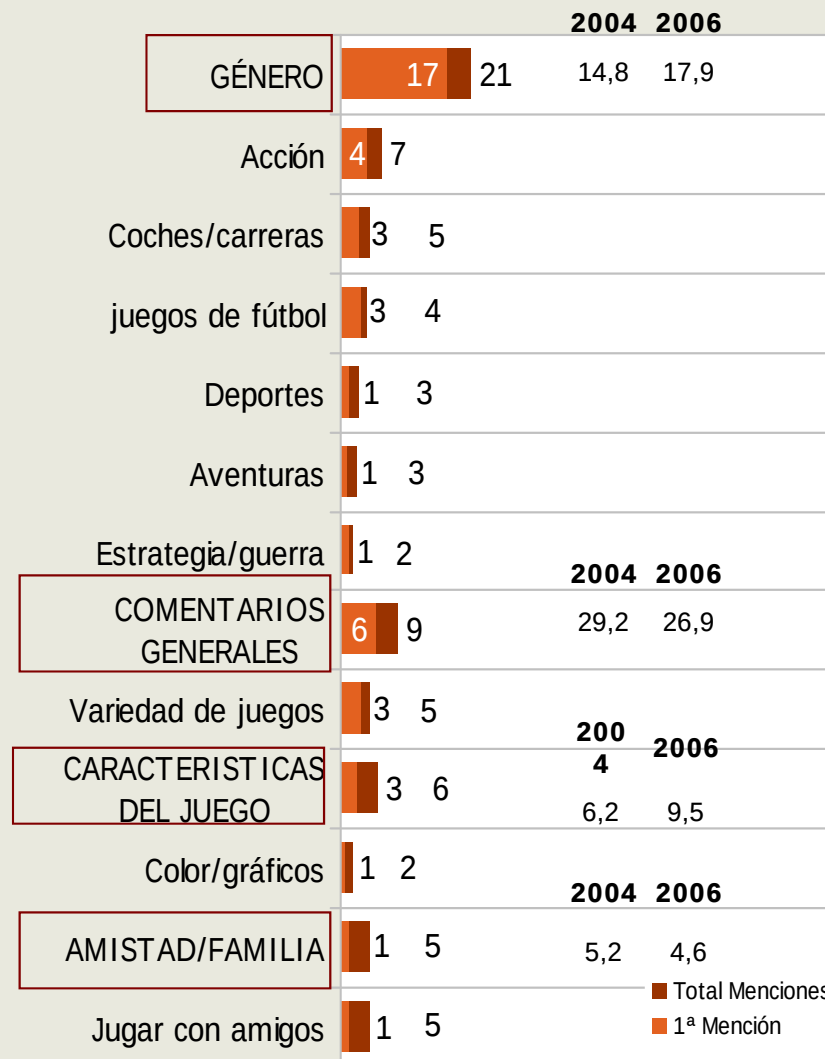
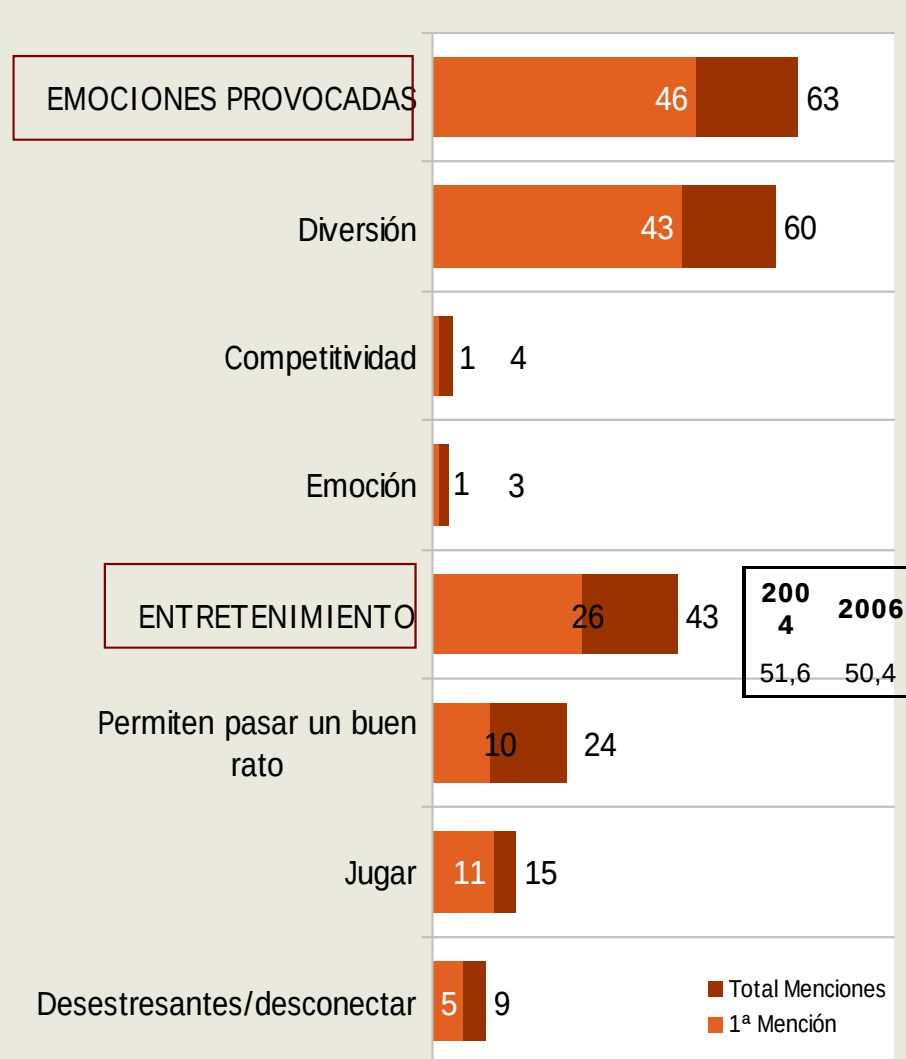
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

1.2. ¿Qué destaca de los videojuegos?

¿Qué Es Lo Primero Que Viene a la Mente Cuando se Piensa en Videojuegos?

24

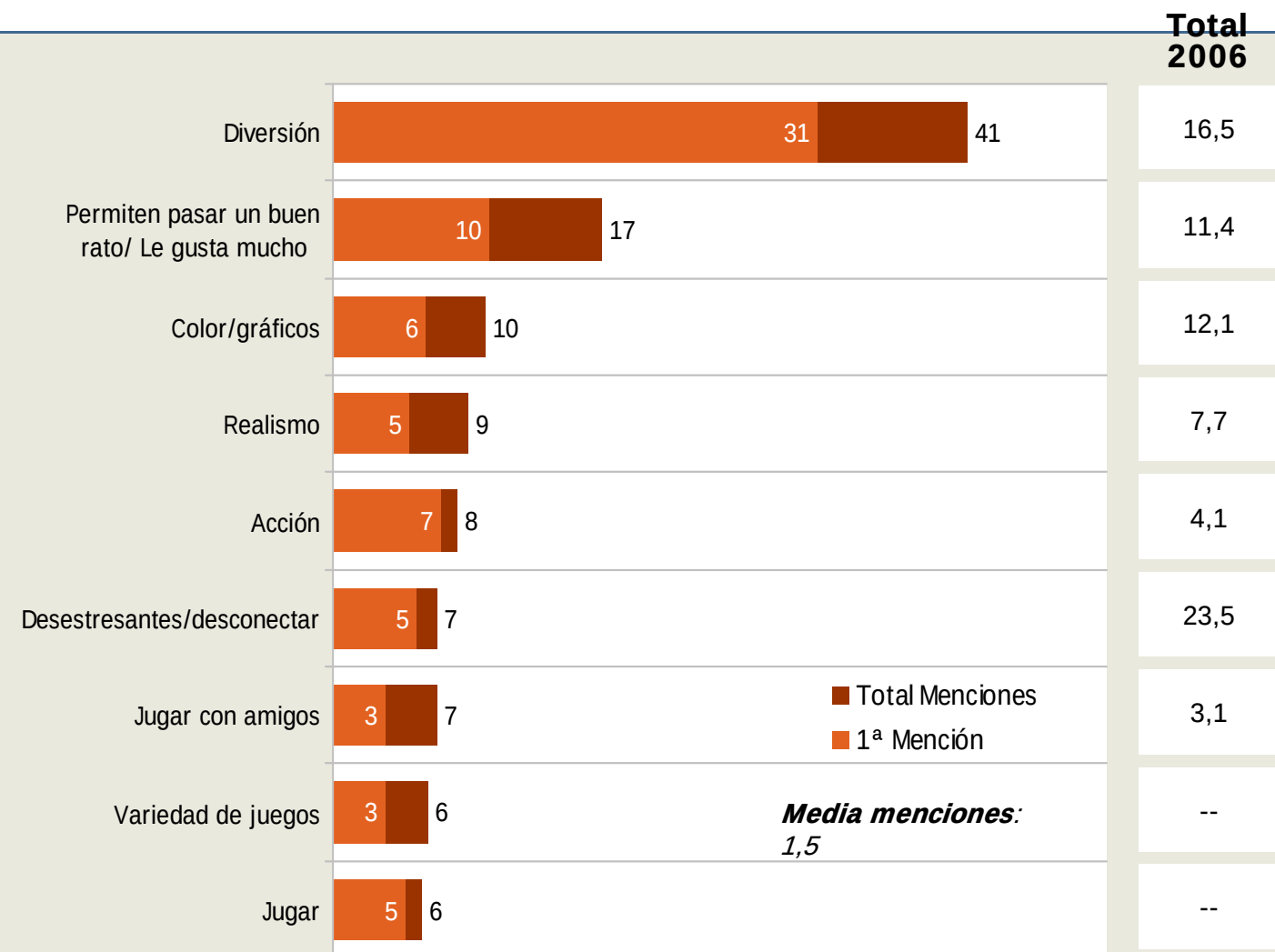


Unidad: Porcentajes >2%. Respuesta espontánea. Multirrespuesta
Base: Total Muestra (n=709)

P.1 Cuando hablamos de videojuegos, ¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza? ¿Qué es lo primero que se ocurre al hablar de videojuegos?

¿Qué Es Lo Que Más Gusta de los Videojuegos?

25



Los HOMBRES mencionan más géneros de videojuegos definidos que las mujeres (25 %)

Los ADULTOS destacan el ENTRETENIMIENTO (30 %) y DESCONECTAR/DESESTRESAR (9 %). A los NIÑOS, por contra, les atraen especialmente los PERSONAJES (9 %)

Los jugadores EXCLUSIVOS de CONSOLA responden más JUGAR CON AMIGOS (8 %) que los EXCLUSIVOS de PC

Unidad: Porcentajes . Respuesta espontánea. Multirrespuesta.

Base: Total Muestra (n=709)

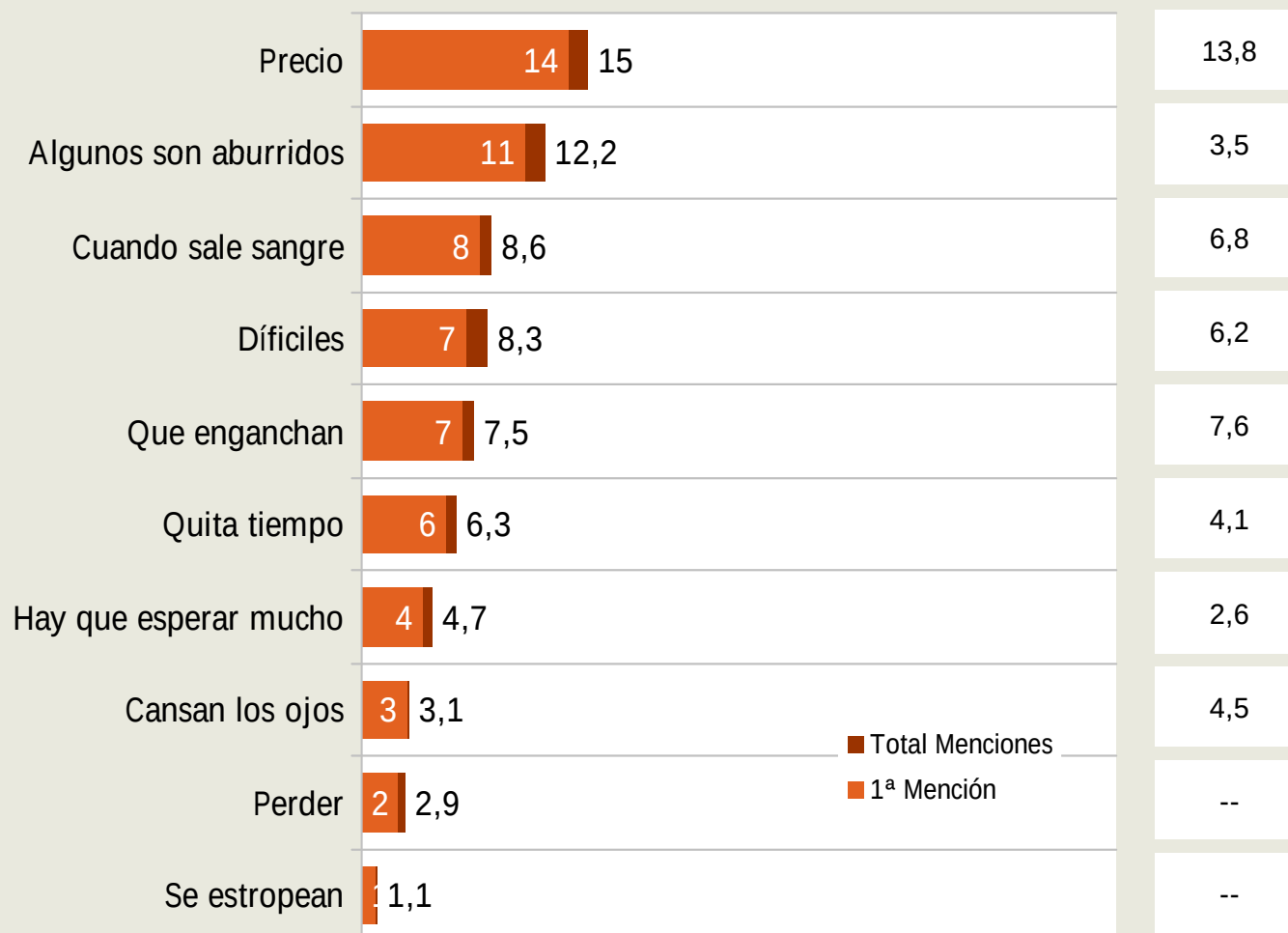
P.2 ¿Qué es lo que más le gusta de los videojuegos en general?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

¿Qué Es Lo Que Menos Gusta de los Videojuegos?

26

Total
2006

El PRECIO sigue siendo lo que menos gusta, especialmente entre ADULTOS (18 %) y jugadores DUALES (18 %)

Las JUGADORAS destacan en el rechazo a los contenidos violentos (14 %), así como la ADICCIÓN (10 %)

En los NIÑOS, los puntos más negativos son la DIFICULTAD del juego (15 %) y PERDER (5 %)

Unidad: Porcentajes . Respuesta espontánea. Multirrespuesta.

Base: Total Muestra (n=709)

P.3 ¿Y qué es lo que menos le gusta?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

1.3. Hábitos de uso de videojuegos



Evolución De Juego Con Videojuegos

28

Uso actual en comparación con el año anterior

■ Menor del de hace un año ■ Igual que hace un año ■ Superior al que hacía hace un año

Balance

2004

PC (n=302)

26

56

18

-8

Consola (n=302)

26

52

23

+3

2006

PC (n=358)

25

55

20

-5

Consola (n=356)

26

56

18

-8

2009

PC (n=355)

26

55

19

-7

Consola (n=355)

23

52

25

+2

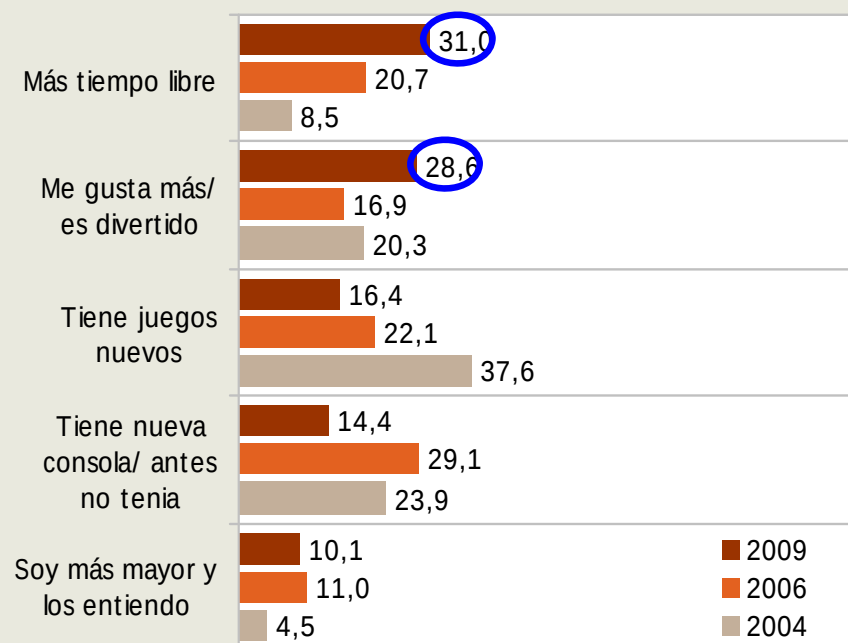
El saldo de frecuencia de uso es positivo para videoconsolas y negativo para PC. Respecto a 2006, destaca el aumento de jugadores de consola que hacen un uso más intensivo de las mismas.

Evolución De Juego Con Videojuegos

29

Uso actual en comparación con el año anterior

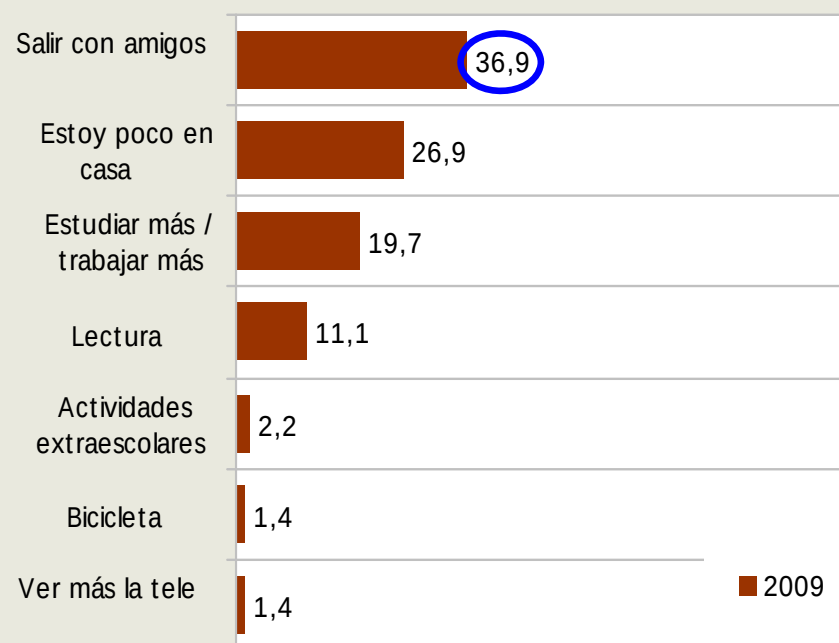
Motivos para jugar más



Unidad: Porcentajes

Base : Juega más 2004/2006/2009 (n=122/136/158)

Motivos para jugar menos



Unidad: Porcentajes

Base : Juega menos 2009 (n=175)

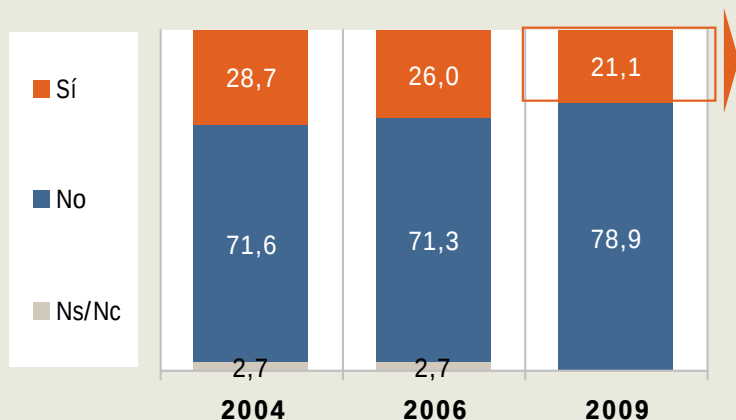
Los motivos por los que juegan más continúan siendo tener más tiempo libre y una consola ó juegos nuevos. Por contra, el principal motivo de jugar menos es pasar menos tiempo en casa, tanto en general como específicamente saliendo con amigos.

Sustitución De Actividades Por Jugar Más O Menos A Videojuegos

30

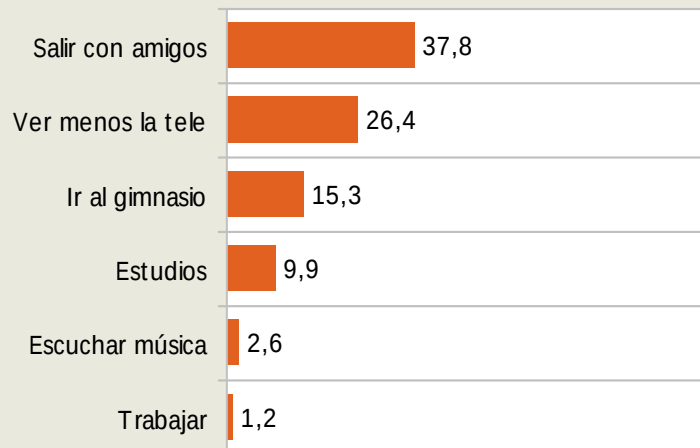
SUSTITUYE OTRA ACTIVIDAD POR VIDEOJUEGOS

Base: Juega más a videojuegos (n=158), contestan



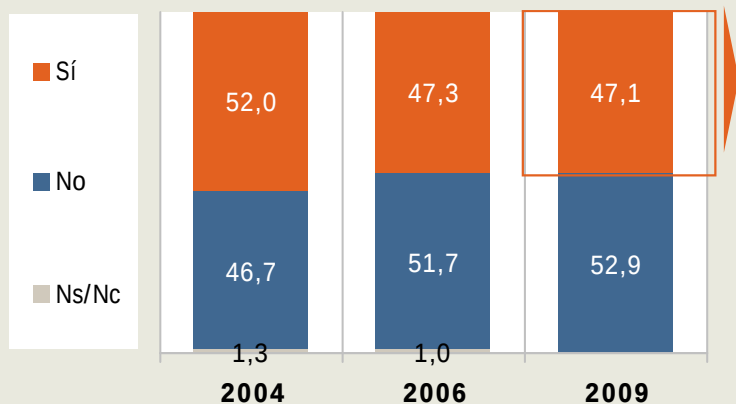
Actividad sustituida

Base: Ha sustituido o reducido otra actividad (n=28**)



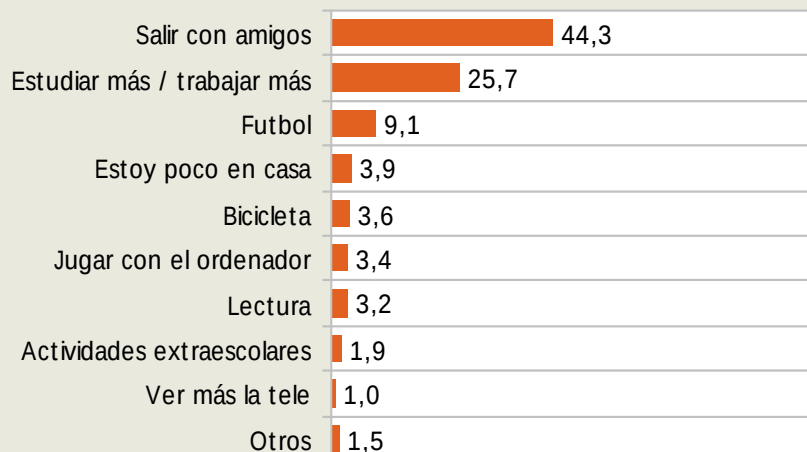
SUSTITUYE VIDEOJUEGOS POR OTRA ACTIVIDAD

Base: Juega menos a videojuegos (n=175), contestan



Actividades por las que ha sustituido

Base: Ha aumentado el interés por otras actividades (n=71)



La actividad que más afecta al uso de videojuegos es pasar tiempo con los amigos, de tal modo que es la más sacrificada entre los que juegan más (38%), y la más favorecida entre los que juegan menos (44%)

Unidades: Porcentajes

P.11b ¿Ha dejado de hacer o ha disminuido otros entretenimientos de forma significativa por jugar más videojuegos de PC?/ P.11.c. ¿El qué? / P.12b. ¿Lo ha sustituido por algún otro entretenimiento o ha aumentado otras actividades de entretenimiento de forma significativa al reducir el juego de videojuegos de PC?/ P.12c. ¿El qué?

aDeSe

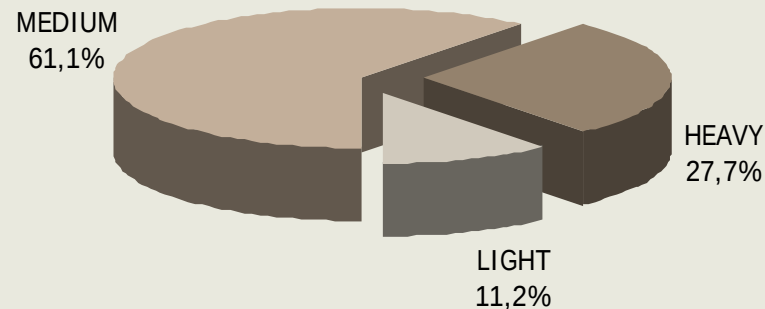
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Jugadores Según Su Intensidad De Juego

31

HEAVY PLAYER:

Juega más de 4 horas a la semana con los videojuegos

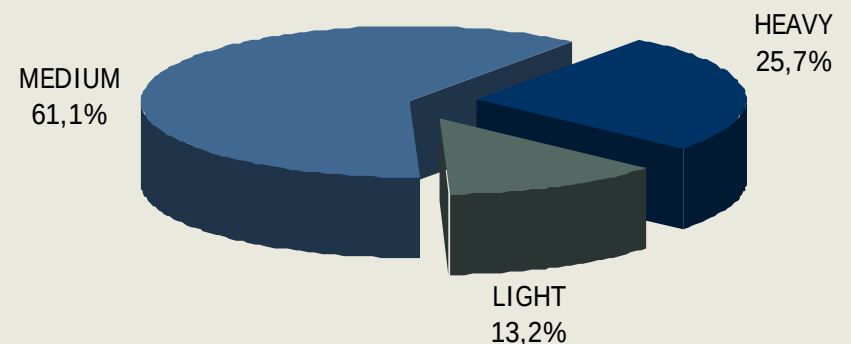


Hay más porcentaje de HEAVY USERS entre los hombres (35 %) y los niños de 7 a 10 años (33 %).

La mujeres destacan como LIGHT PLAYERS (19 %)

MEDIUM PLAYER:

Juega entre 1 y 4 horas a la semana con los videojuegos



Encontramos más HEAVY USER de videojuegos de PC entre los jugadores que también juegan a juegos Online (32 %) y con móvil (40 %)

Jugadores Según Su Intensidad De Juego. PC Comparativa 2004-2006-2009



32

HEAVY PLAYER:

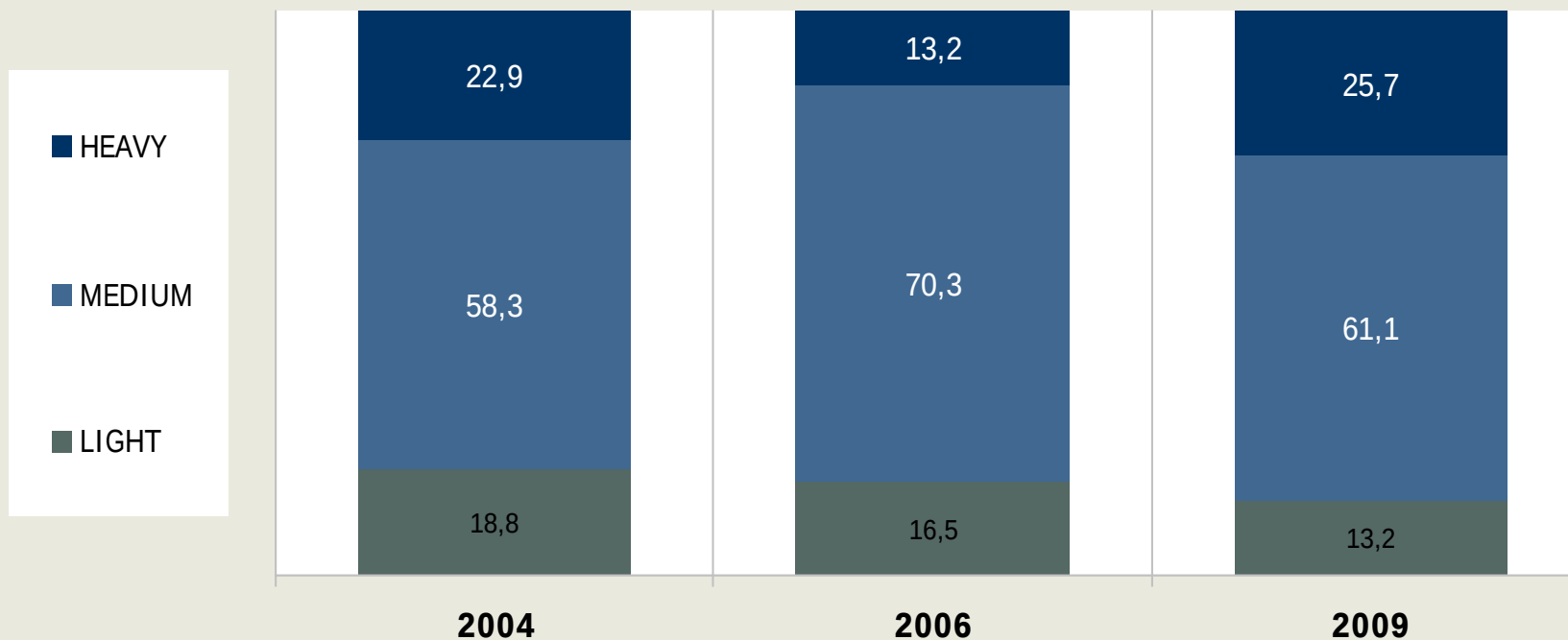
Juega más de 4 horas a la semana con los videojuegos

MEDIUM PLAYER:

Juega entre 1 y 4 horas a la semana con los videojuegos

LIGHT PLAYER:

Juega menos de 1 hora a la semana con los videojuegos



El segmento HEAVY aumenta considerablemente respecto a 2006, y pasa a incluir a la cuarta parte de los jugadores de PC

Jugadores Según Su Intensidad De Juego. Consolas Comparativa 2004-2006-2009



33

HEAVY PLAYER:

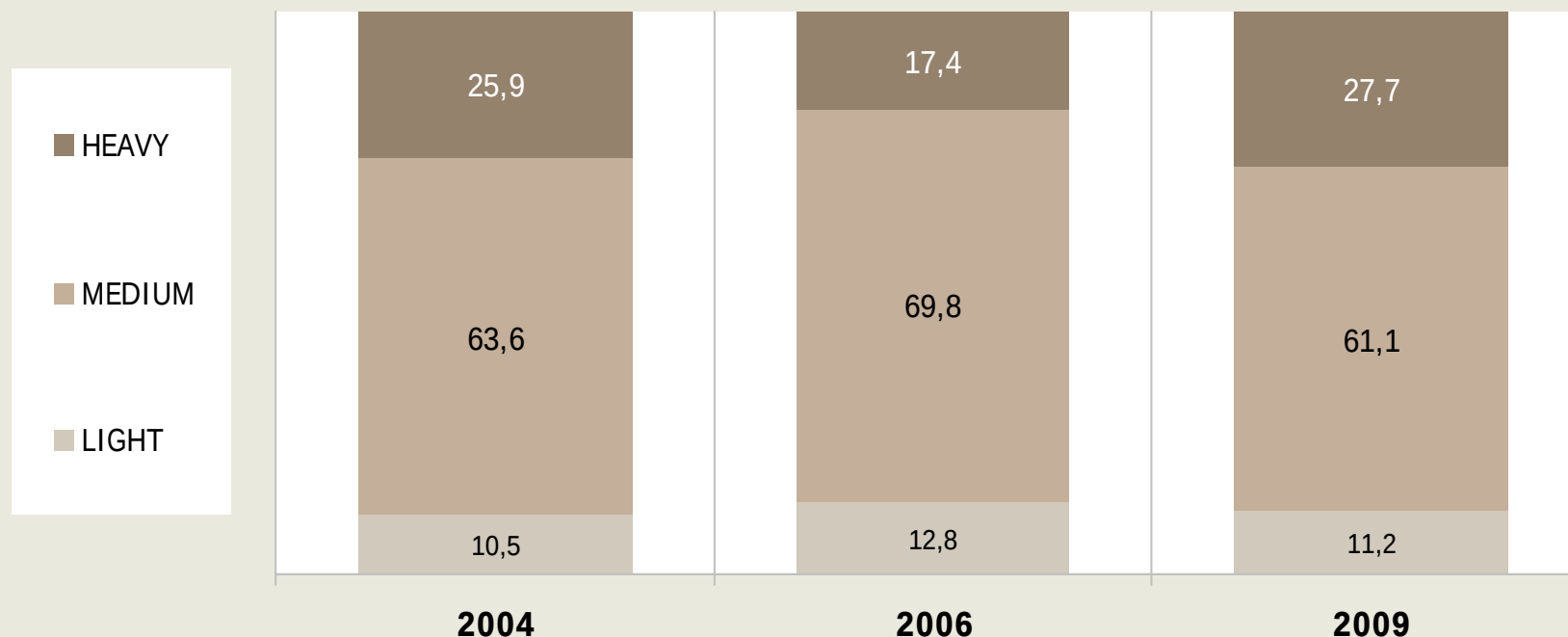
Juega más de 4 horas a la semana con los videojuegos

MEDIUM PLAYER:

Juega entre 1 y 4 horas a la semana con los videojuegos

LIGHT PLAYER:

Juega menos de 1 hora a la semana con los videojuegos

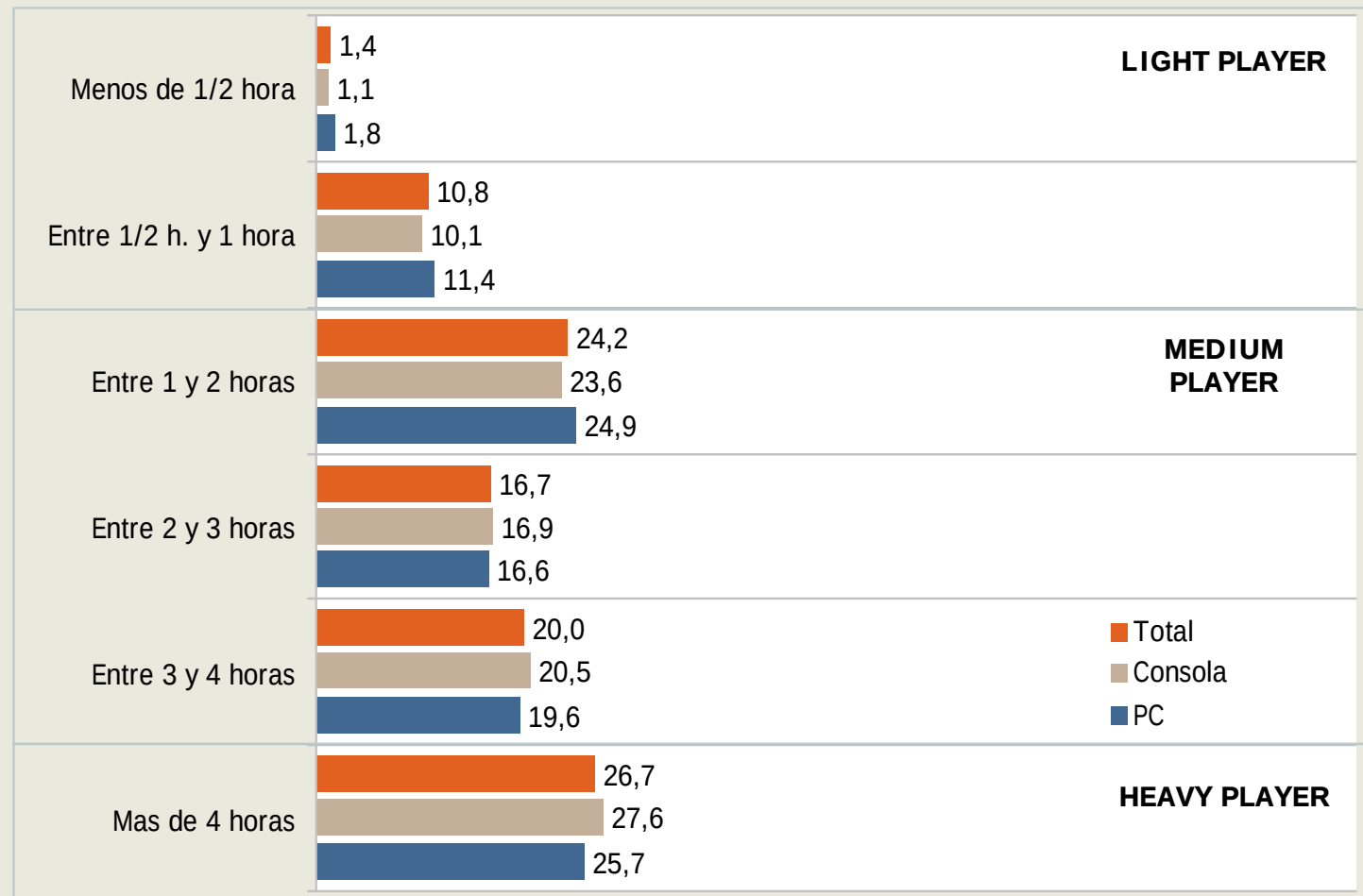


Al igual que en PC, aumenta el segmento de HEAVY USERS en videoconsola respecto a 2006

Media De Horas Jugado Cada Vez Que Juega A Videojuegos

En una semana

34



Media horas jugando

PC: 2,8

Consola: 3,0

Unidad: Porcentaje

Base: Jugadores Total (n=709); Jugadores de PC (n=355); Jugadores de Consola (n=355)

P.6 Antes me ha comentado que juega... con el PC. ¿Me podría decir ahora en un día normal de entre semana, de lunes a viernes, cuántas horas de media pasa jugando al día con el PC?/ P.8 ¿Me podría decir ahora en un fin de semana, los sábados y domingos, cuántas horas de media pasa jugando al día con el PC?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

¿Cómo Reparten Los Jugadores El Tiempo Entre La Semana Y Fin De Semana?

35



TOTAL CONSOLA

MEDIA DE HORAS JUGADAS

HEAVY

MEDIUM

LIGHT



TOTAL PC

HEAVY

MEDIUM

LIGHT

■ Entre Semana
■ Fin de Semana
■ Total

Tanto los jugadores de PC como los de Consola invierten cerca de 3 horas de media a la semana

Los HEAVY invierten más tiempo entre semana y los MEDIUM más o menos el mismo entre semana que los fines de semana.

Unidad: Medias

Base: Total (n=709)

P.6 Antes me ha comentado que juega... con el PC. ¿Me podría decir ahora en un día normal de entre semana, de lunes a viernes, cuántas horas de media pasa jugando al día con el PC?/P.8 ¿Me podría decir ahora en un fin de semana, los sábados y domingos, cuántas horas de media pasa jugando al día con el PC?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

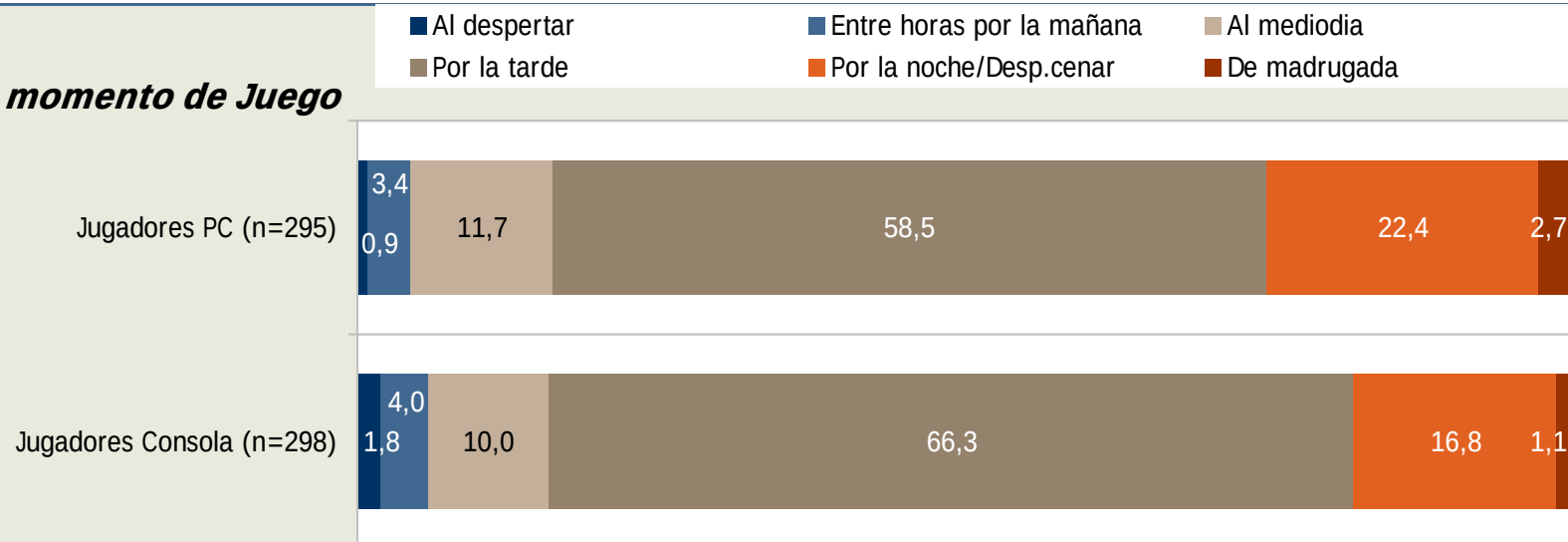
Momentos Del Día Para Jugar

Entre Semana

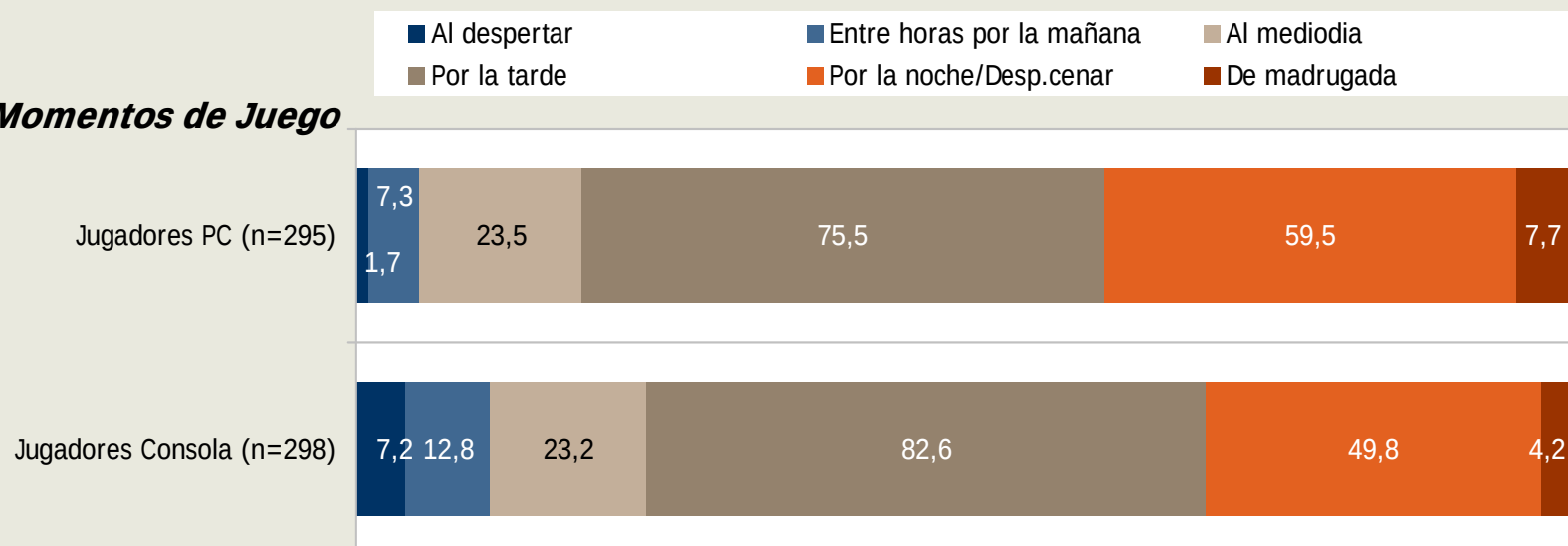


36

Principal momento de Juego



Total Momentos de Juego



Unidad: Porcentajes

P.7a ¿Cuál es el momento del día de los que le muestro en esta tarjeta en el que juega más habitualmente con el Consola/PC entre semana, de lunes a viernes?/ P.7b ¿Y en qué otros momentos suele también jugar con el Consola/PC entre semana, de lunes a viernes?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

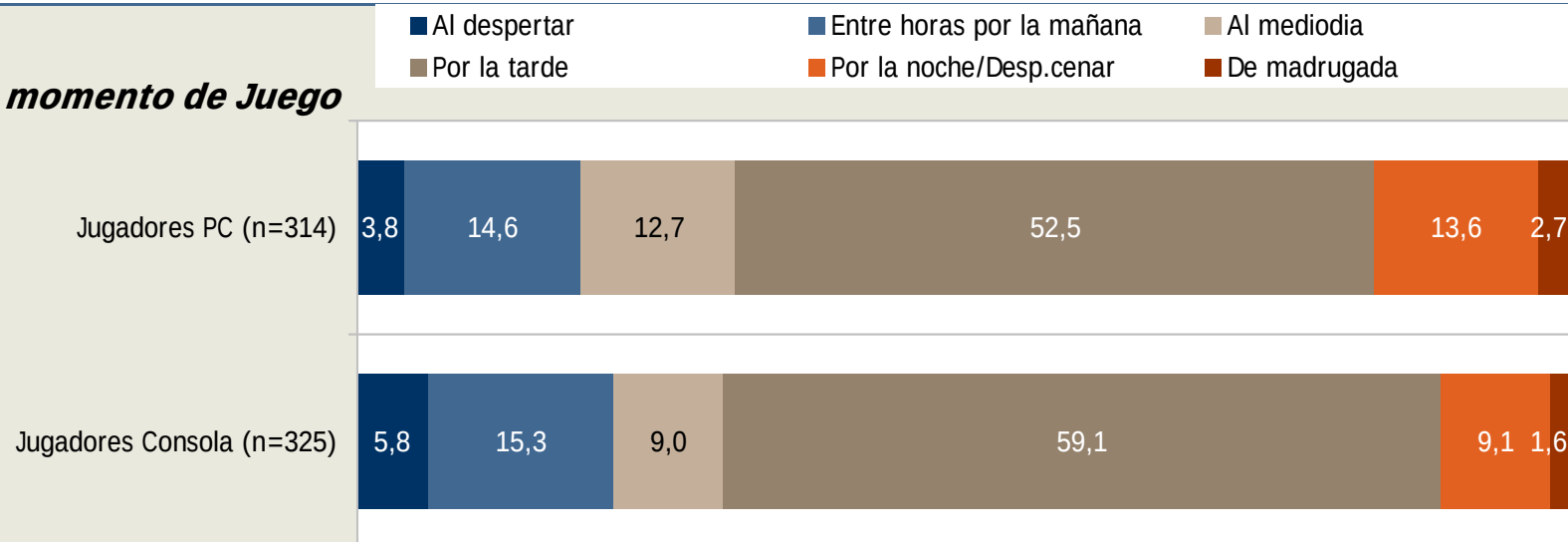
Momentos Del Día Para Jugar

Fines de Semana

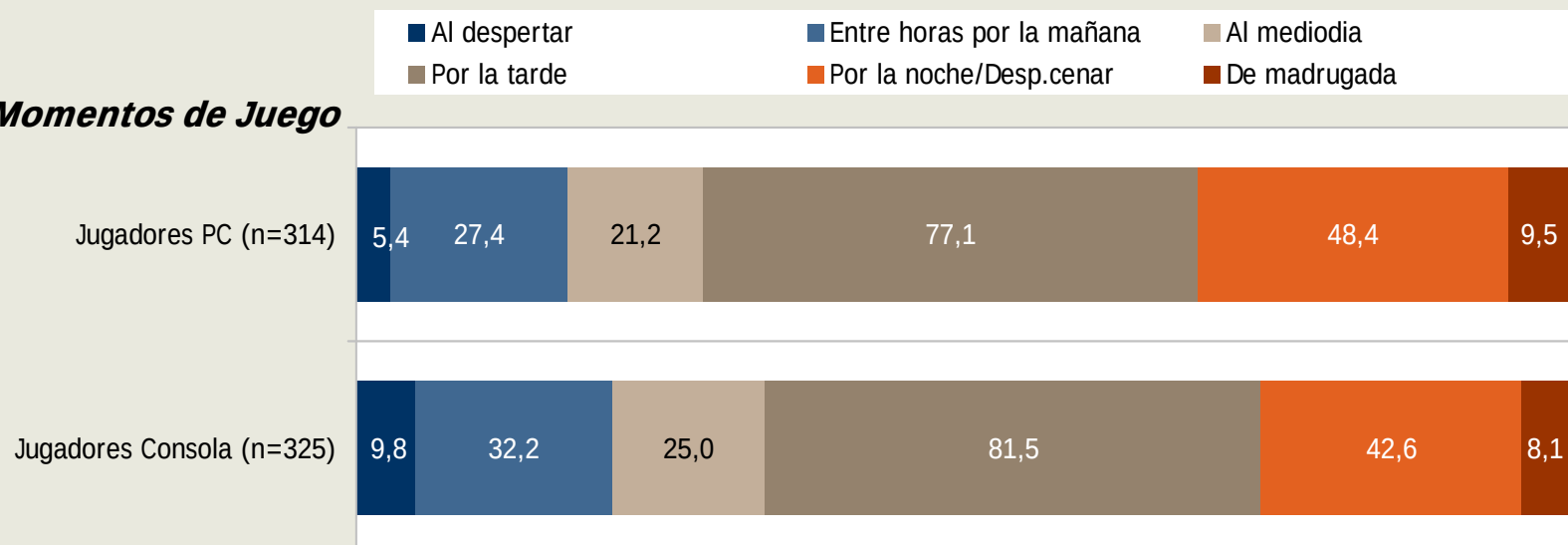


37

Principal momento de Juego



Total Momentos de Juego



Unidad: Porcentajes

P.9a ¿Cuál es el momento del día de los que le muestro en esta tarjeta en el que juega más habitualmente con el Consola/PC los fines de semana, sábados y domingos?/ P.9b ¿Y en qué otros momentos suele también jugar con el Consola/PC los fines de semana, sábados y domingos?

aDeSe

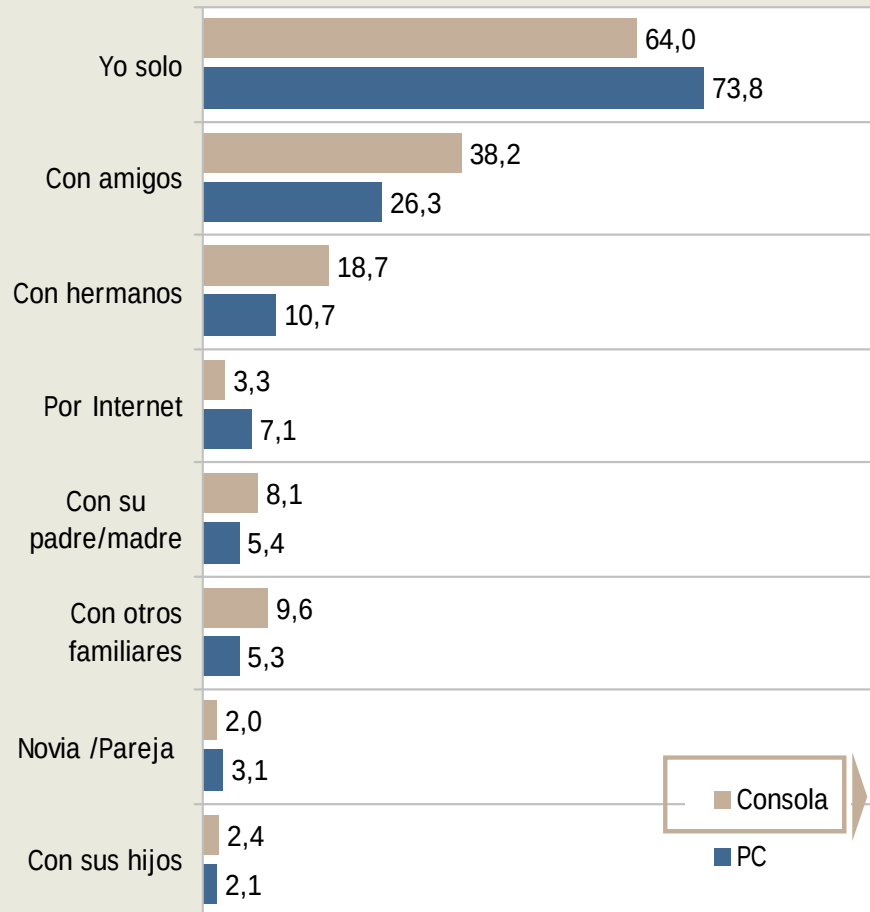
Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Hábitos De Uso

38

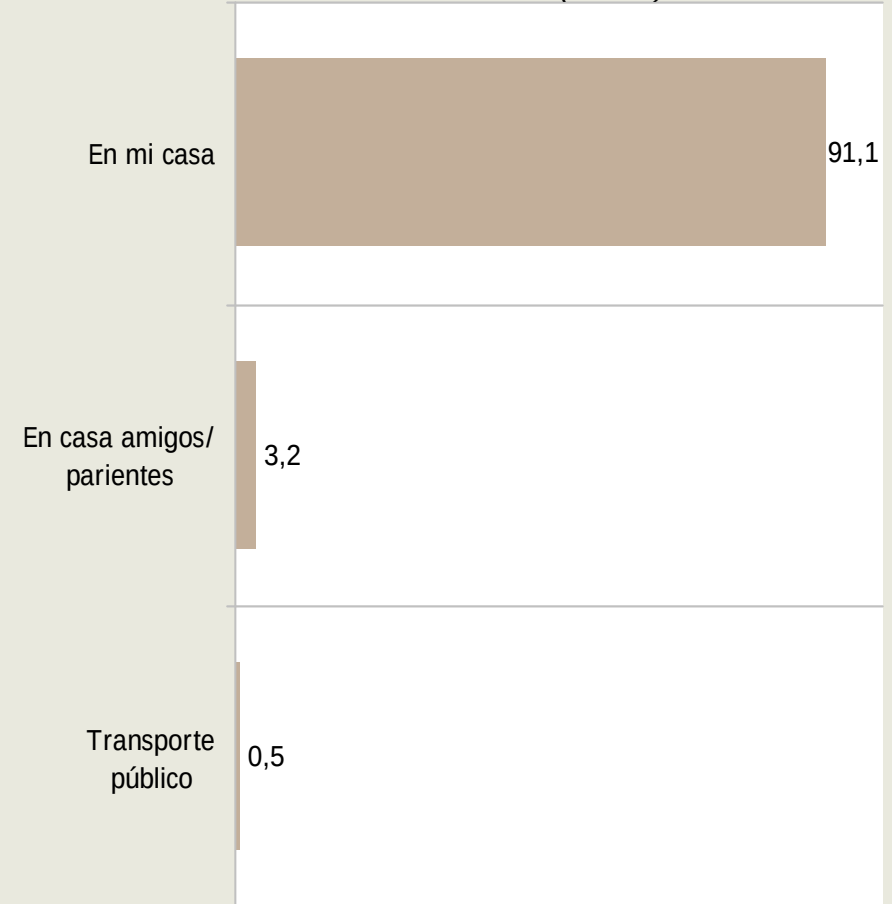
CON QUIÉN JUEGA HABITUALMENTE

Base: Consola (n=355); PC (n=355);



LUGAR DONDE JUEGA HABITUALMENTE A LA CONSOLA

Base: Consola (n=355)



Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709)

○ Diferencia significativamente superior frente al otro target; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
○ Diferencia significativamente inferior frente al otro target; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

P.13 Y ahora piense en el momento en que juega con videojuegos en el ... ¿Con quién juega habitualmente?

P.14 ¿Dónde juega más habitualmente?

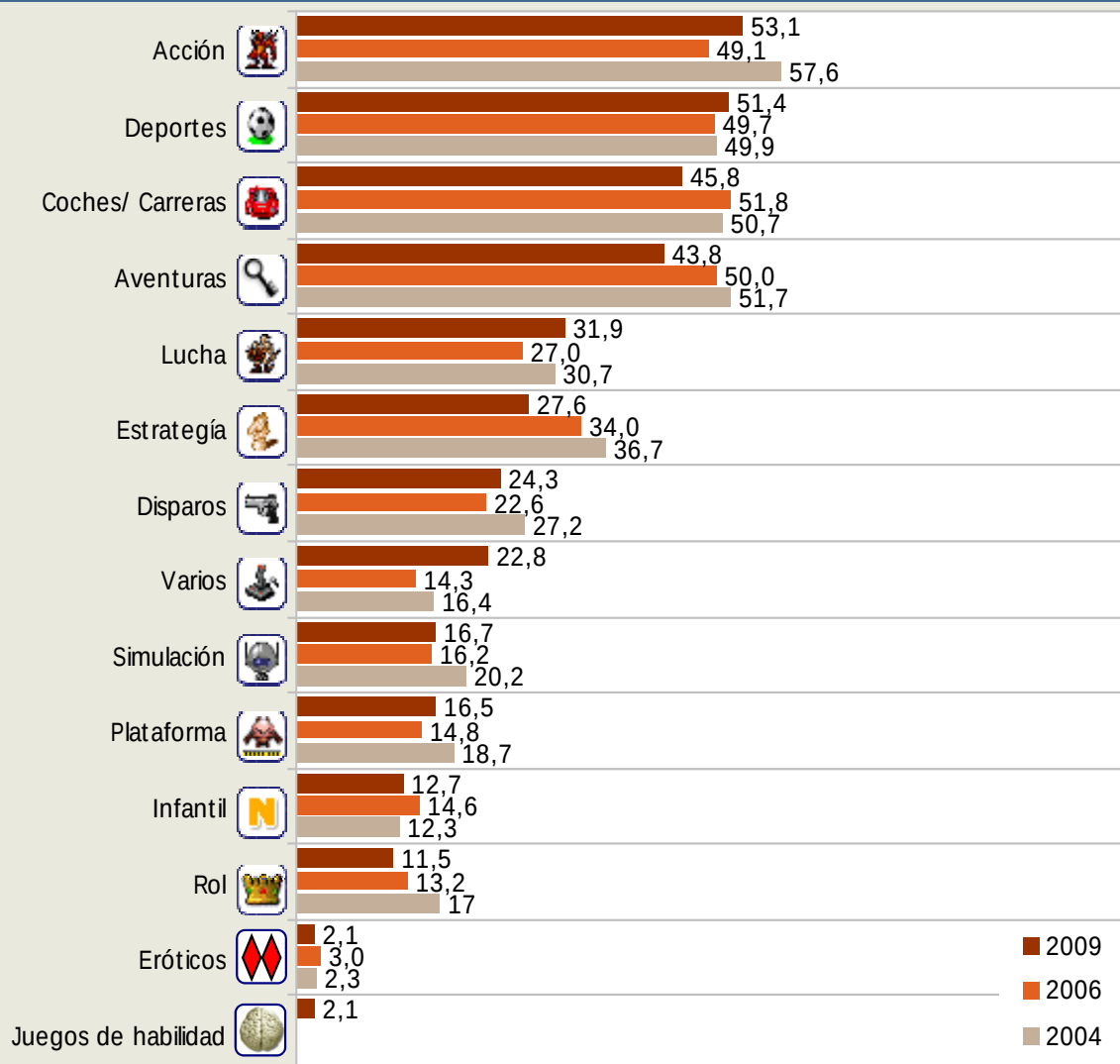
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

1.4. ¿Cuál es su Relevant Set de géneros?

Géneros Jugados En El Último Año. Comparativa 2004 - 2006 - 2009

40



Los 4 géneros más jugados en el último años son en este orden: ACCIÓN, DEPORTES, COCHES/ CARRERAS Y AVENTURAS

Por plataforma, destacan los géneros DEPORTES en consola (58 %) y ESTRATEGIA en PC (32 %)

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709)

P.15 Hemos estado hablando del uso de videojuegos, ahora vamos a centrarnos en los tipos de videojuego que existen ¿Con qué tipos de videojuegos ha jugado en el último año?

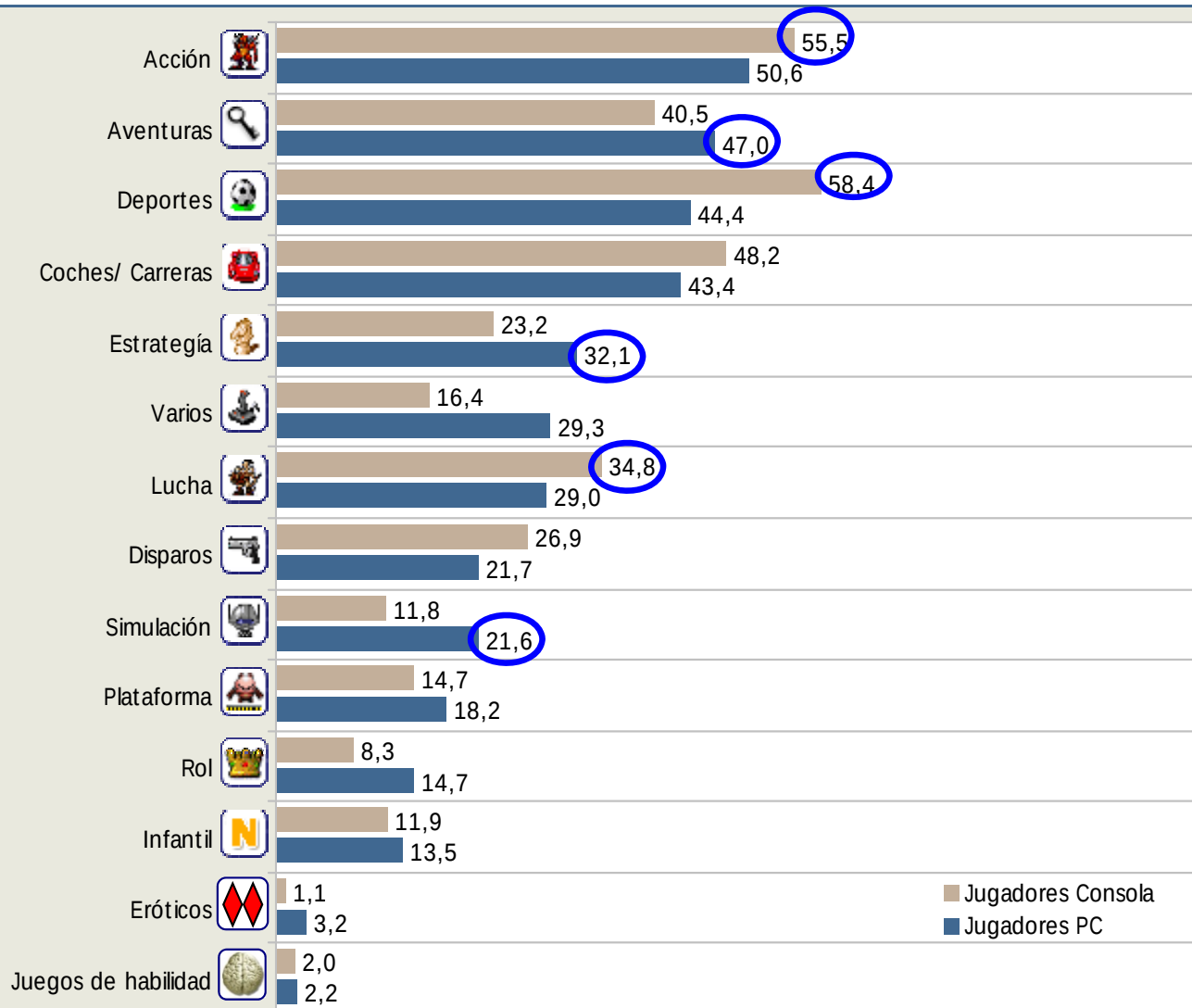
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Géneros Jugados En El Último Año

Según Plataforma

41



Unidad: Porcentajes

Base: Jugadores de PC (n=355); Jugadores de Consola (n=355)

P.15 Hemos estado hablando del uso de videojuegos, ahora vamos a centrarnos en los tipos de videojuego que existen ¿Con qué tipos de videojuegos ha jugado en el último año?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Dualidad De Juego De Distintos Géneros

42

	TOTAL	 Acción	 Aventuras	 Coches/ Carreras	 Deportes	 Disparos	 Eróticos	 Estrategia	 Infantil	 Plataforma	 Lucha	 Rol	 Simulación	 Varios	 Juegos Habilidad
Base	709	376	310	325	364	172	15**	196	90	117	226	82	118	162	15**
Acción	53,1	100,0	64,4	68,1	61,3	80,0	100,0	63,4	47,5	70,0	76,3	71,6	54,7	45,6	38,1
Deportes	51,4	59,4	48,9	66,2	100,0	67,0	75,1	53,1	42,7	52,7	59,9	49,0	48,1	38,7	28,9
Coches/ Carreras	45,8	58,7	50,9	100,0	59,0	65,0	80,5	46,3	32,1	54,6	63,3	51,1	49,6	47,9	20,7
Aventuras	43,8	53,1	100,0	48,7	41,7	51,7	70,8	55,4	59,5	55,0	46,0	53,7	55,0	55,1	61,6
Lucha	31,9	45,8	33,5	44,1	37,1	62,1	81,2	41,4	26,1	45,4	100,0	53,8	37,8	28,7	24,4
Estrategia	27,6	33,0	35,0	27,9	28,5	42,6	58,0	100,0	20,0	49,3	35,9	56,5	50,8	39,5	43,5
Disparos	24,3	36,6	28,7	34,5	31,7	100,0	82,1	37,4	19,0	31,4	47,3	35,4	35,6	26,6	35,5
Varios	22,8	19,6	28,8	23,9	17,2	25,0	22,9	32,6	24,5	28,0	20,6	27,4	43,8	100,0	29,3
Simulación	16,7	17,2	21,0	18,1	15,6	24,5	55,5	30,7	16,2	40,9	19,8	41,6	100,0	32,0	15,4
Plataforma	16,5	21,7	20,7	19,6	16,9	21,3	47,6	29,4	15,9	100,0	23,5	45,9	40,3	20,2	32,1
Infantil	12,7	11,4	17,2	8,9	10,5	9,9	15,8	9,2	100,0	12,2	10,4	8,4	12,3	13,6	19,3
Rol	11,5	15,6	14,2	12,9	11,0	16,8	47,5	23,6	7,6	32,1	19,5	100,0	28,7	13,8	8,2
Eróticos	2,1	4,0	3,5	3,8	3,1	7,2	100,0	4,5	2,7	6,2	5,5	8,8	7,1	2,2	0,0
Juegos de habilidad	2,1	1,5	2,9	0,9	1,2	3,0	0,0	3,3	3,1	4,0	1,6	1,5	1,9	2,7	100,0
Media Menciones	3,6	4,8	4,7	4,8	4,4	5,8	8,4	5,3	4,2	5,8	5,3	6,1	5,7	4,7	4,6



Diferencia significativamente superior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
 Diferencia significativamente inferior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

Unidad: Porcentajes

P.15 Hemos estado hablando del uso de videojuegos, ahora vamos a centrarnos en los tipos de videojuego que existen ¿Con qué tipos de videojuegos ha jugado en el último año?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Características de Los Jugadores De Distintos Géneros

43

															
	TOTAL	Acción	Aventuras	Coches/Carreras	Deportes	Disparos	Eróticos	Estrategia	Infantil	Plataforma	Lucha	Rol	Simulación	Varios	Juegos Habilidad
Base	709	376	310	325	364	172	15**	196	90	117	226	82	118	162	15**
Hombre	59,4	72,5	53,0	73,1	76,7	80,5	85,1	64,9	38,5	53,3	79,6	66,1	48,9	38,6	15,7
Mujer	40,6	27,5	47,0	26,9	23,3	19,5	14,9	35,1	61,5	46,7	20,4	33,9	51,1	61,4	84,3
Niños	30,0	27,3	35,4	29,8	31,4	28,3	16,6	20,2	69,5	22,7	29,4	14,7	23,7	25,2	12,3
Adultos	70,0	72,7	64,6	70,2	68,6	71,7	83,4	79,8	30,5	77,3	70,6	85,3	76,3	74,8	87,7
PC	50,0	47,7	53,7	47,4	43,2	44,7	74,3	58,0	53,1	55,3	45,5	63,9	64,8	64,1	52,7
Consola	50,0	52,3	46,3	52,6	56,8	55,3	25,7	42,0	46,9	44,7	54,5	36,1	35,2	35,9	47,3
Exclusivos PC	27,8	23,5	26,1	20,2	21,0	17,3	49,4	34,5	25,7	30,2	25,7	36,9	41,6	38,7	23,9
Exclusivos CONSOLA	32,1	32,8	30,2	31,6	36,2	34,1	15,7	25,0	27,7	28,1	35,0	27,5	25,1	19,2	38,0
Duales	40,1	43,6	43,7	48,2	42,8	48,6	34,9	40,5	46,6	41,6	39,3	35,5	33,4	42,0	38,1
Heavy	26,7	32,6	27,6	28,0	28,3	44,4	56,6	30,1	21,1	24,6	40,2	35,0	34,7	27,3	29,3
Médium	61,0	59,6	60,9	62,9	63,0	50,1	41,1	59,4	66,0	65,6	52,9	58,5	57,2	56,8	46,0
Light	12,2	7,8	11,5	9,1	8,4	5,5	2,3	10,5	12,9	9,0	6,9	6,5	8,1	15,9	24,7
Juega Online	29,3	38,0	34,3	32,4	30,0	36,7	50,8	39,0	23,1	38,6	33,5	53,9	37,5	36,5	31,9
No Juega Online	1,8	2,4	1,6	2,3	1,5	3,3	0,0	2,9	3,5	4,9	2,6	7,7	3,8	3,5	0,0

Unidad: Porcentajes



Diferencia significativamente superior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
Diferencia significativamente inferior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

P.15 Hemos estado hablando del uso de videojuegos, ahora vamos a centrarnos en los tipos de videojuego que existen ¿Con qué tipos de videojuegos ha jugado en el último año?

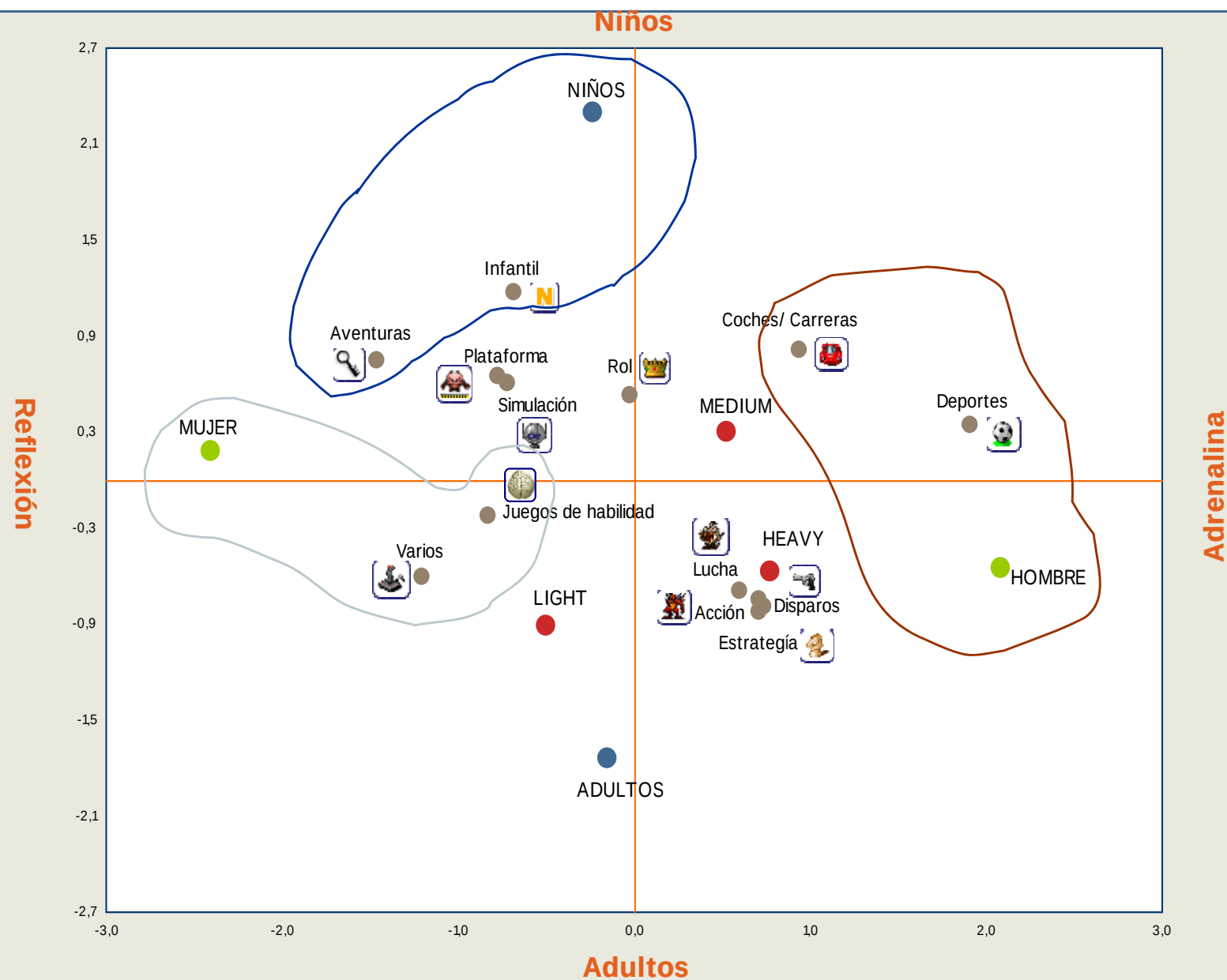
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

¿Quiénes y cómo son los jugadores de diferentes géneros?

Total

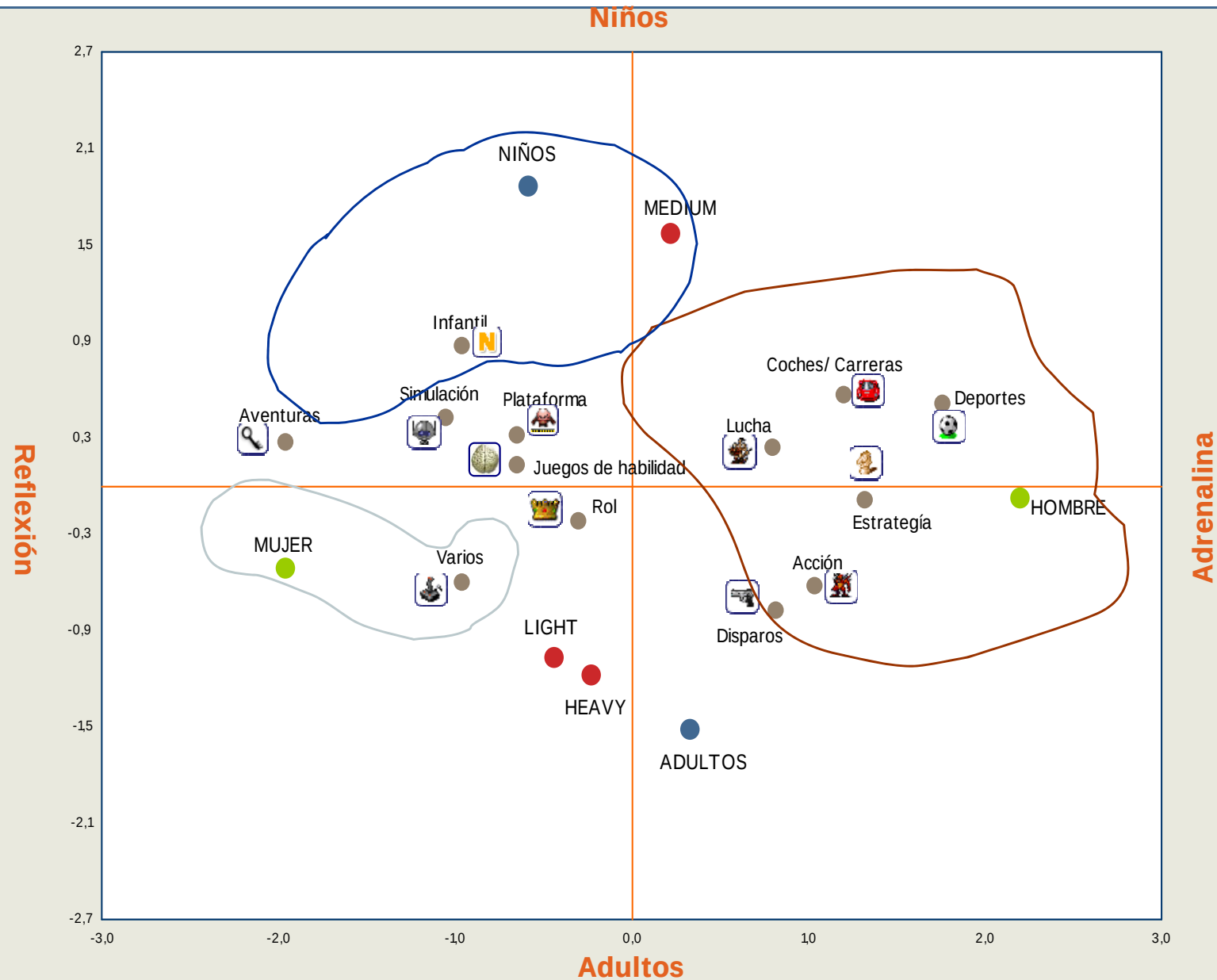
44



¿Quiénes y cómo son los jugadores de diferentes géneros?

PC

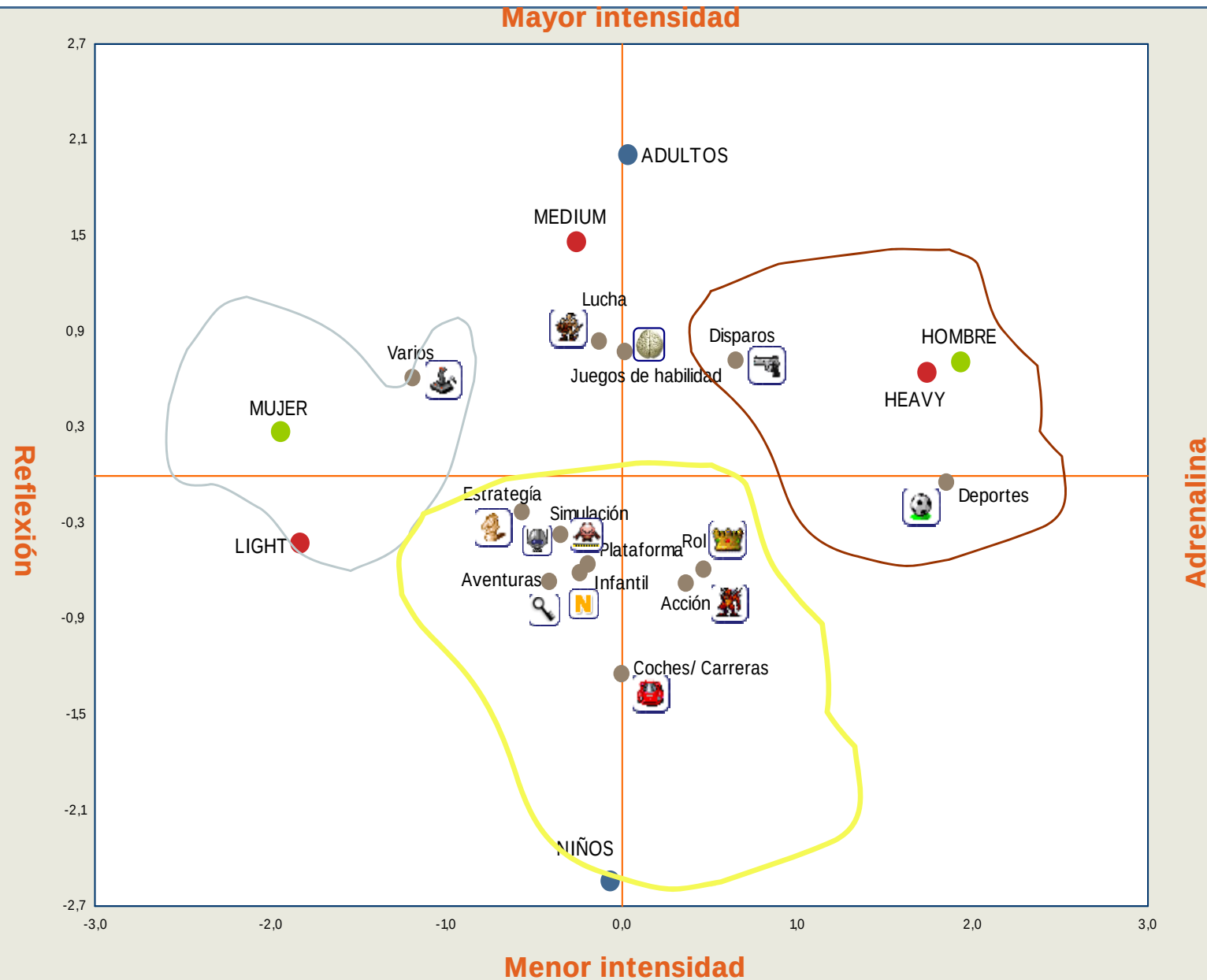
45



¿Quiénes y cómo son los jugadores de diferentes géneros?

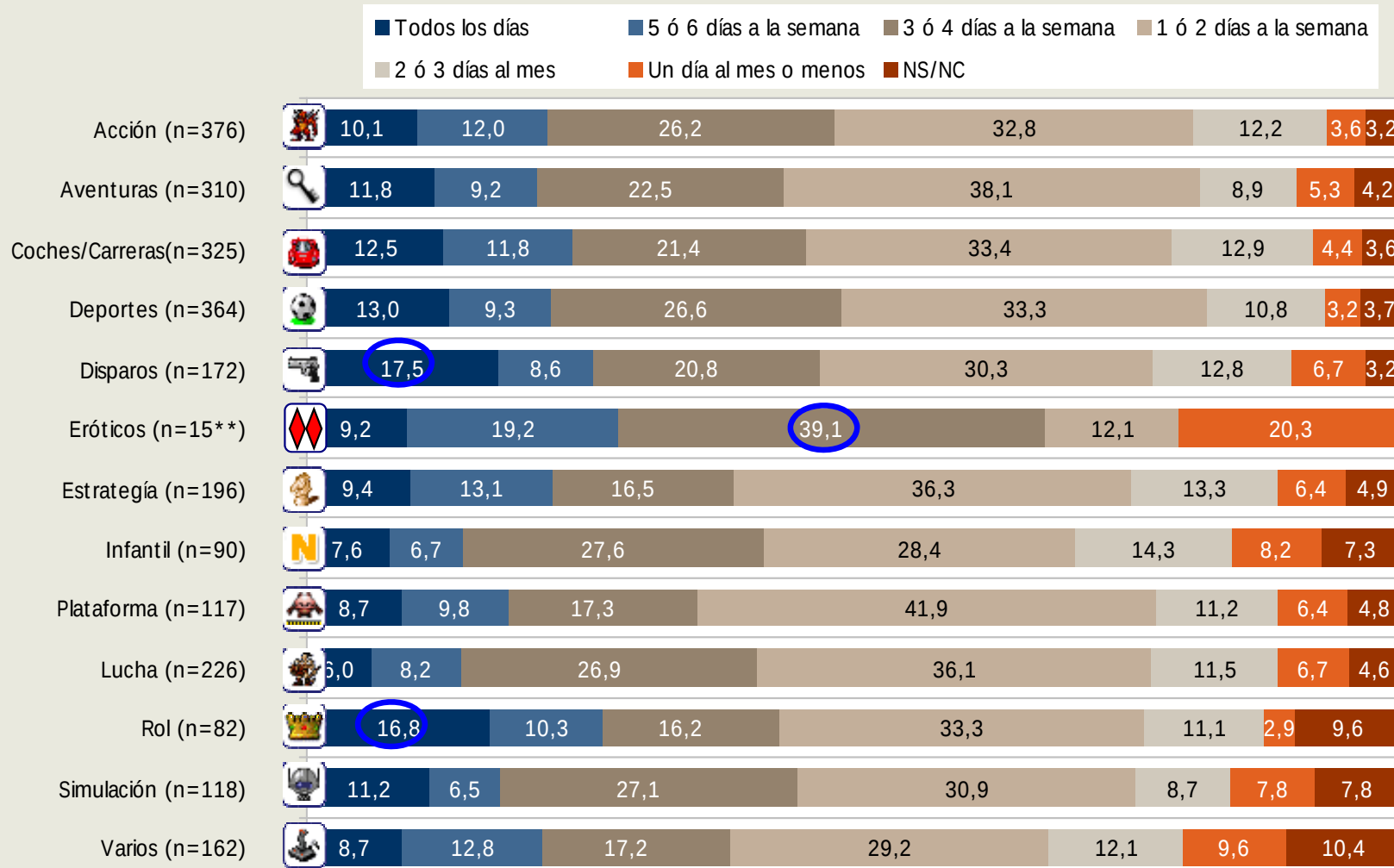
Videoconsola

46



Géneros Jugados En El Último Año Y Frecuencia De Juego

47



Los videojuegos de **DEPORTE** son los que se juegan con más frecuencia, aunque los géneros con más jugadores a diario son los de **DISPAROS** (18 %) y **ROL** (17 %).

Dentro de géneros concretos, los videojuegos de **LUCHA** y **ESTRATEGIA** son, por el contrario, a los que se juega con menor frecuencia (18 % y 20 %) lo hacen menos de una vez a la semana.

Unidad: Porcentajes

Base: Géneros jugados en el último año

P.16 ¿Y con qué frecuencia juega.....?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Géneros Preferidos

48



Los videojuegos de DEPORTES son los preferidos por HOMBRES, mientras que las MUJERES se decantan por AVENTURAS.

ESTRATEGIA se prefiere en Plataforma PC y DEPORTES en Consola.

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709)

P.17 ¿Cuál diría Usted que es su tipo de videojuego favorito, el que más le gusta?

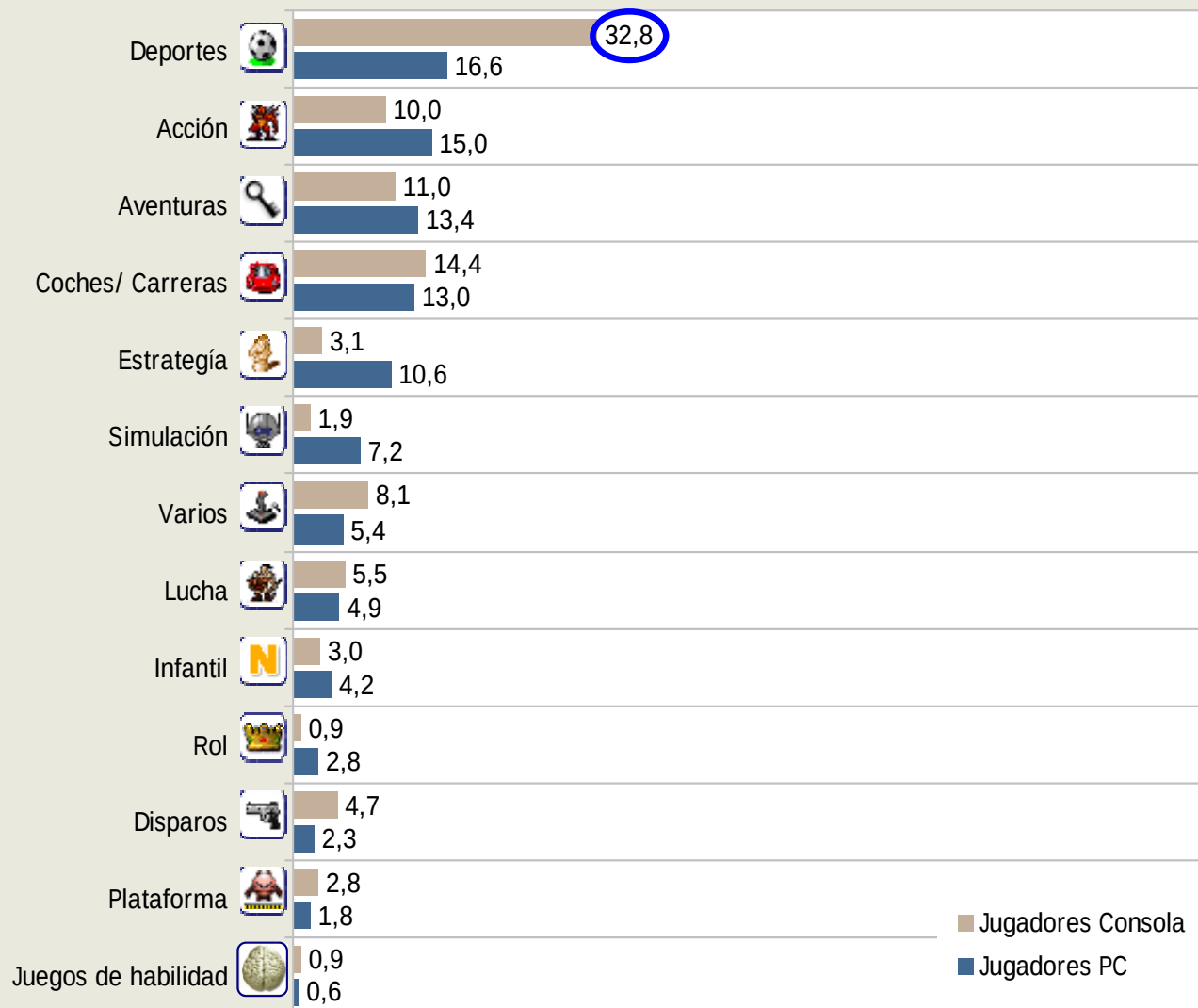
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Géneros Preferidos

Según plataforma

49



Unidad: Porcentajes

Base: Jugadores de Consola (n=355); Jugadores de PC (n=355)

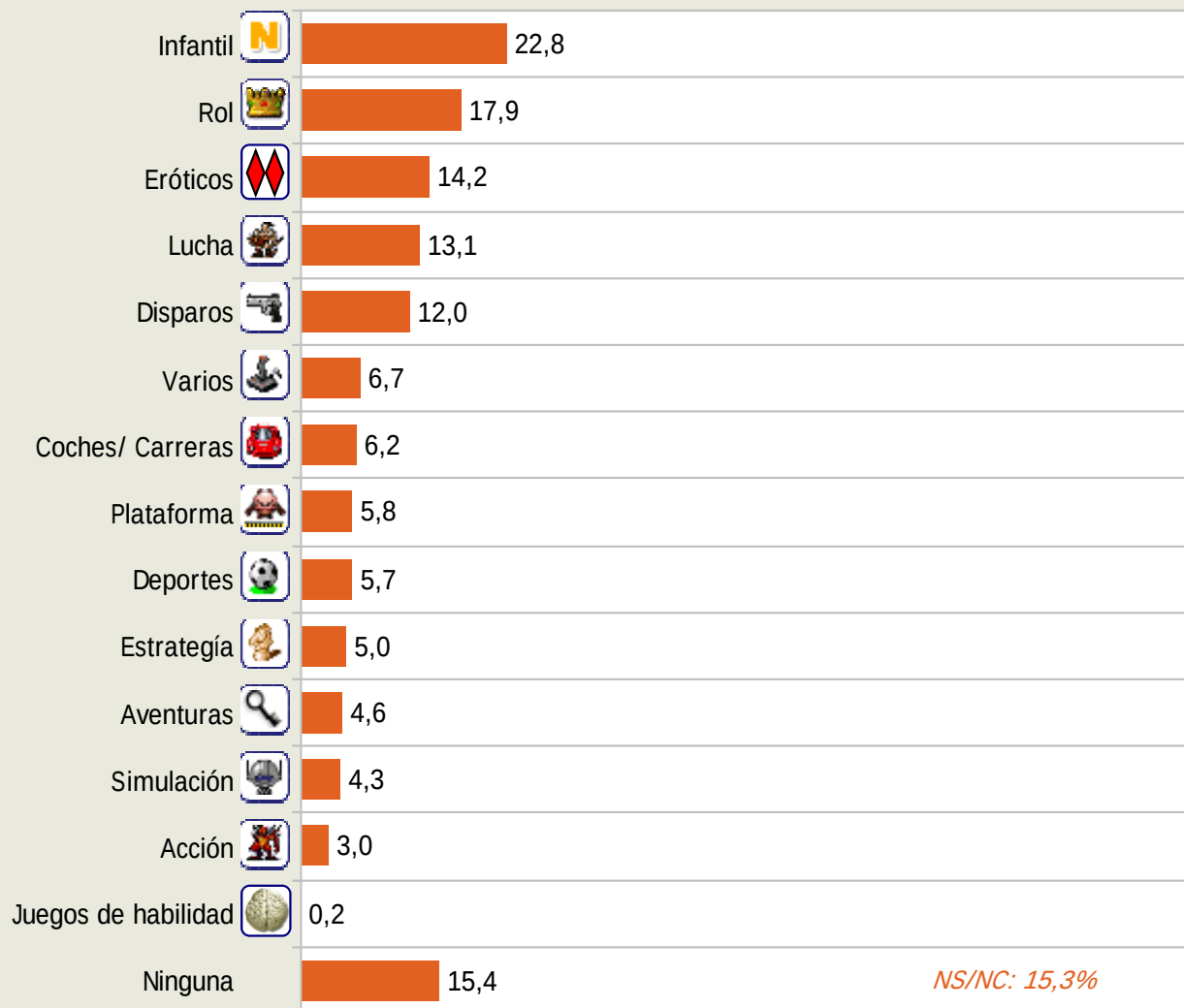
P.17 ¿Cuál diría Usted que es su tipo de videojuego favorito, el que más le gusta?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Rechazo De Géneros

50



Un 15 % jugaría a videojuegos con independencia del género.

Los que han mencionado algunos, normalmente no jugarían a uno ó dos tipos de videojuego.

Los más rechazados son los INFANTILES, de ROL, ERÓTICOS, de LUCHA y DISPAROS. Estos últimos géneros se rechazan sobre todo entre MUJERES.

Unidad: Porcentajes

Base: No menciona (n=694)

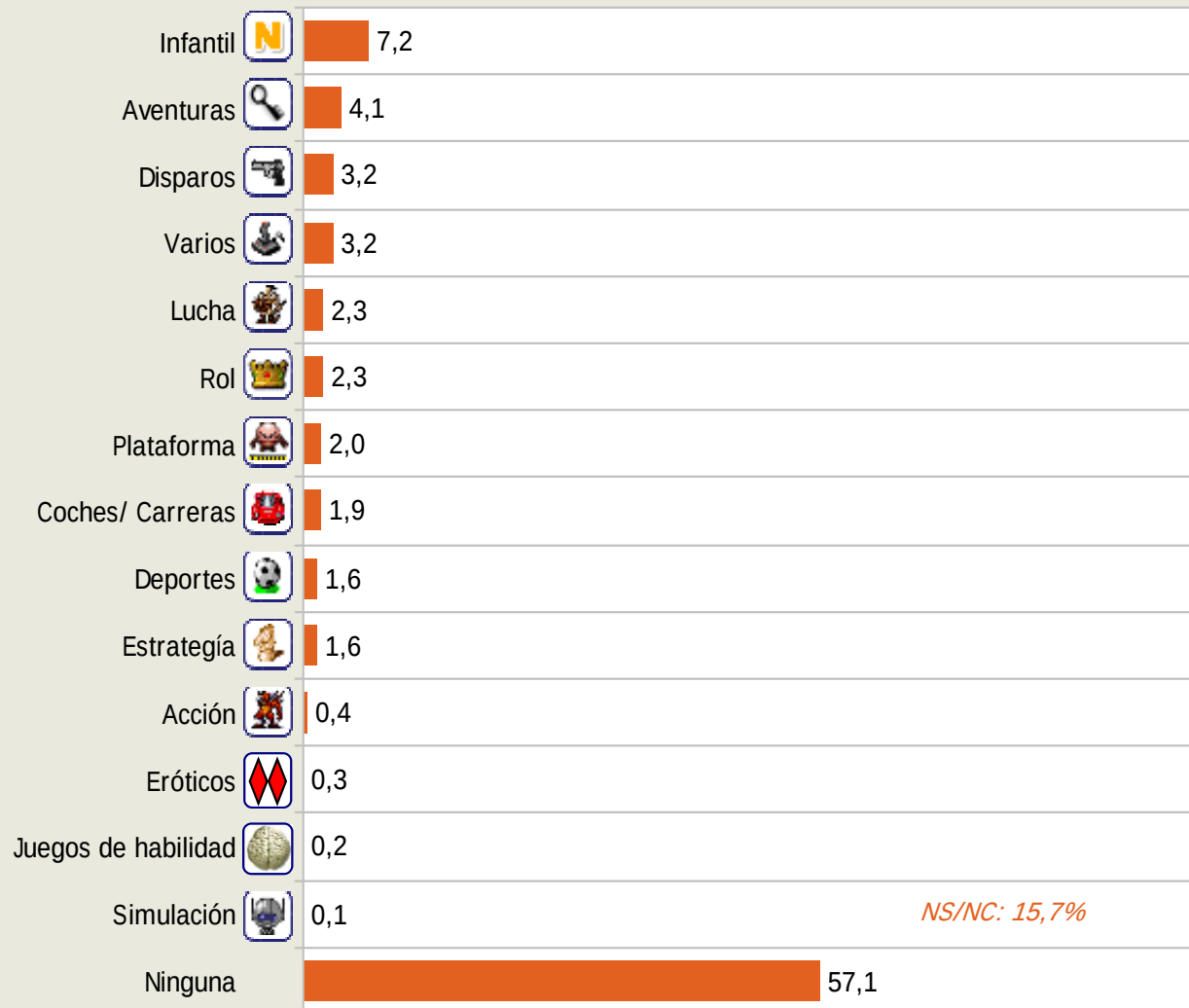
P.18 De los tipos de videojuegos que me ha dicho que NO ha jugado durante el último año, ¿Cuál o cuales nunca jugaría?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Abandono De Géneros Y Motivos

51



Más de la mitad de la muestra no ha dejado de jugar a ningún género de videojuegos.

Los principales motivos de dejar de jugar con uno de los géneros son:

Cansancio

**Por la edad
(centrado en infantil)**

Aburrimiento

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709)

P.19 ¿Con qué tipos de videojuego de PC jugaba con cierta frecuencia en el pasado y ahora ha dejado de jugar?/ P.20 ¿Por qué?

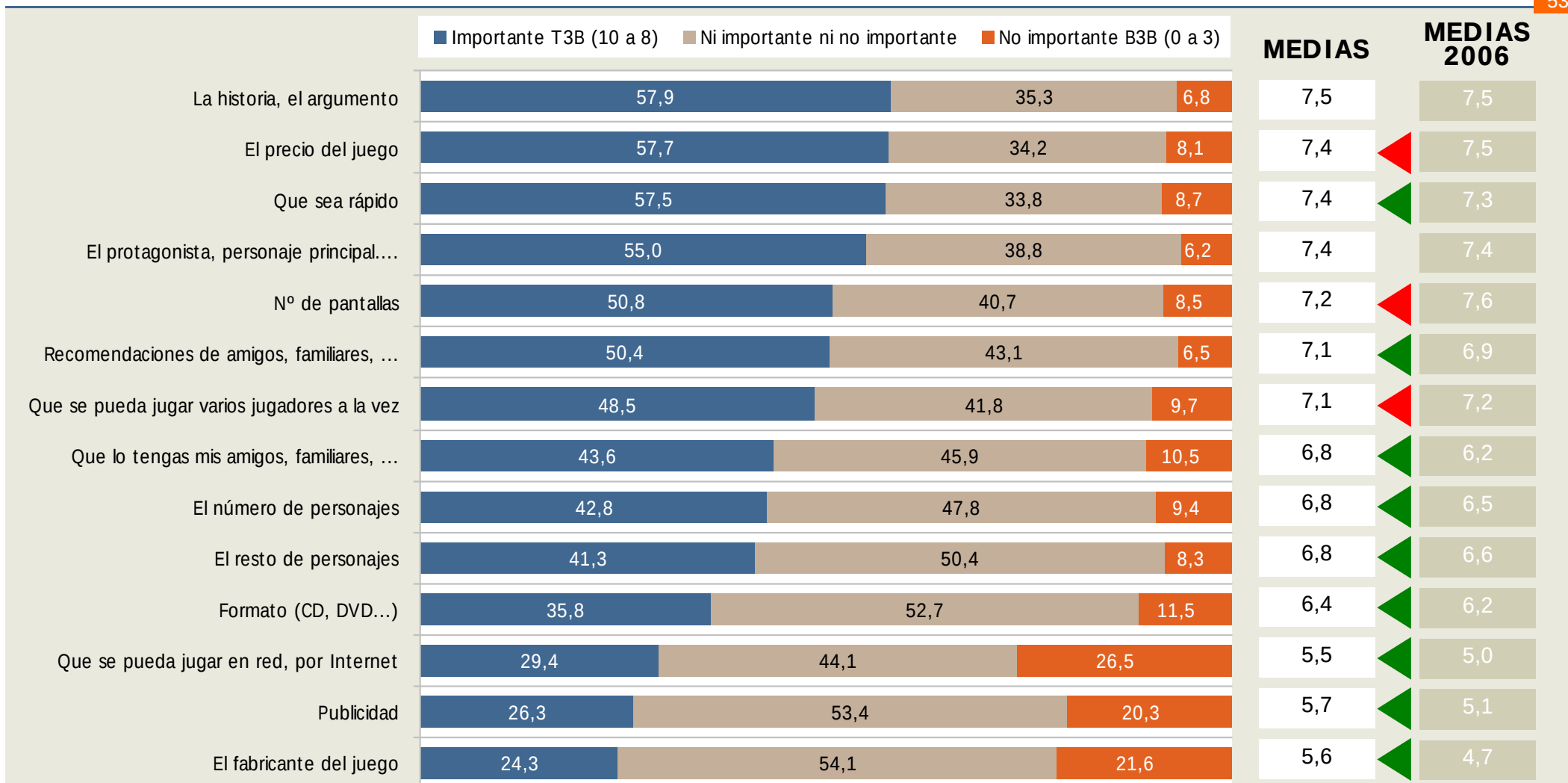
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

1.5. Títulos favoritos y Key Drivers de Elección

Importancia En La Elección De Un Videojuego

53



Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709)

P.23.a A la hora de elegir un juego de PC, dígame hasta qué punto es importante o no cada una de las siguientes características. Para ello utilice una escala de 0 a 10, donde 0 significa que es "Nada importante" y 10 que es muy importante, utilizando las puntuaciones intermedias para matizar su opinión.

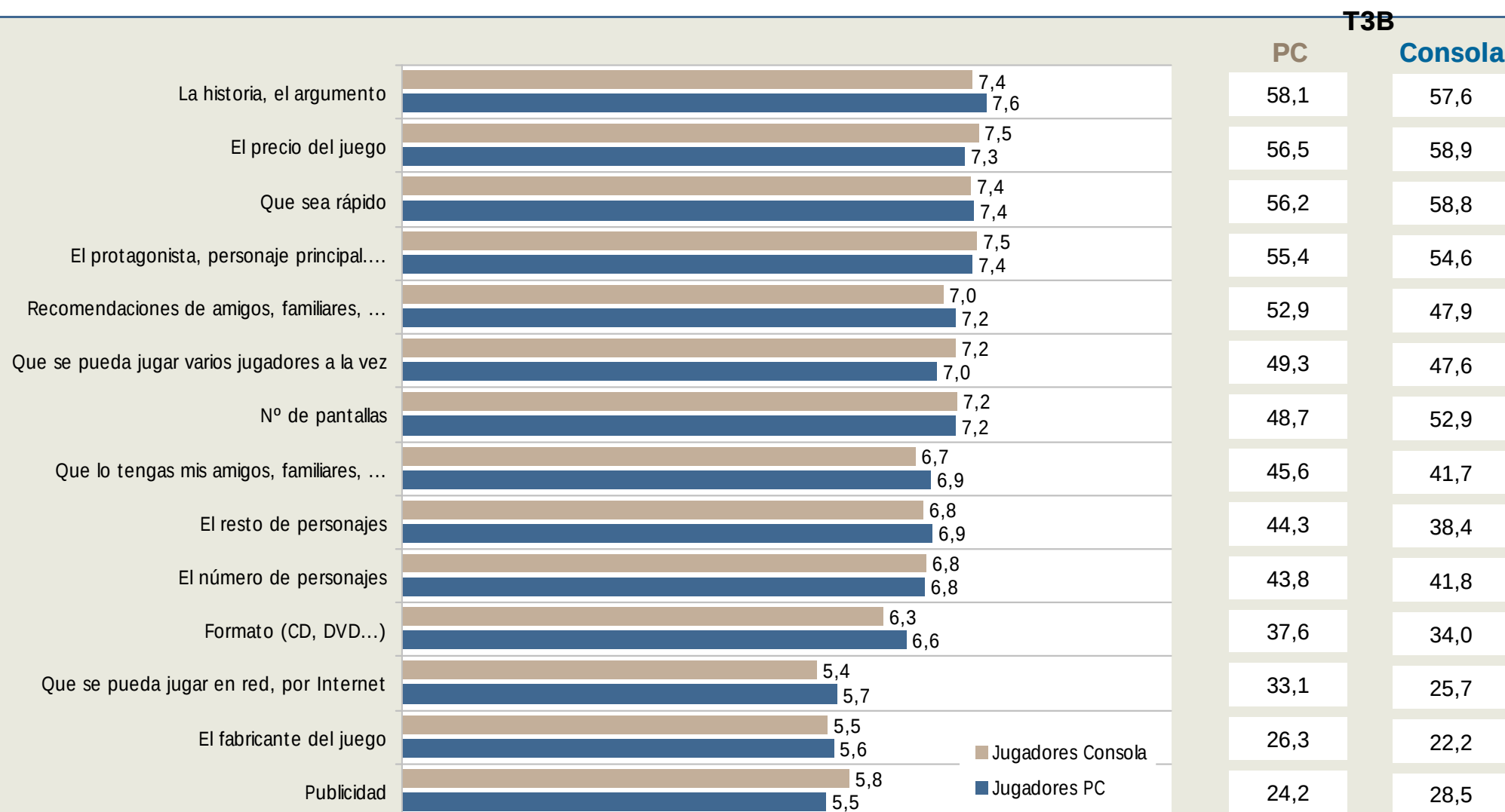
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Importancia En La Elección De Un Videojuego

Según plataforma

54



Unidad: Medias y Porcentajes

Base : Jugadores Consola (n=355); Jugadores PC (n=355)

P.23.a A la hora de elegir un juego de PC, dígame hasta qué punto es importante o no cada una de las siguientes características. Para ello utilice una escala de 0 a 10, donde 0 significa que es "Nada importante" y 10 que es muy importante, utilizando las puntuaciones intermedias para matizar su opinión.

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Importancia En La Elección De Un Videojuego (T3B)

Según Conocimiento de Fabricantes

55

	TOTAL	ACTIVISION	ATARI	DISNEY, BUENAVISTA GAMES	ED. PLANETA DEAGOSTINI INTERACTIVE	ELECTRONIC ARTS (EA)	FX INTERACTIVE	KONAMI	MICROSOFT	NAMCO	NINTENDO	NOKIA	PROEIN	SEGA	SONY	TAKE 2 Interactive	THQ	UBI SOFT	VIRGIN PLAY
Base:	709	204	257	304	114	316	135	275	435	64*	575	310	57*	171	530	72*	117	149	102
La historia, el argumento	57,9	71,7	66,0	59,7	62,5	60,6	64,8	63,7	59,4	63,9	58,7	56,9	59,5	59,7	58,5	80,2	63,4	68,2	58,5
El precio del juego	57,7	70,8	59,0	59,9	55,4	60,6	59,4	66,7	61,8	72,8	57,5	58,3	66,8	71,0	61,8	67,6	60,3	63,4	56,1
Que sea rápido	57,5	62,8	62,0	56,4	62,2	60,8	60,1	55,0	55,9	57,3	56,4	58,8	72,5	56,2	57,8	65,2	57,3	68,9	68,4
El protagonista, personaje principal....	55,0	62,8	59,5	58,8	53,7	55,2	60,8	58,3	53,0	64,8	53,8	56,1	65,1	55,9	55,0	73,4	62,9	62,8	55,6
Nº de pantallas	50,8	62,6	53,9	51,2	55,8	55,8	55,7	53,6	53,2	51,6	51,2	51,7	56,0	55,6	51,4	52,6	59,1	53,0	57,0
Recomendaciones de amigos, familiares, ...	50,4	56,0	56,6	47,5	52,8	52,0	54,6	53,9	52,5	45,4	48,5	51,1	54,8	38,4	51,2	52,5	54,4	57,9	49,3
Que se pueda jugar varios jugadores	48,5	55,3	52,0	49,7	52,1	53,5	57,6	59,9	51,0	59,5	49,8	53,9	58,9	58,0	51,5	50,4	57,7	54,5	56,7
Que lo tengas mis amigos...	43,6	45,2	43,1	39,7	42,9	45,7	40,3	44,9	42,4	29,9	43,1	43,4	50,0	38,3	44,2	46,9	44,8	45,8	48,7
El número de personajes	42,8	48,7	43,9	43,2	42,7	45,1	44,6	44,3	40,3	46,0	42,2	43,5	62,7	34,0	42,6	41,8	43,0	46,7	45,6
El resto de personajes	41,3	48,2	42,7	43,7	38,7	42,6	43,0	44,4	39,3	48,4	40,1	40,4	50,4	38,0	40,8	61,0	44,8	44,1	38,7
Formato (CD, DVD...)	35,8	43,0	35,3	33,1	43,9	39,7	40,3	41,4	38,2	38,8	36,8	42,7	67,2	38,8	37,4	50,6	39,7	37,2	48,9
Que se pueda jugar en red	29,9	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5	34,5

 Diferencia significativamente superior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
 Diferencia significativamente inferior frente al TOTAL; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

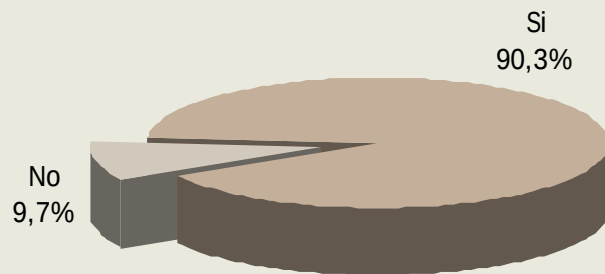
Asociación E



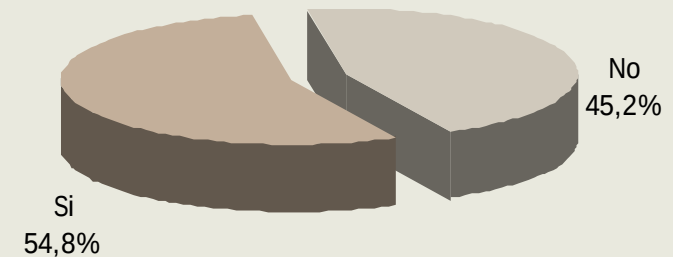
Clasificación De Los Juegos. Según Plataforma

56

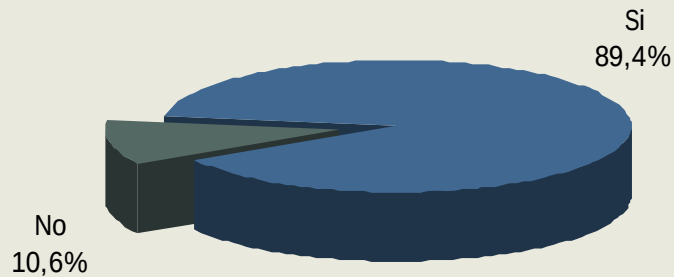
Conocimiento de la clasificación



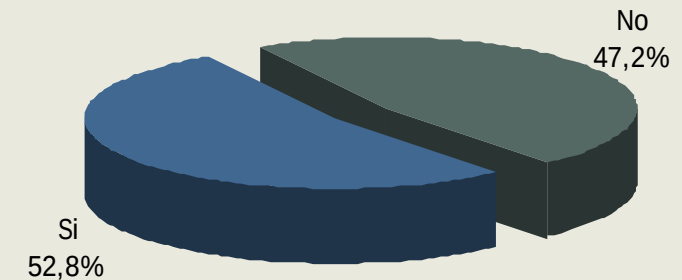
Tienen en cuenta la clasificación cuando va a comprar el juego



Conocimiento de la clasificación



Tienen en cuenta la clasificación cuando va a comprar el juego



Unidad: Porcentajes

Base : Total Jugadores Consola (n=355); Jugadores PC

(n=355)

P.51 ¿Sabía Usted que en todos los videojuegos se incluye una clasificación del juego, especificando para qué edades está dirigido el videojuego, así como si incluye escenas violentas, contiene lenguaje soez etc...?/ P.52 Cuando va a comprar o a elegir un juego para la Consola, ¿Se fija Usted antes en esta clasificación?

Unidad: Porcentajes

Base : Conoce clasificación

Jugadores consola (n=320); Jugadores PC (n=317)

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Contenidos De Los Videojuegos, Comparados Con Otros Medios

57

NIÑOS	Video juegos	TV	Cine	Libros	Revistas Diarias	Internet
<i>Base Total:</i>	213	213	213	213	213	213
Hay luchas	46,4	42,9	38,6	4,8	8,8	21,9
Se ve sangre	30,3	40,8	31,0	3,6	5,5	14,2
Se dicen palabrotas	18,3	36,9	25,4	3,4	5,5	14,0
Se ve morir gente	33,6	40,9	34,0	4,6	5,4	12,3
Nada de lo anterior	41,3	33,1	39,6	69,0	52,8	43,7

ADULTOS	Video juegos	TV	Cine	Libros	Revistas Diarias	Internet
<i>Base Total:</i>	496	496	496	496	496	496
Contenido favorece discriminación	18,5	35,0	28,7	6,6	10,2	25,7
ref./Uso drogas	19,6	44,9	41,0	8,9	14,7	31,0
Palabrota/leng soez	29,1	51,8	42,8	9,6	11,9	30,8
Hay contenido sexual	19,3	50,4	45,0	10,5	16,9	40,4
Hay contenido violento	50,0	64,3	58,8	13,9	19,2	40,8
Nada de lo anterior	39,6	19,3	22,9	59,0	47,4	39,3

Tanto niños como adultos consideran el soporte LIBRO como el que contiene menos puntos negativos.

Los niños consideran la televisión como donde más contenidos inapropiados existen, con excepción de 'luchas, que ven más en videojuegos.

Esta imagen negativa se repite en los adultos, donde lidera todos los apartados.

○ Diferencia significativamente superior frente a VIDEOJUEGOS; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
 ○ Diferencia significativamente inferior frente a VIDEOJUEGOS; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

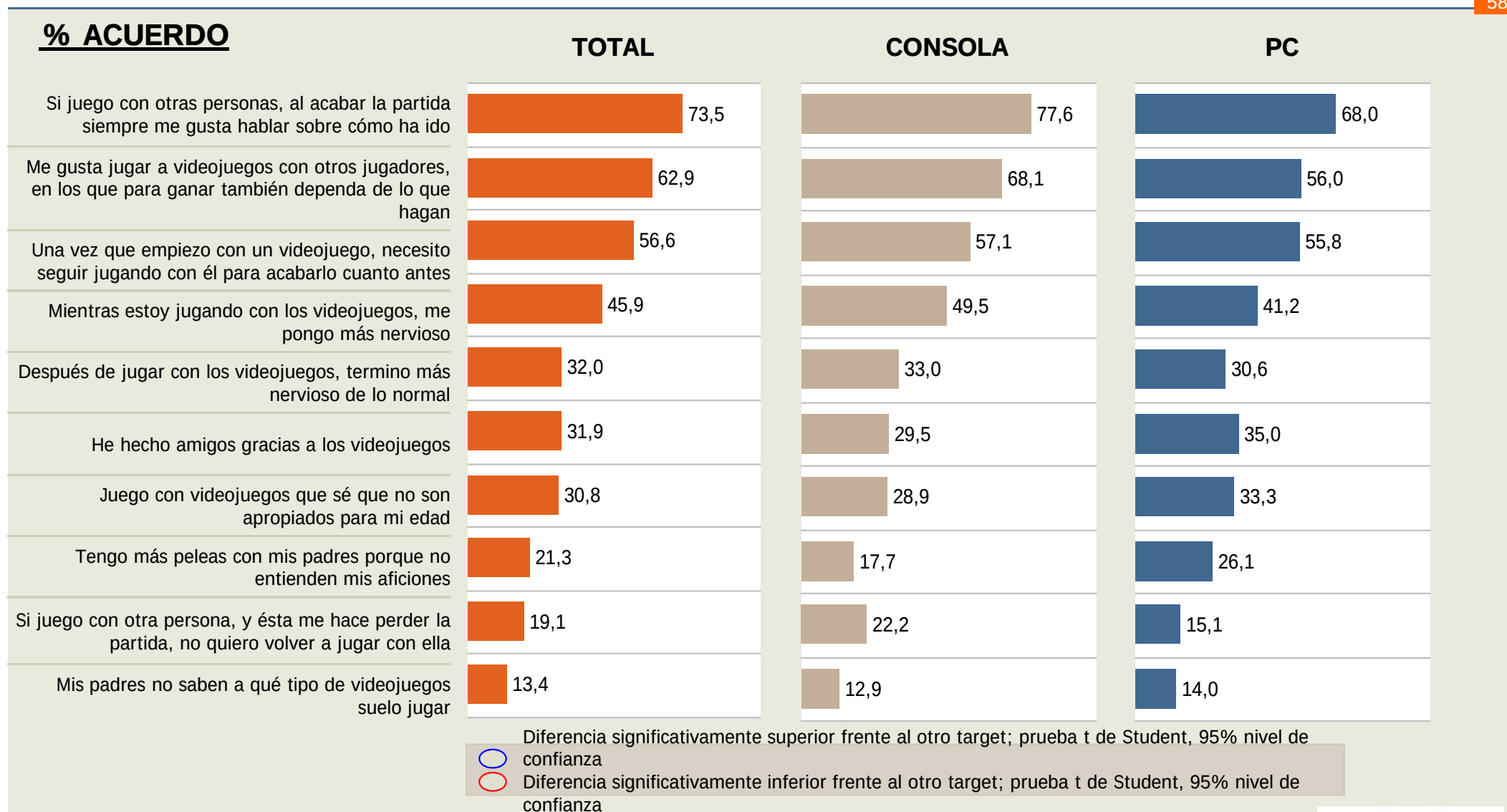
P.23.b/c/d/e/f/g. Habitualmente, con los videojuegos que mas juega ¿Aparecen en ellos alguna de estas cuestiones que le muestro en la tarjeta? ¿Y en la TV?, ¿Y en el cine?, ¿Y en los libros?, ¿Y en las revistas, diarios?, ¿Y en internet?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Actitudes Ante Los Juegos. Niños

58



Unidad: Porcentajes Base : Total Niños (n=213); Niños Jugadores Consola (n=121); Niños Jugadores PC

P.53. Ahora le voy a leer una serie de afirmaciones que otras personas han hecho en relación a los videojuegos. Me gustaría que me dijese para cada una de estas afirmaciones si estas de acuerdo o no.

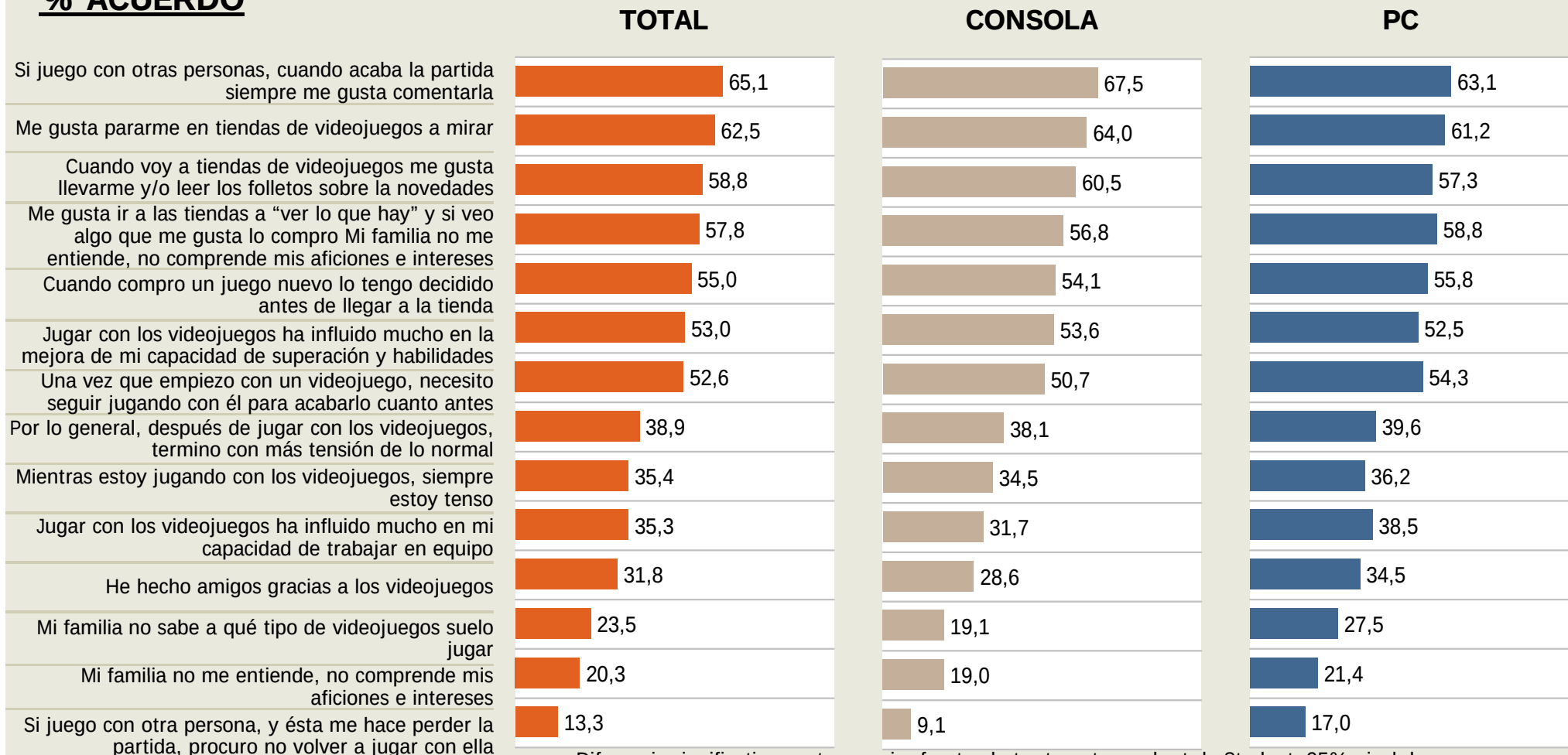
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Actitudes Ante Los Juegos. Adultos

59

% ACUERDO



Diferencia significativamente superior frente al otro target; prueba t de Student, 95% nivel de confianza
 Diferencia significativamente inferior frente al otro target; prueba t de Student, 95% nivel de confianza

Unidad: Porcentajes Base : Total Adultos (n=496); Adultos Jugadores Consola (n= 233); Adultos Jugadores PC

(n=263);

P.53 Ahora le voy a leer una serie de afirmaciones que otras personas han hecho en relación a los videojuegos. Me gustaría que para cada una de estas afirmaciones me dijera, desde su punto de vista, si está completamente de acuerdo con ellas, bastante de acuerdo,

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Conclusiones De Importancia En La Elección De Un Videojuego

60

Lo **más importante** en la elección de videojuegos es en el siguiente orden:

2004

El número de pantallas
Que sea rápido
El precio del juego

2006

El número de pantallas
Historia y Argumento
El precio del juego

2009

Historia y Argumento
El precio del juego
Que sea rápido

Lo **menos importante** en la elección de un videojuego es:

2004

El fabricante del juego
La Publicidad

2006

Que se pueda jugar en
la Red
El fabricante del juego

2009

La publicidad
El fabricante del juego

2. *Hábitos de uso de videojuegos Online*

2.1. Usuarios de Videojuegos Online

Juega Con Videojuegos Online. Comparativa 2004-2006-2009

Según plataforma

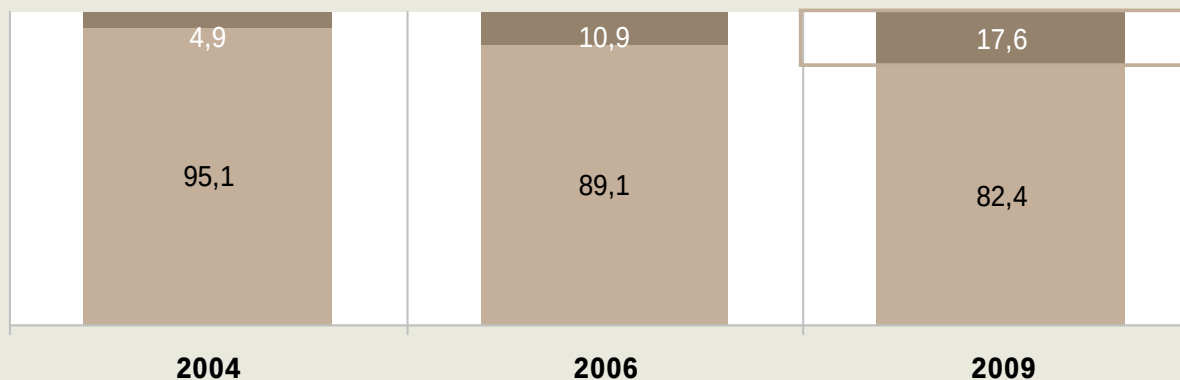
63

Juega con videojuegos Online

CONSOLA



■ Sí
■ No



Solo Adultos:

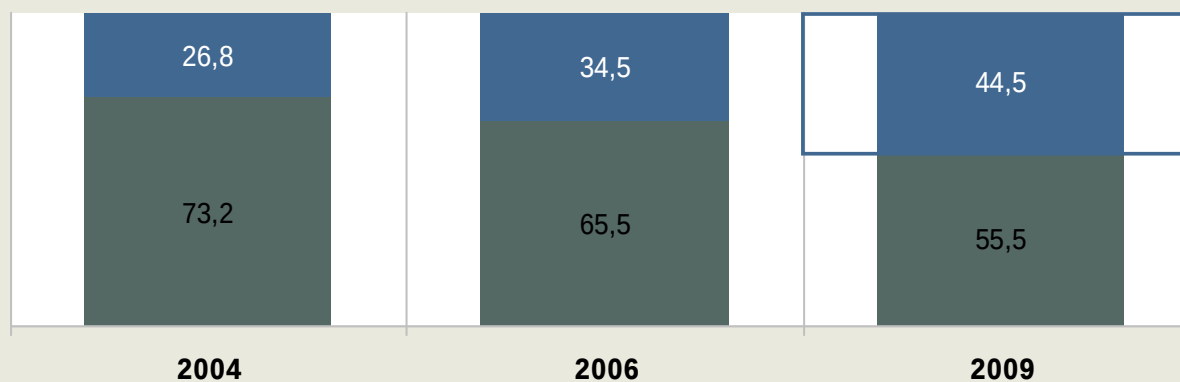
Paga: 0,9%

No paga: 16,7%

PC



■ Sí
■ No



Solo Adultos:

Paga: 2,6%

No paga: 41,9%

Unidad: Medias y Porcentajes

Base : Jugadores Consola (n=355); Jugadores PC (n=355)

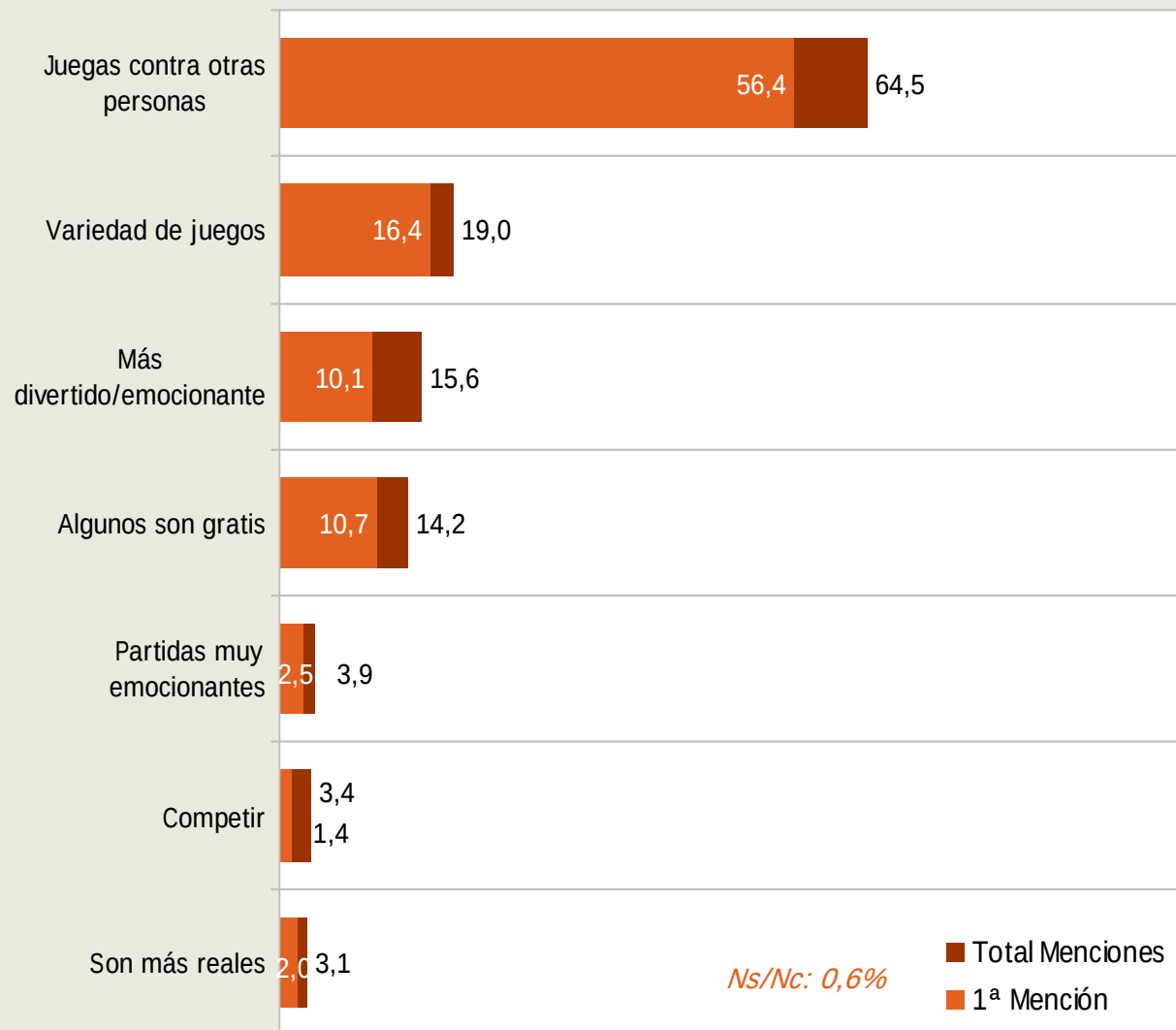
P.26 ¿Juega Usted con videojuegos online/en red con el PC?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

¿Qué Es Lo Que Más Gusta De Los Videojuegos Online?

64



Lo que más gusta de los juegos Online sigue siendo RELACIONARSE con otras personas, seguido de la creciente VARIEDAD de JUEGOS.

Destacan la cantidad de menciones al juego en sí mismo, que califican de más DIVERTIDO/EMOCIONANTE y MAS REAL.

Base: Jugadores Online (n=220)

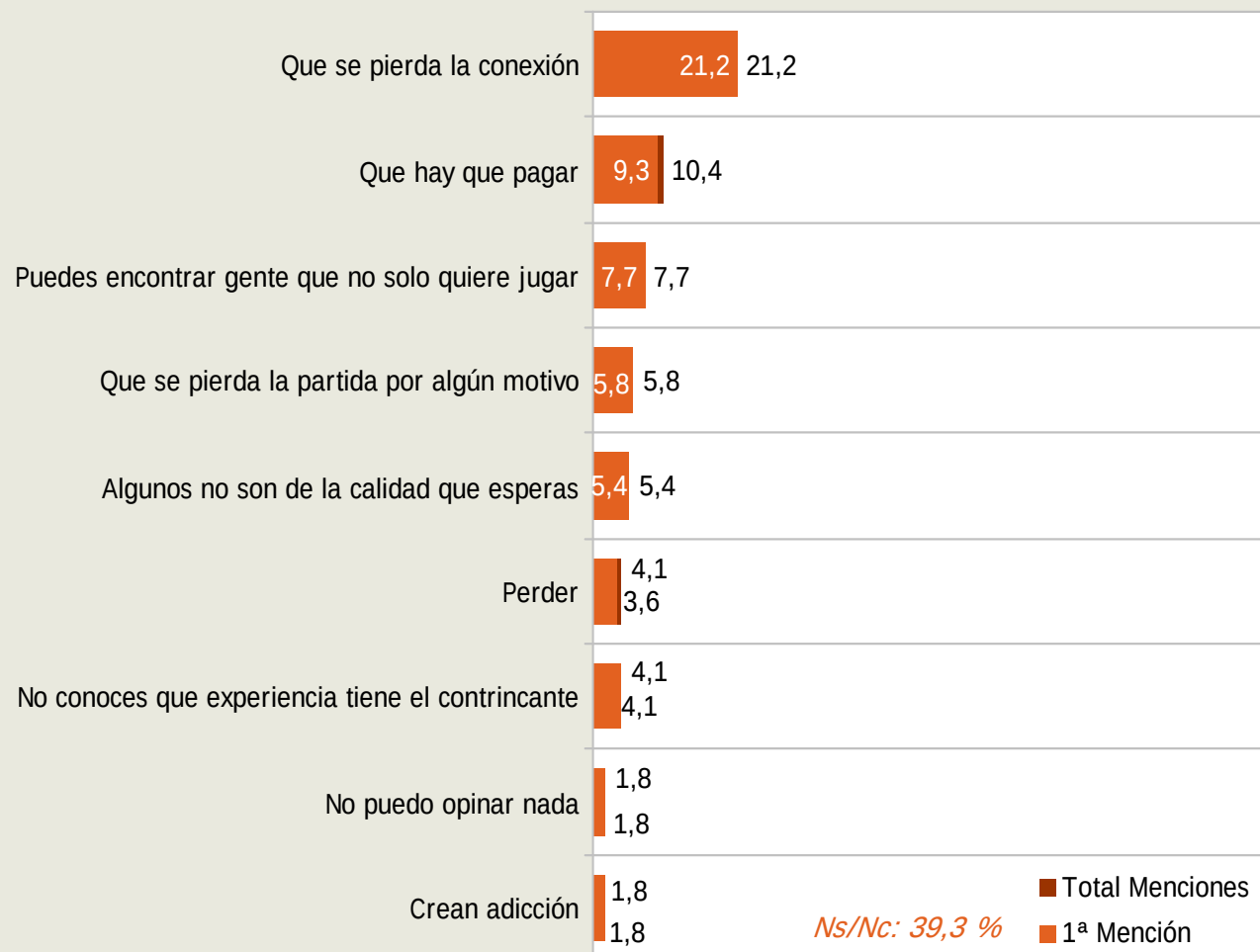
P.29 ¿Qué es lo que más le gusta de videojuegos online/ en red?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

¿Qué Es Lo Que Menos Gusta De Los Videojuegos Online?

65



Lo que menos gusta de los videojuegos Online son los PROBLEMAS TÉCNICOS que surgen jugando, principalmente QUE SE PIERDA LA CONEXIÓN.

Otros inconvenientes son el PAGO, y el escaso control sobre los participantes.

Base: Jugadores Online (n=220)

P.30 ¿Y qué es lo que menos le gusta?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

2.2. Frenos y Barreras a los videojuegos Online

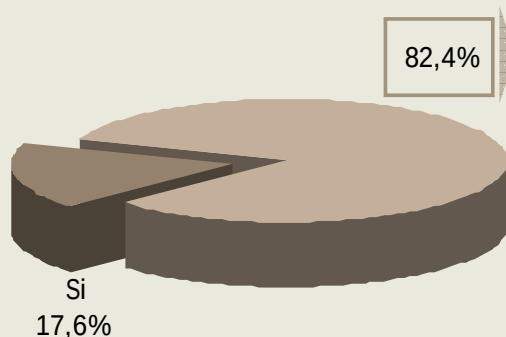
Frenos Y Barreras A Los Videojuegos Online

Según Plataforma

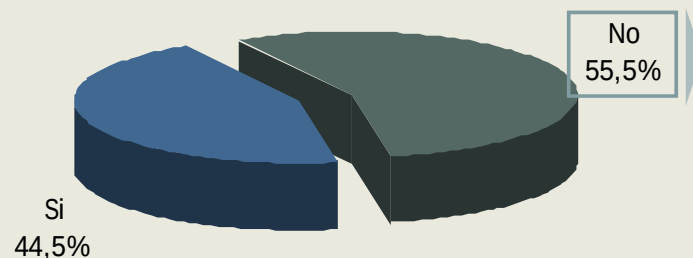
67

Juega con videojuegos Online

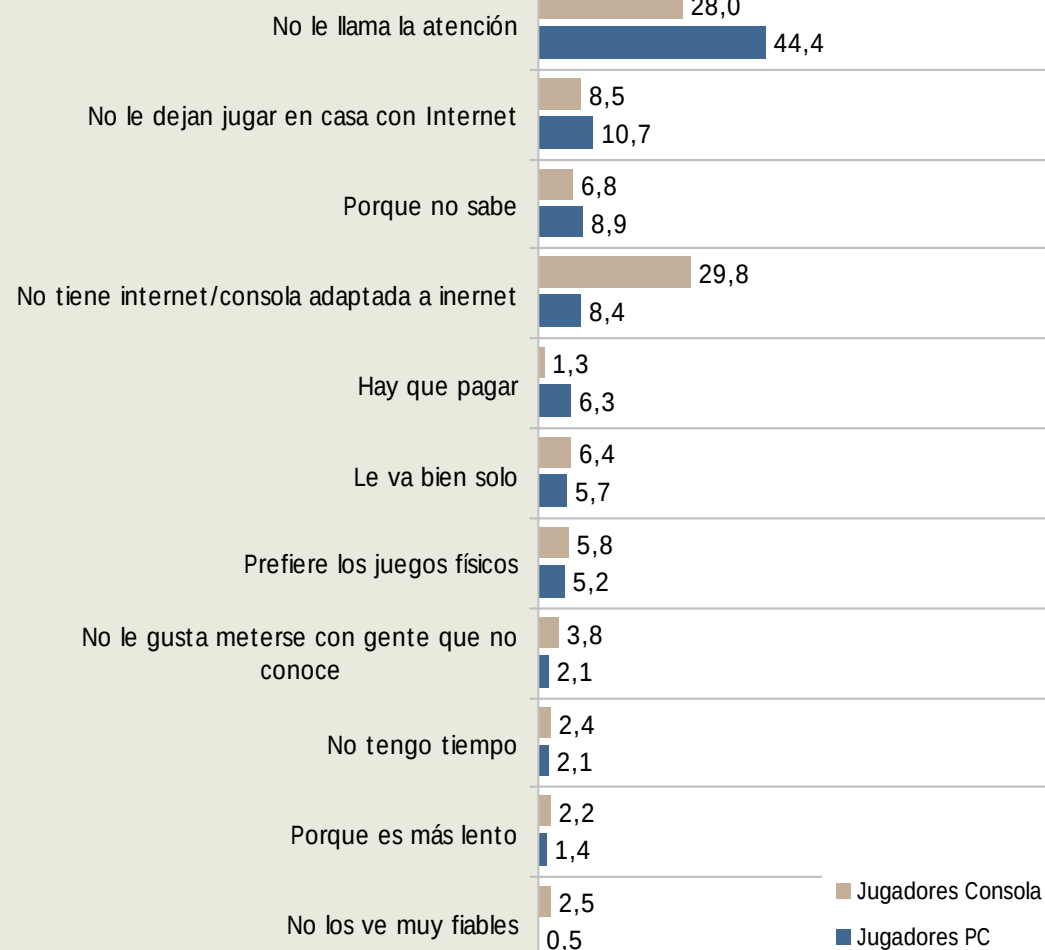
CONSOLA



PC



Motivos de no jugar a videojuegos Online



Unidad: Medias y Porcentajes

Base : Jugadores Consola (n=355); Jugadores PC (n=355)

P.26 ¿Juega Usted con videojuegos online/en red con el PC? P.27 ¿Por qué no juega con videojuegos on line/en red con el PC? ¿y por algo más?

Unidad: Medias y Porcentajes

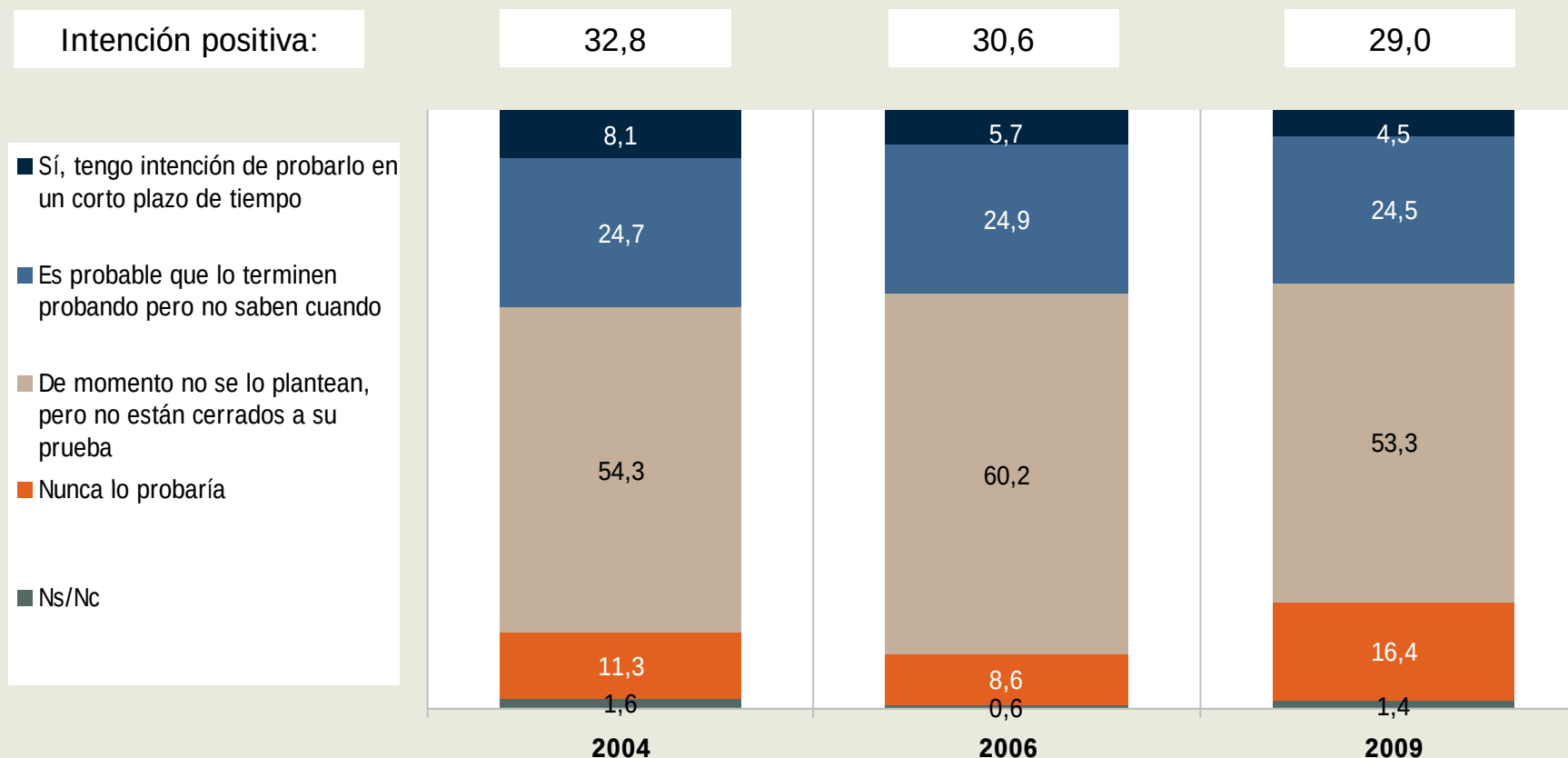
Base No juega Online: Consola (n=292); Jugadores PC (n=197)

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Actitud Hacia Los Videojuegos Online. Comparativa 2004-2006-2009

68



El porcentaje de jugadores que rechazan jugar online (entre los que no juegan) aumenta, debido a que cada vez más jugadores potenciales están ya incorporados a algún juego por internet.

Unidad: Medias y Porcentajes

Base : No juegan Online (n=489)

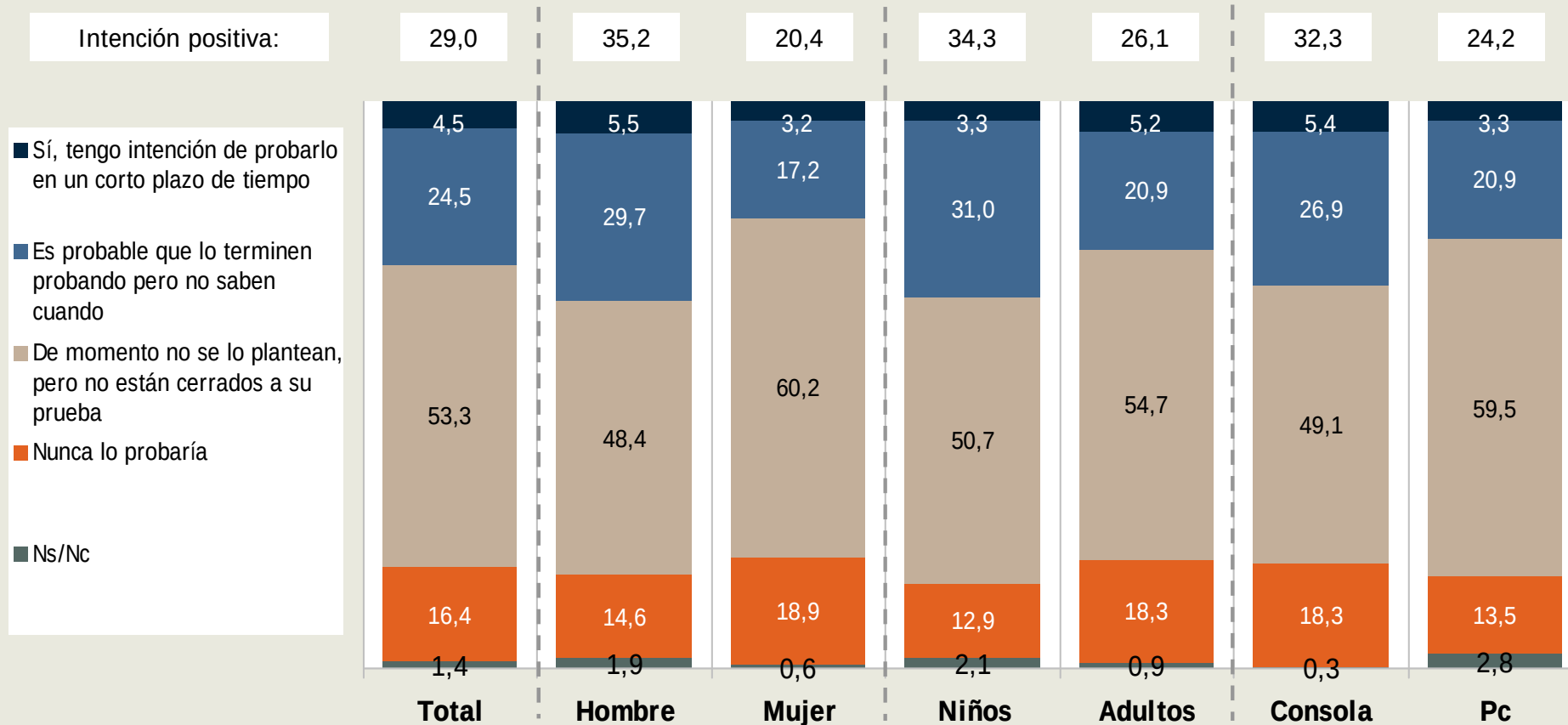
P.28. ¿cuál de estas frases refleja mejor su actitud hacia los videojuegos online?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Actitud Hacia Los Videojuegos Online

69



Unidad: Medias y Porcentajes

Base : No juegan Online. Total (n=489); Hombre (n=286); Mujer (n=203); Niños (n=173); Adultos (n=315); Consola (n=197); PC (n=292)

P.28. ¿cuál de estas frases refleja mejor su actitud hacia los videojuegos online?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Conclusiones Hábitos De Uso De Los Videojuegos Online

70

El 69% de los jugadores de Consola no juega actualmente a videojuegos Online. Los principales frenos a los juegos Online son:

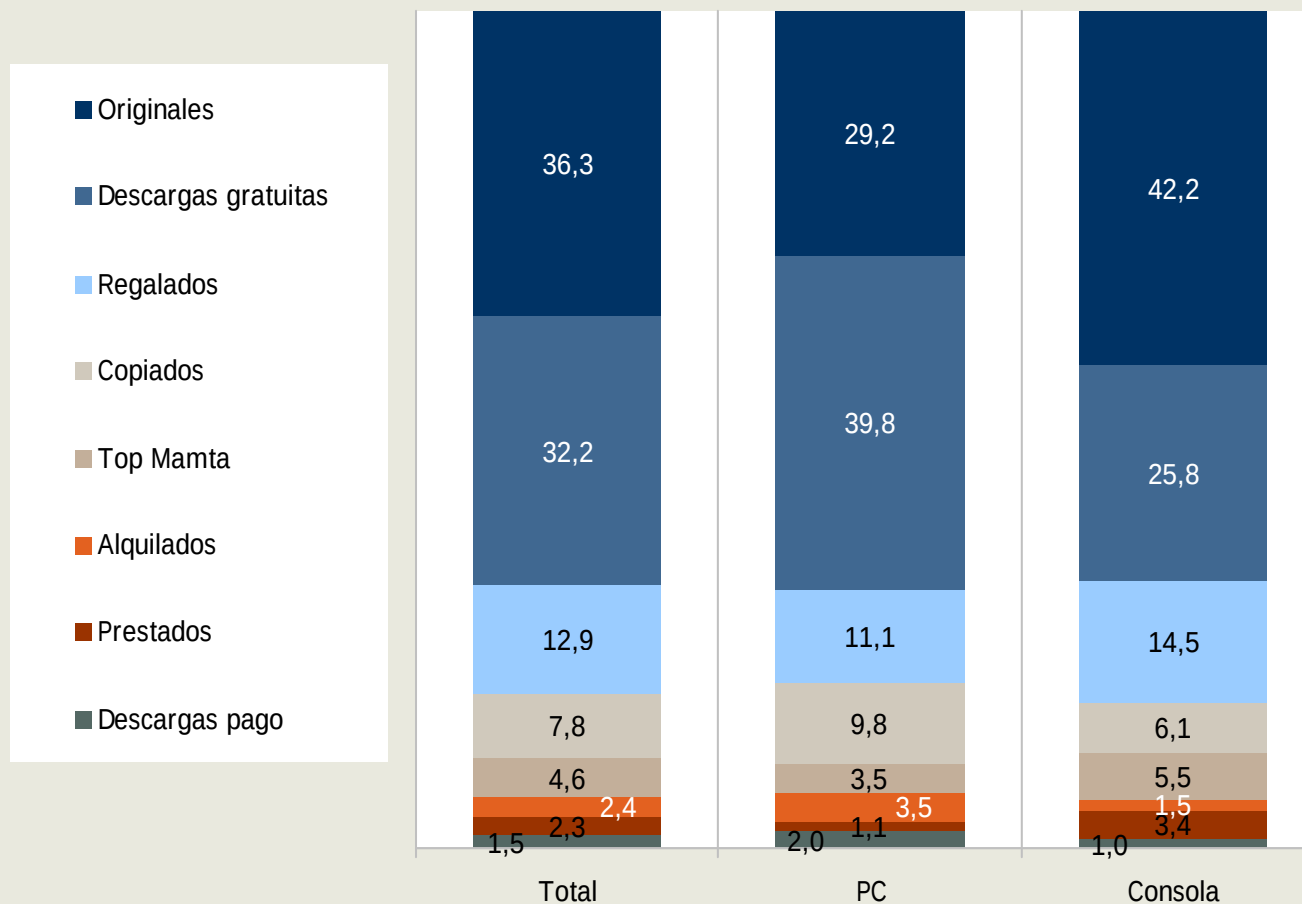
**No se lo ha planteado
No tiene internet o adaptador**

Aunque encontramos entre los jugadores de PC un mayor porcentaje jugando en red (44%), la mayoría de ellos todavía no se ha lanzado a esta nueva forma de jugar. La intención de jugar algún videojuego Online en el futuro es relativamente baja entre los no jugadores. Solamente un 29% tiene intención positiva, aunque 8 de cada 10 no jugadores no está cerrados de todo a probar los videojuegos Online.

3. *Adquisición y/o alquiler de videojuegos*

Origen De Los Videojuegos Que Tiene En Casa

72



Unidad: Porcentajes

Base: Tienen Juegos en casa (n=709); PC (n=355); Consola (n=355)

P.32. Dígame, por favor, si estos videojuegos que tienen son comprados, regalados, prestados, copiados o descargados ¿Qué porcentaje de los juegos que tienen son...?

aDeSe

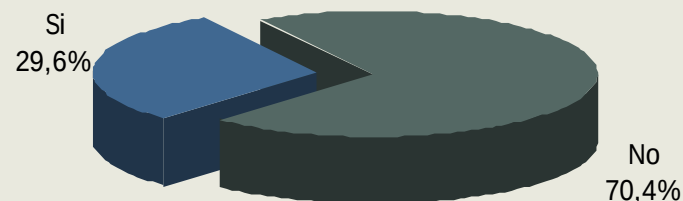
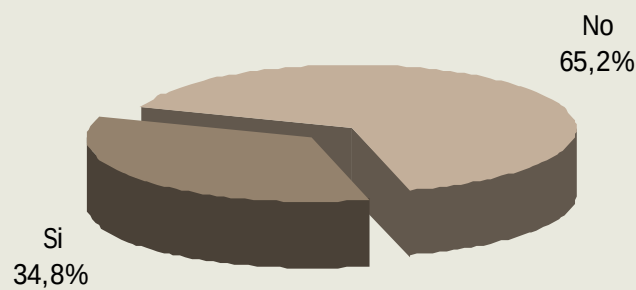
Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

3.1. Alquiler / Intercambio

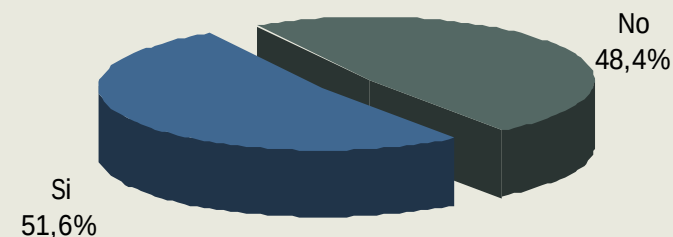
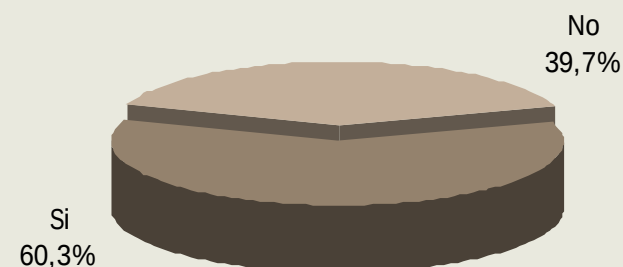
Frecuencia De Alquiler/ Intercambio De Videojuegos

74

Ha alquilado alguna vez videojuegos



Intercambia alguna vez videojuegos



Unidad: Porcentajes

Base : total PC (n=355); total Consola (n=355)

P.44 ¿Ha alquilado alguna vez videojuegos para Consola/PC?/P.45 ¿Intercambias habitualmente videojuegos para Consola/PC?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

3.2. Compra de videojuegos

Manera De Conocer Lanzamientos De Videojuegos

76



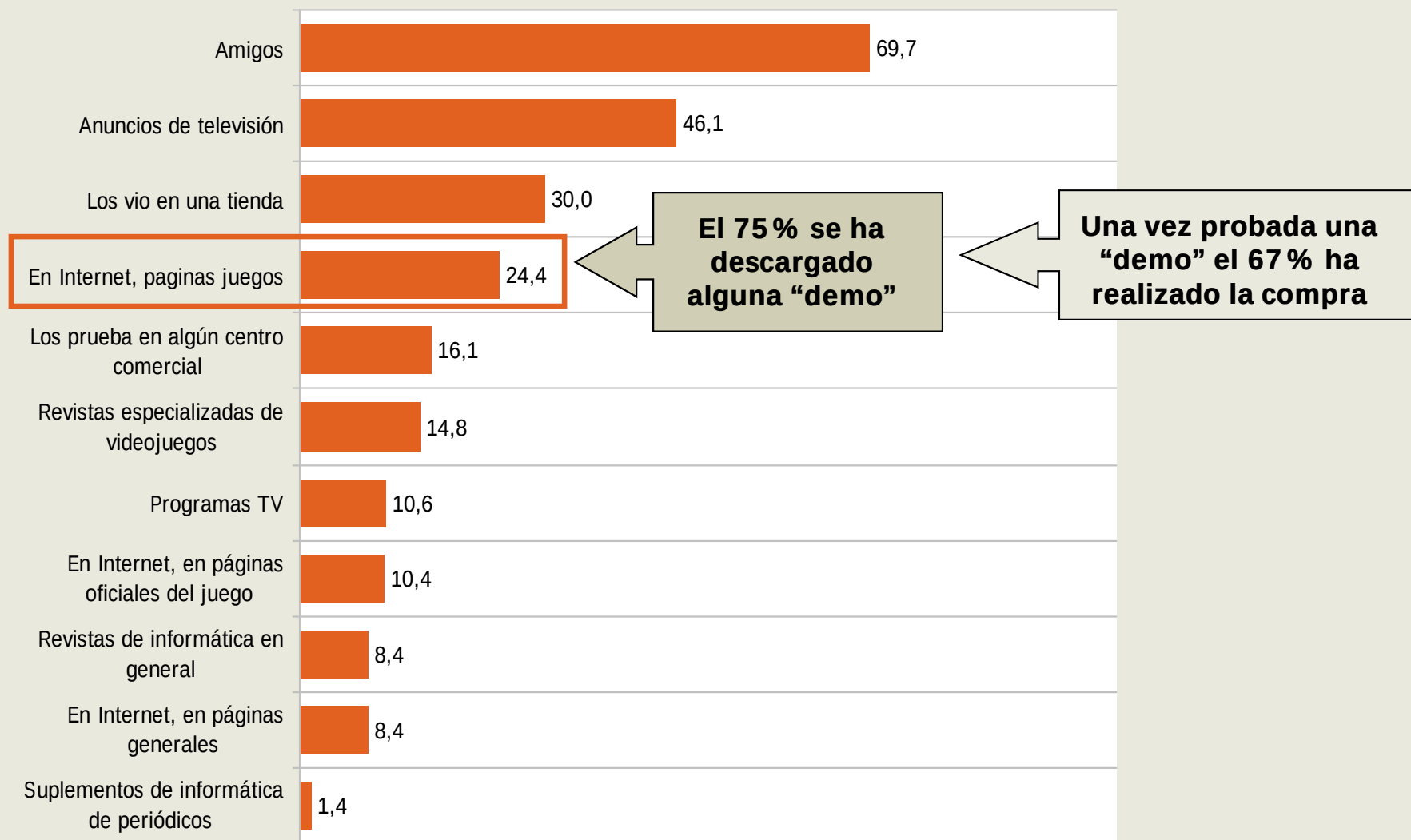
Unidad: Porcentajes

Base: Tienen videojuegos en casa (n=709)

P.36 ¿Cómo conoce Vd. habitualmente el lanzamiento de los videojuegos?

Manera De Conocer Lanzamientos De Videojuegos

77



Unidad: Porcentajes

Base: Tienen videojuegos en casa (n=709)

P.36 ¿Cómo conoce Vd. habitualmente el lanzamiento de los videojuegos? / P.37. Cuando ha visitado las páginas oficiales de los juegos o de los fabricantes, ¿Ha descargado en alguna ocasión alguna demo de esas páginas? / P.38. Y después de probar el juego con la demo. ¿Ha terminado

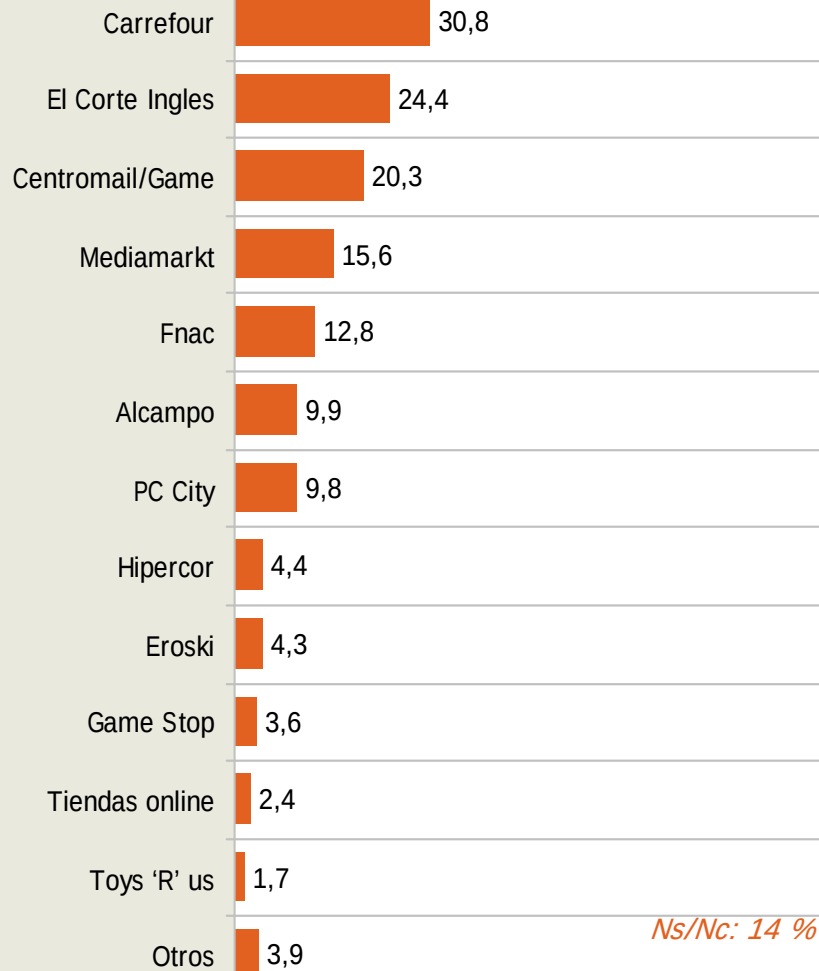
aDeSe

Sección Estudios de los Jugadores y Editores de Software de Entretenimiento

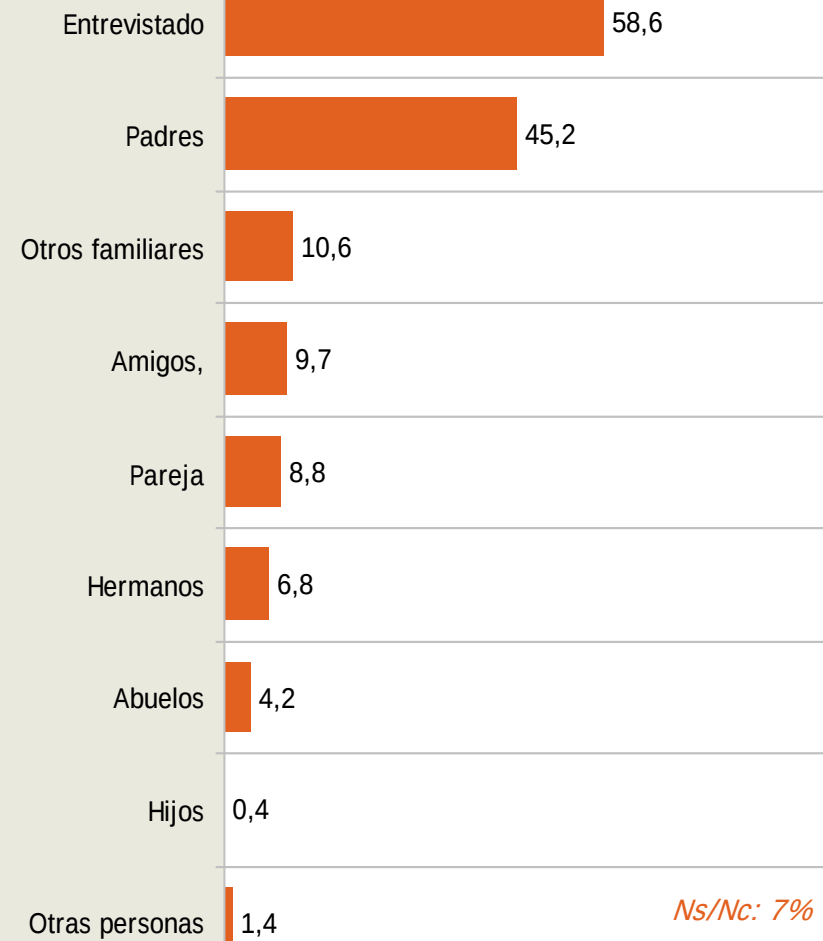
Lugar De Compra/ Quién Los Compra

78

Lugar de compra



Persona que los compra



Unidad: Porcentajes > 1%

Base: Total Muestra (n=709)

P.40 ¿Dónde compra habitualmente los videojuegos?/P.39 ¿Quién los ha comprado?

aDeSe

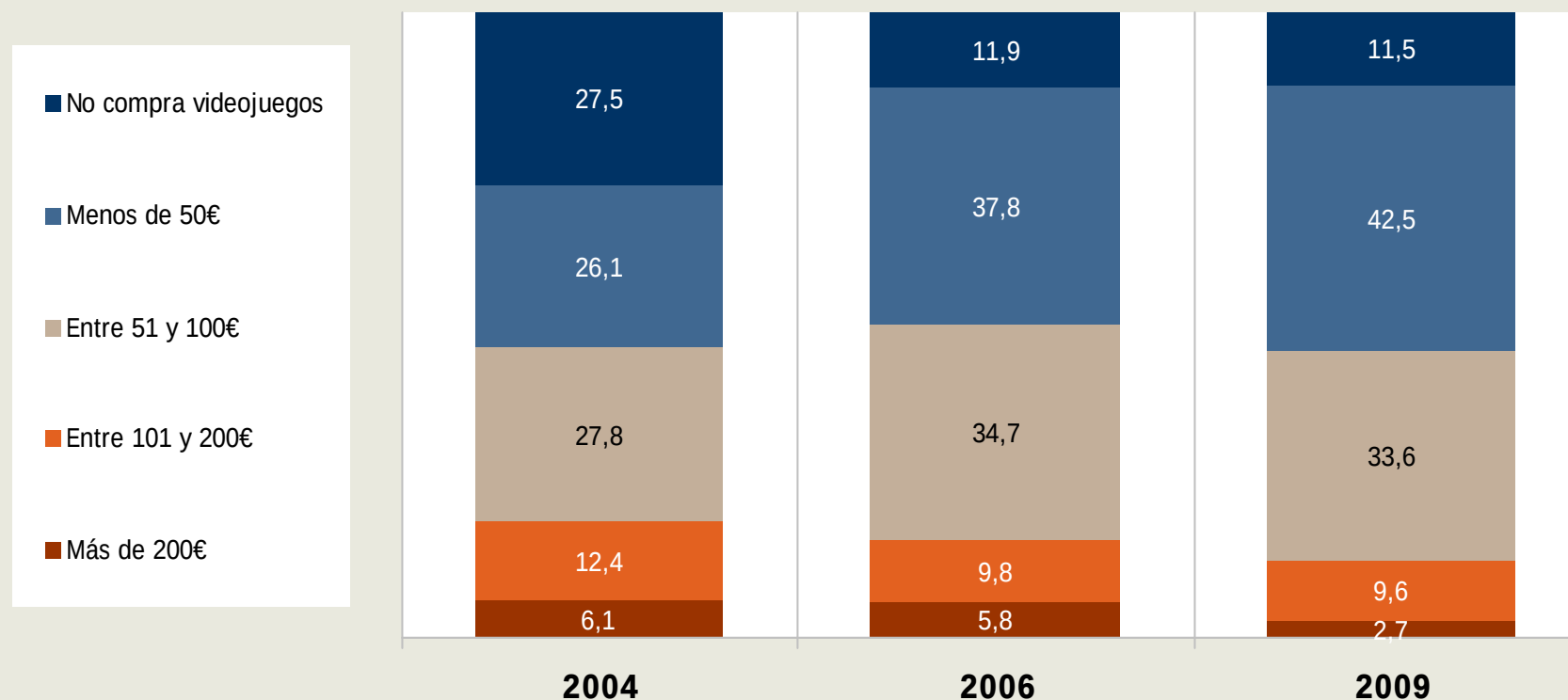
Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Gasto Medio Al Año En Compras De Videojuegos

Comparativa 2004-2006-2009



79



La mayoría de los jóvenes/ adultos no se gastan más de 100€ al año en videojuegos. Destaca el aumento de jugadores que no saben el gasto que hacen, pese a disminuir el porcentaje de encuestados que no compra videojuegos por sí mismo.

Unidad: Porcentajes

Base: Adultos que tienen videojuegos PC (n=496), contestan

P.41 ¿Cuántos euros se gasta al año Usted o su familia en comprar videojuegos para PC? Dígame el cálculo más aproximado.

aDeSe

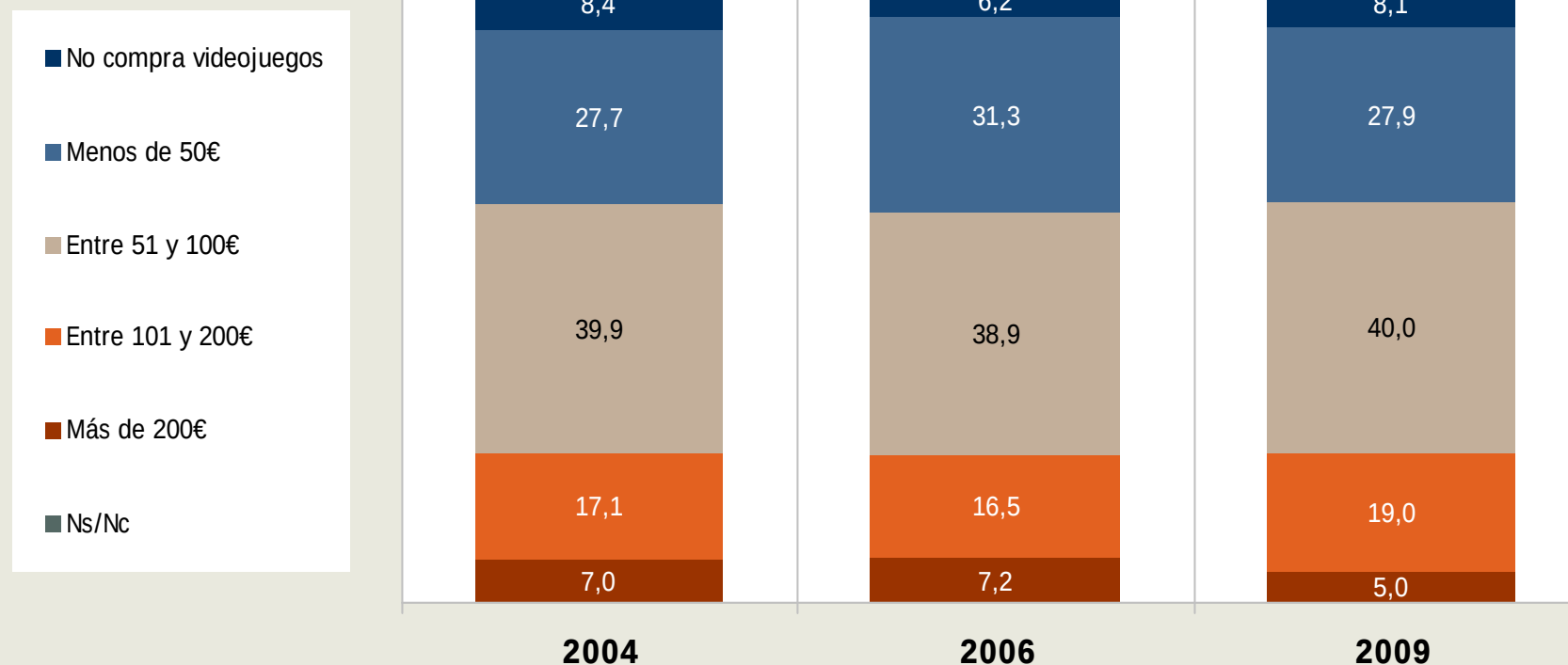
Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Gasto Medio Al Año En Compras De Videojuegos

Comparativa 2004-2006-2009



80



El gasto en videojuegos de consola es mayor que en PC. Disminuye el número de jugadores que gasten más de 200 euros respecto a 2006, aunque los que gastan menos de 50 y entre 51 y 100 también son menos.

Unidad: Porcentajes

Base: Adultos que tienen videojuegos Consola (n=228), contestan

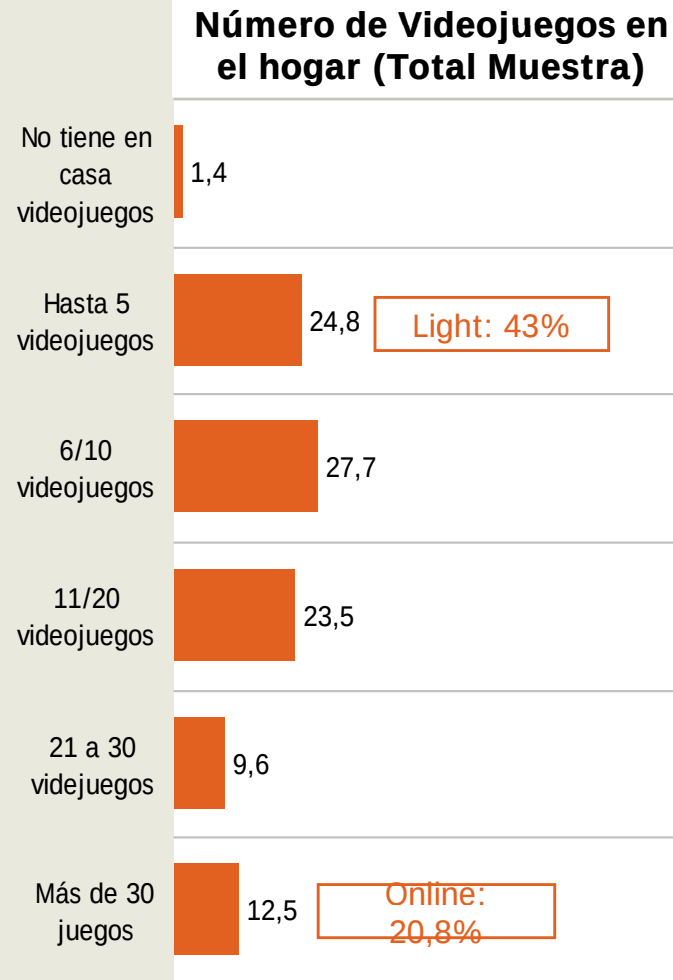
P.41 ¿Cuántos euros se gasta al año Usted o su familia en comprar videojuegos para PC? Dígame el cálculo más aproximado.

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Número De Videojuegos En El Hogar. 2006

81



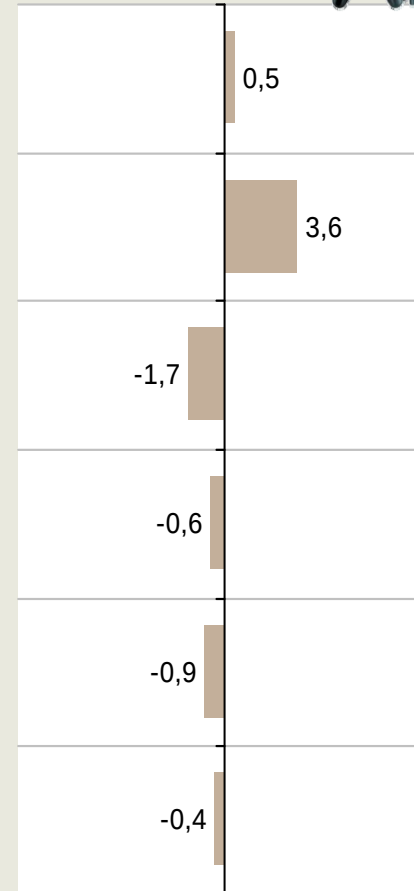
Nº medio de videojuegos:
20,4

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=714)

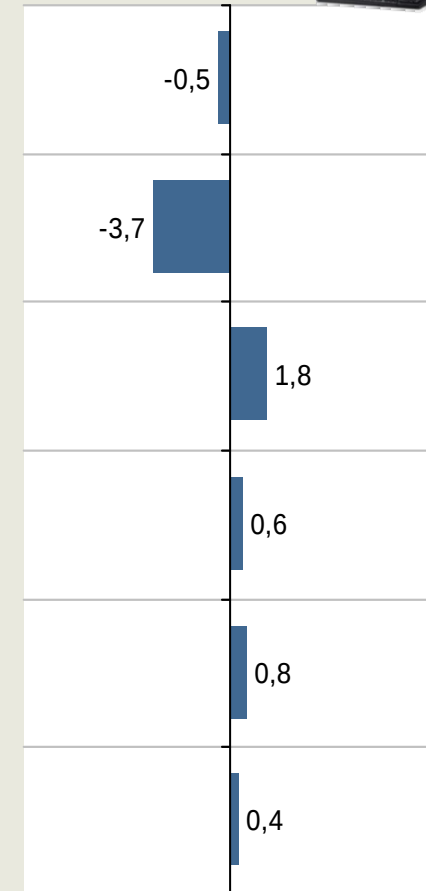
P31. ¿Cuántos videojuegos de PC tienen actualmente en su casa?

CONSOLA



Nº medio de videojuegos:
20,9

PC



Nº medio de videojuegos:
19,4

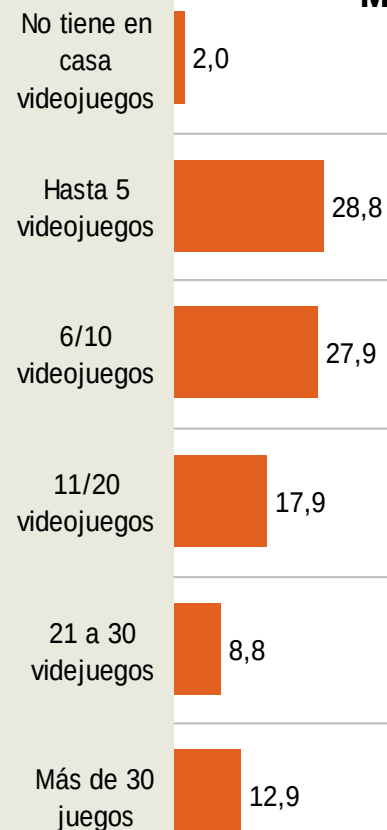
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Número De Videojuegos En El Hogar. 2009

82

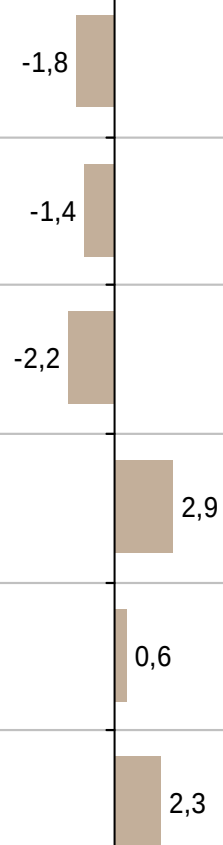
Número de Videojuegos en el hogar (Total Muestra)



Nº medio de videojuegos:

20,2

CONSOLA



Nº medio de videojuegos:

21,5

PC



Nº medio de videojuegos:

18,8

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra (n=709); Consola (n=355); PC (n=355)

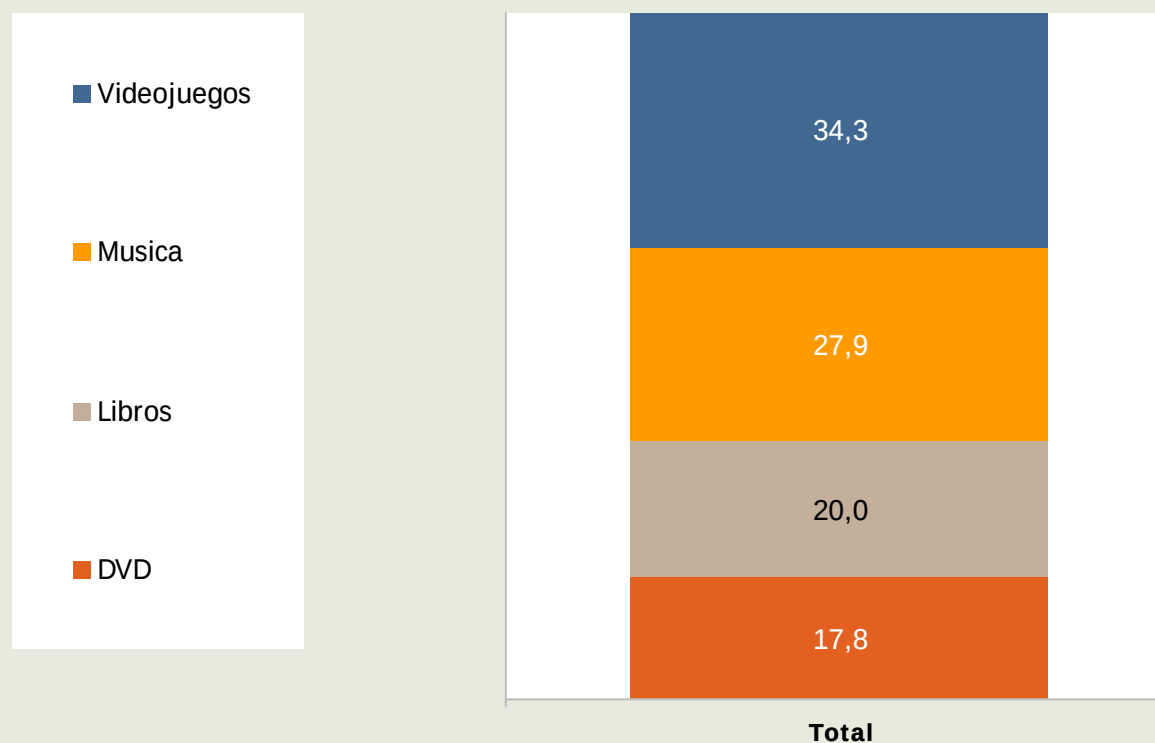
P31. ¿Cuántos videojuegos de PC tienen actualmente en su casa?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

¿Cómo Reparten Su Presupuesto Medio De Ocio Al Año usuarios de videojuegos?

83



Unidad: Porcentajes

Base: Adultos Total (n=496); Adultos PC (n=263); Adultos consola (n=233)

P.50 Por último, dígame, por favor, su presupuesto o gasto medio asignado a ocio de entretenimiento como la música, DVDs, juegos, vídeos, etc... ¿cómo reparte este gasto medio? ¿Qué porcentaje de gasto dedica a ...?

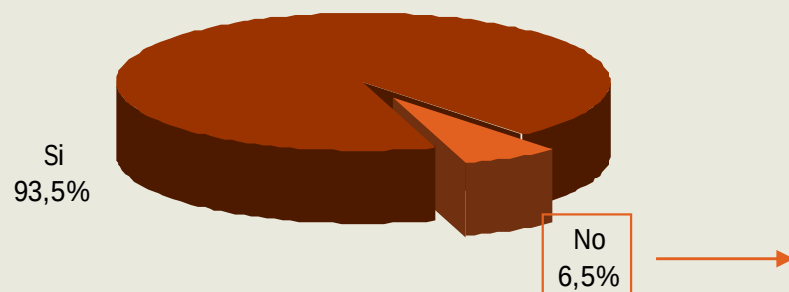
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

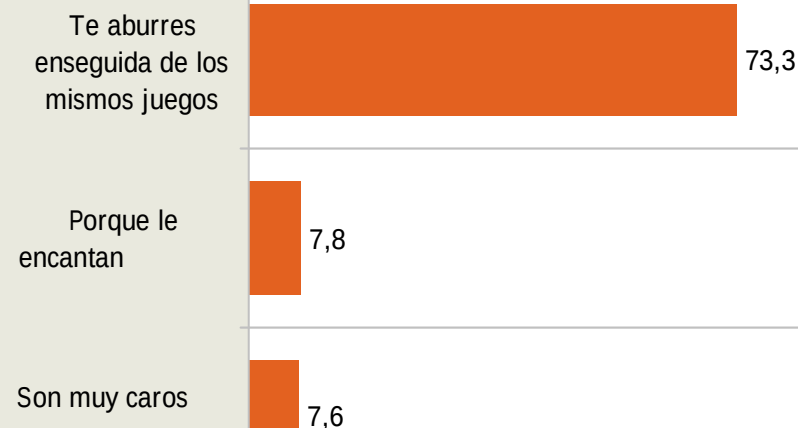
Grado De Satisfacción Con La Oferta Actual De Videojuegos Y Motivos Para No Estar Satisfecho

84

Grado de satisfacción con la oferta actual de los videojuegos



Motivos



Unidad: Porcentajes
Base: Insatisfecho
(n=42*)

El 93,5% de los jugadores están muy o bastante satisfechos con la oferta actual que hay de videojuegos.

Solamente un 6,5% no está satisfecho con la oferta.

Unidad: Porcentajes

Base: Tienen Muestra (n=709), contestan

P.42 ¿Cree que es suficiente la oferta de juegos, es decir, la variedad de juegos que existe actualmente?/P.43 ¿Por qué piensa que no es suficiente la actual variedad de juegos? ¿Y por algo más?

aDeSe

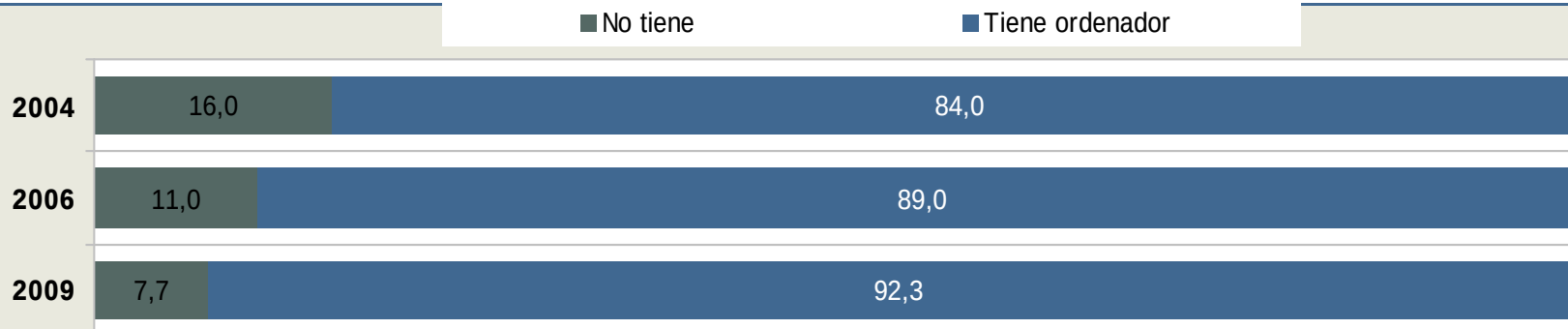
Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

4. *Equipamiento*



Presencia De Ordenador En El Hogar

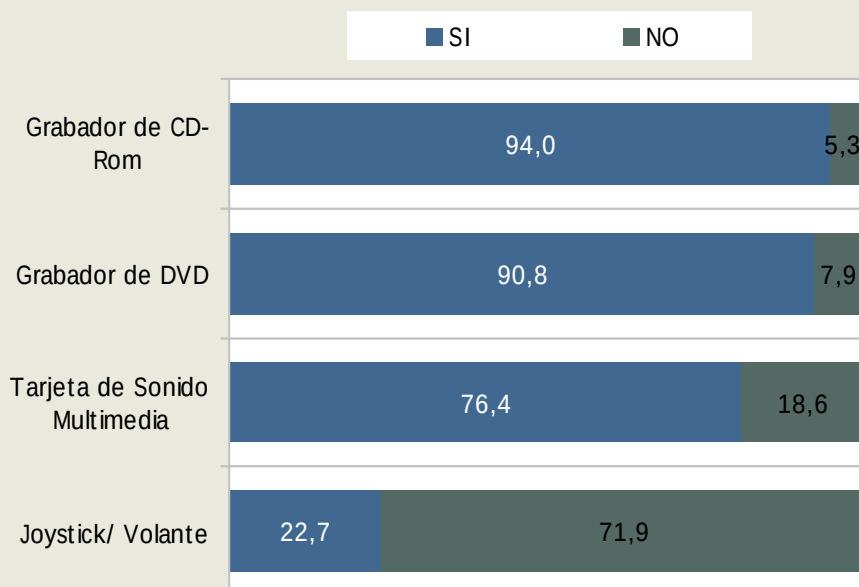
86



Unidad: Porcentajes

Base: Total Muestra (n=709)

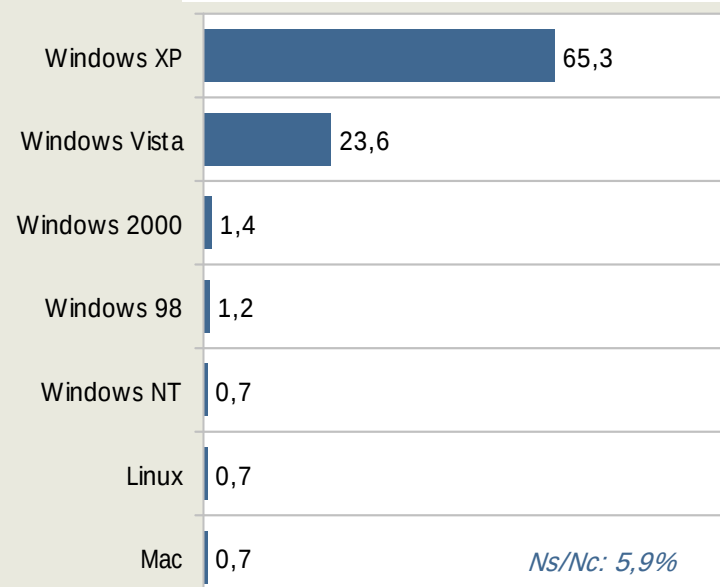
Características del ordenador



Unidad: Porcentajes

Base: Jóvenes/ Adultos jugadores de PC (n=355)

Sistema operativo



Unidad: Porcentajes

Base: Jugadores PC Total (n=355)

C.3. De los siguientes aparatos, dígame de cuáles dispone usted en su hogar/ P.4. Le voy a pedir que me diga, por favor, las características del ordenador que tiene en su hogar, en caso de que disponga de él./ P.5 ¿Qué sistema operativo tiene su ordenador?

aDeSe

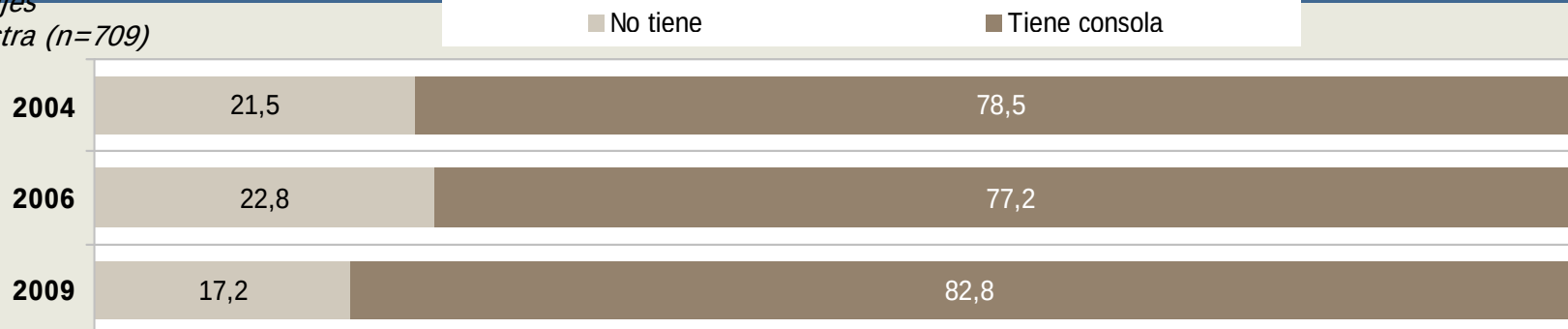
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Presencia De Consola De Videojuegos En El Hogar



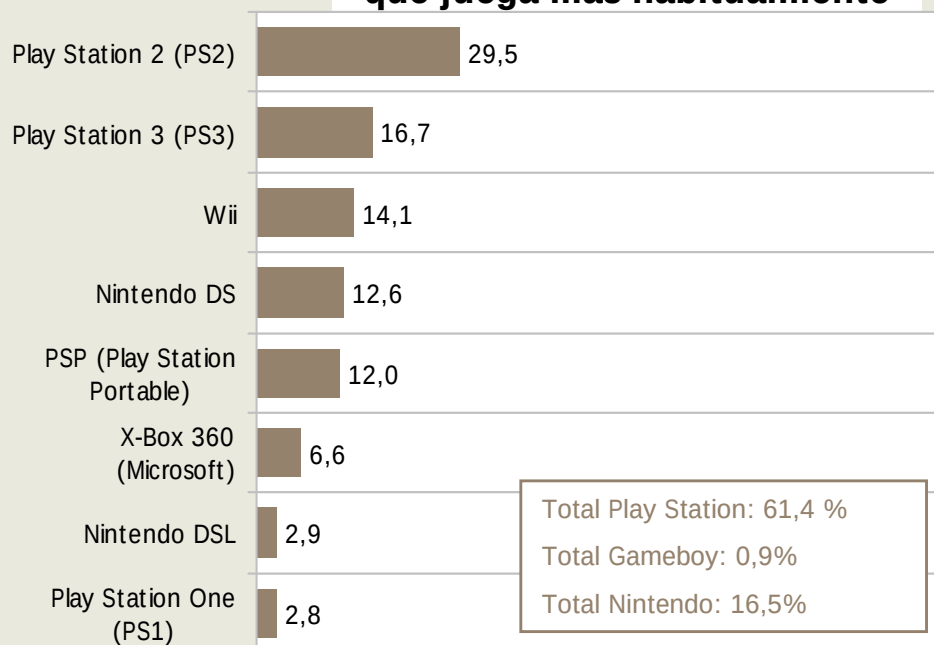
Unidad: Porcentajes

Base: Total Muestra (n=709)

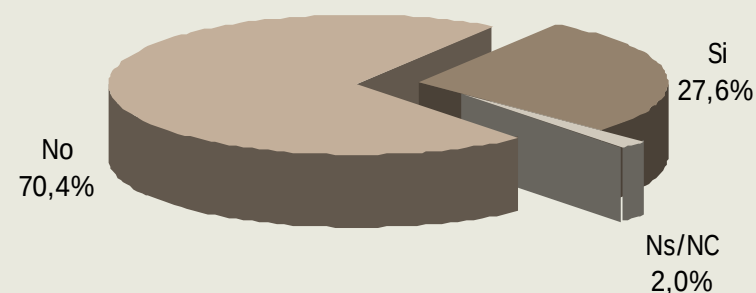


87

Modelo de la Consola con la que juega más habitualmente



Consola dispone de adaptador a Internet (Juego on line)



Unidad: Porcentajes. Superiores al 1%

Base: Jugadores de Consola (n=355)

P.4.¿Qué modelo de consola de videojuegos es el con que juega más habitualmente?/ P.5. ¿Disponen de adaptador a internet, para poder jugar online con la consola?

aDeSe

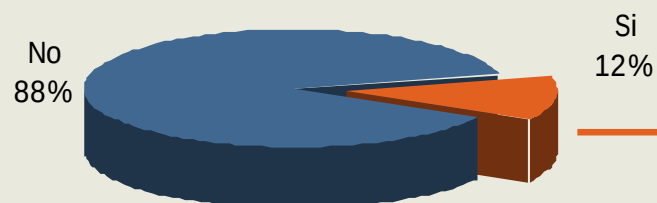
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

5. *Juegos en móviles*

Juegos En Móviles

89

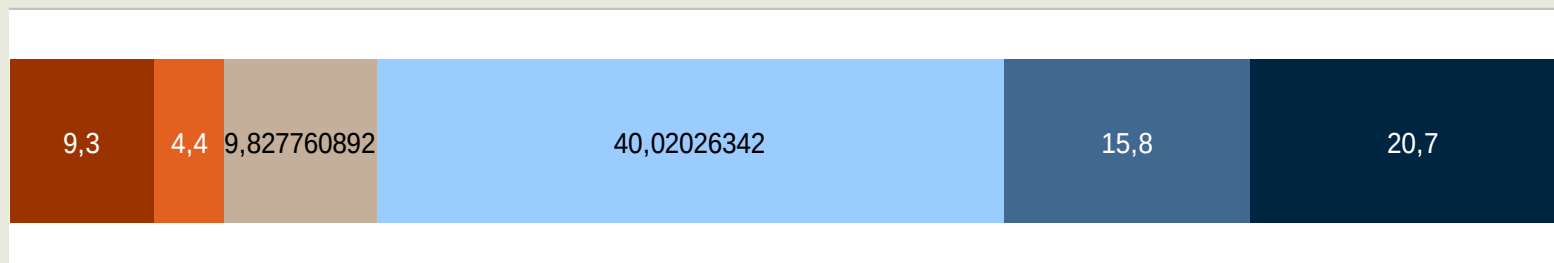
Juega con juegos descargados en el teléfono móvil



**Media de juegos
descargados en el último
año
8,0**

Frecuencia con la que juega con juegos descargados en el teléfono móvil

■ Todos los días ■ 5/6 días a la semana ■ 3/4 días a la semana ■ 2/3 al mes
 ■ 1/2 días a la semana ■ 1 día mes o menos ■ NS/NC



Unidad: Medias y Porcentajes

Base: Total Muestra (n=709). Juegos descargados móvil (n=86),

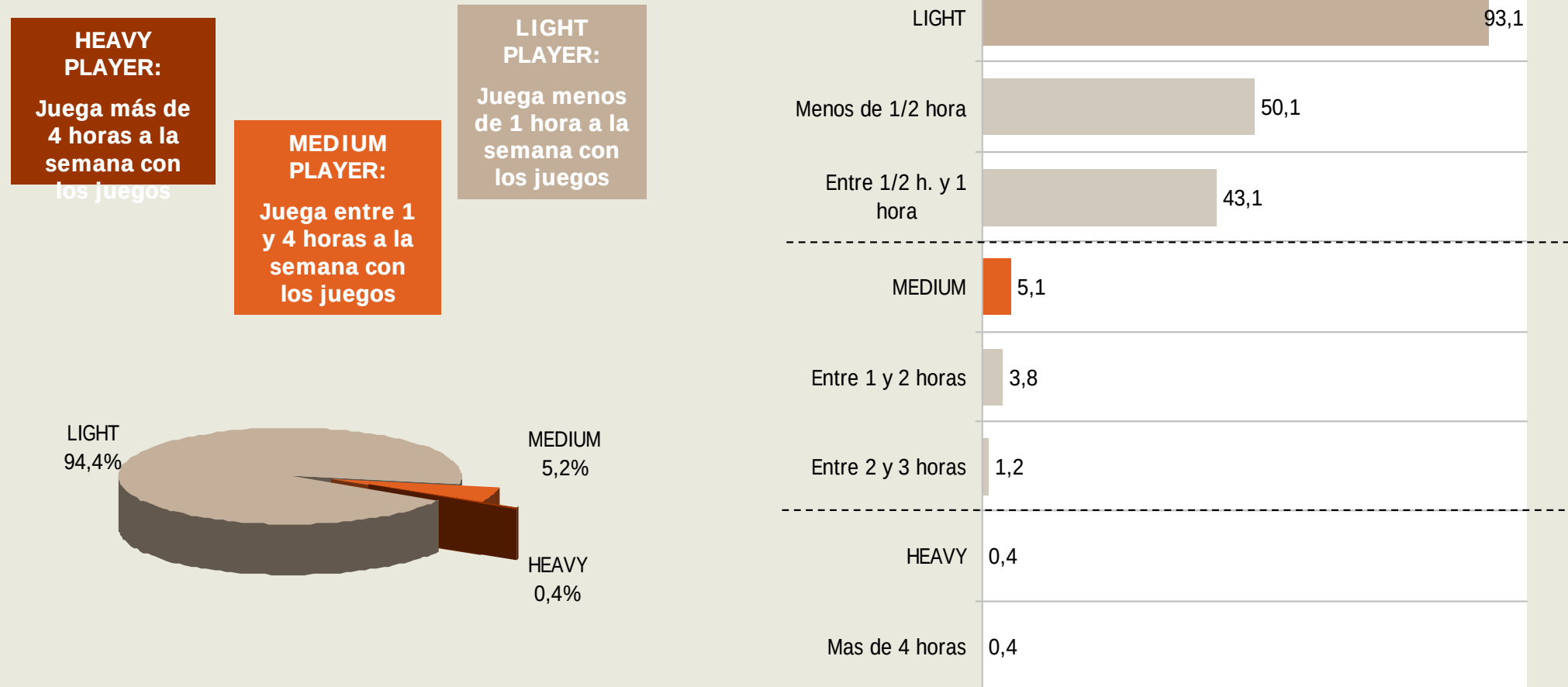
Con frecuencia usted con juegos descargados en el teléfono móvil? Nos referimos solamente a juegos que haya descargado en su teléfono móvil, no a los juegos que ya vienen incluidos en el teléfono/ P.55 Aproximadamente, ¿Cuántos juegos se ha descargado usted en su teléfono móvil durante el último año?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Jugadores Según Su Intensidad De Juego

90



Unidad: Porcentaje

Base: Juegos descargados móvil (n=86), contestan

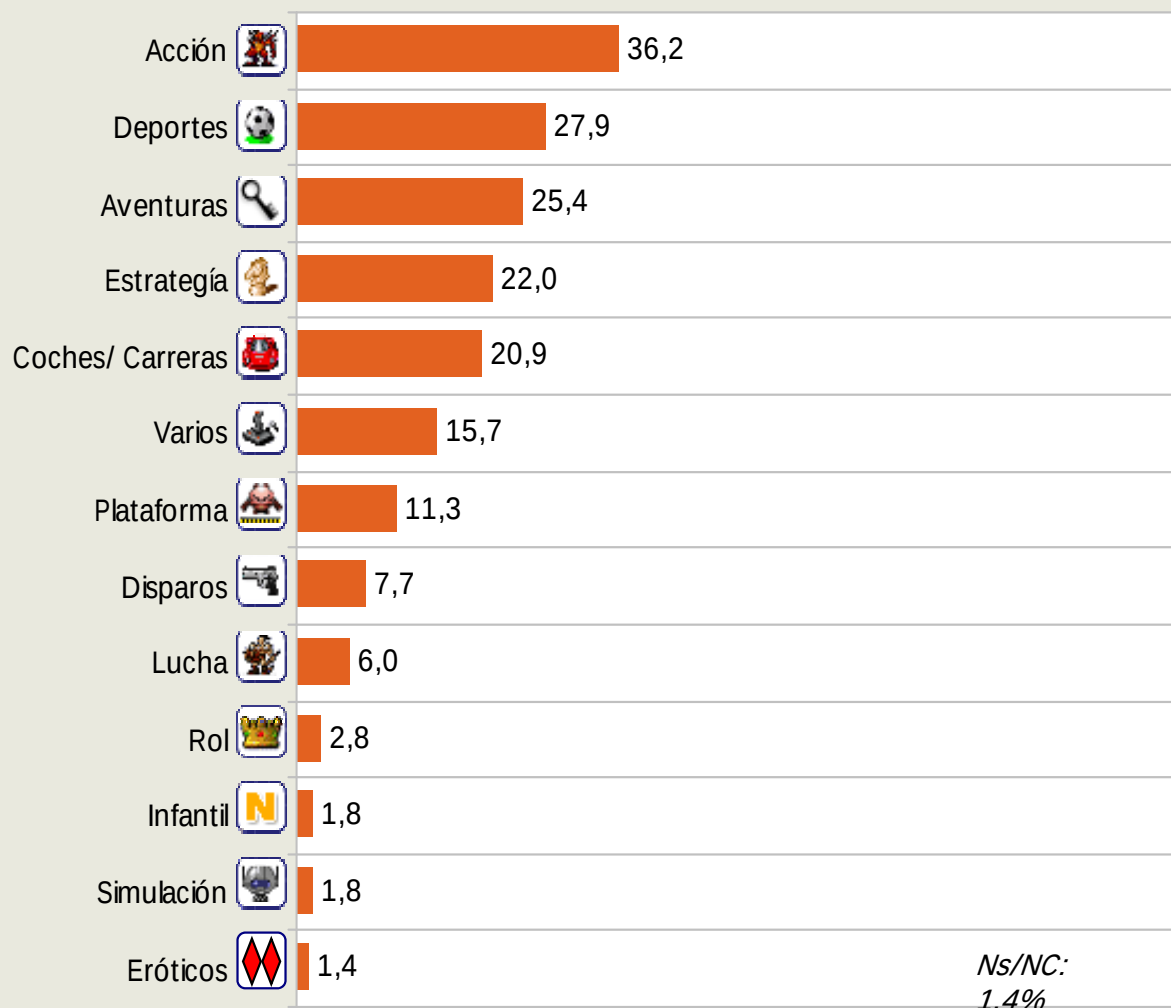
P.57 ¿Me podía decir, los días que juega con los juegos descargados en su teléfono móvil, cuánto tiempo pasa de media jugando con el móvil?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Géneros Descargados En El Último Año Al Móvil

91



Los 4 géneros más jugados más descargados en el móvil durante el último año son: ACCIÓN, DEPORTES, AVENTURAS Y ESTRATEGIA

Los HOMBRES y NIÑOS responden más DEPORTES

Unidad: Porcentaje

Base: Juegos descargados móvil (n=86)

P.58 ¿Con qué tipos de juegos descargados en su teléfono móvil juega usted?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

6. *Percepción de precios*

Price Sensitivity Meter para el Videojuego

93

El modelo **Price Sensitivity Meter (PSM)** extrae una serie de precios para una marca o un producto (en este caso, **un videojuego nuevo, fuera de cualquier promoción**).

Los valores muestran el porcentaje acumulado de individuos que considera el videojuego a un precio “barato”, un precio “caro”, un precio “demasiado barato” como para comenzar a dudar de su calidad y plantearse no comprarlo, y un precio “demasiado caro” como para que el precio sea tan excesivo que considere dejar de comprar Videojuegos.

El rango de precios obtenido proporciona un intervalo más o menos amplio donde debe situarse su precio óptimo. Para determinar dicho precio se deben analizar tanto los umbrales de precios como los puntos de precio específicos.

Price Sensitivity Meter para el Videojuego

94

La metodología Price Meter define los siguientes rangos y puntos de precios:

PMC (Point of marginal cheapness): Marca el cruce de las curvas “Dudosa calidad” y “No barato”. Señalar un precio inferior al PMC supondría que la duda de la calidad del Videojuego domine la percepción del precio $\Rightarrow$ Precio demasiado barato

PME (Point of marginal expensiveness): Marca el cruce de las curvas “Demasiado caro” y “No caro”. Señalar un precio superior al PME supondría que el precio excesivo del Videojuego domine la percepción del precio $\Rightarrow$ Precio demasiado caro

Rango de precios aceptables: El intervalo de precios entre el PMC y el PME es el rango de precios aceptados por los consumidores.

Point of Indifference (Precio Medio): Marca el cruce de las curvas “Caro” y “Barato”. Describe el llamado precio medio percibido.

Optimal Price (Precio Optimo): Marca el cruce de las curvas “Demasiado caro” y “Demasiado barato”. Es el precio que marca la mínima pérdida de posibles compradores (mínima resistencia).

Price Sensitivity Meter para el Videojuego

95

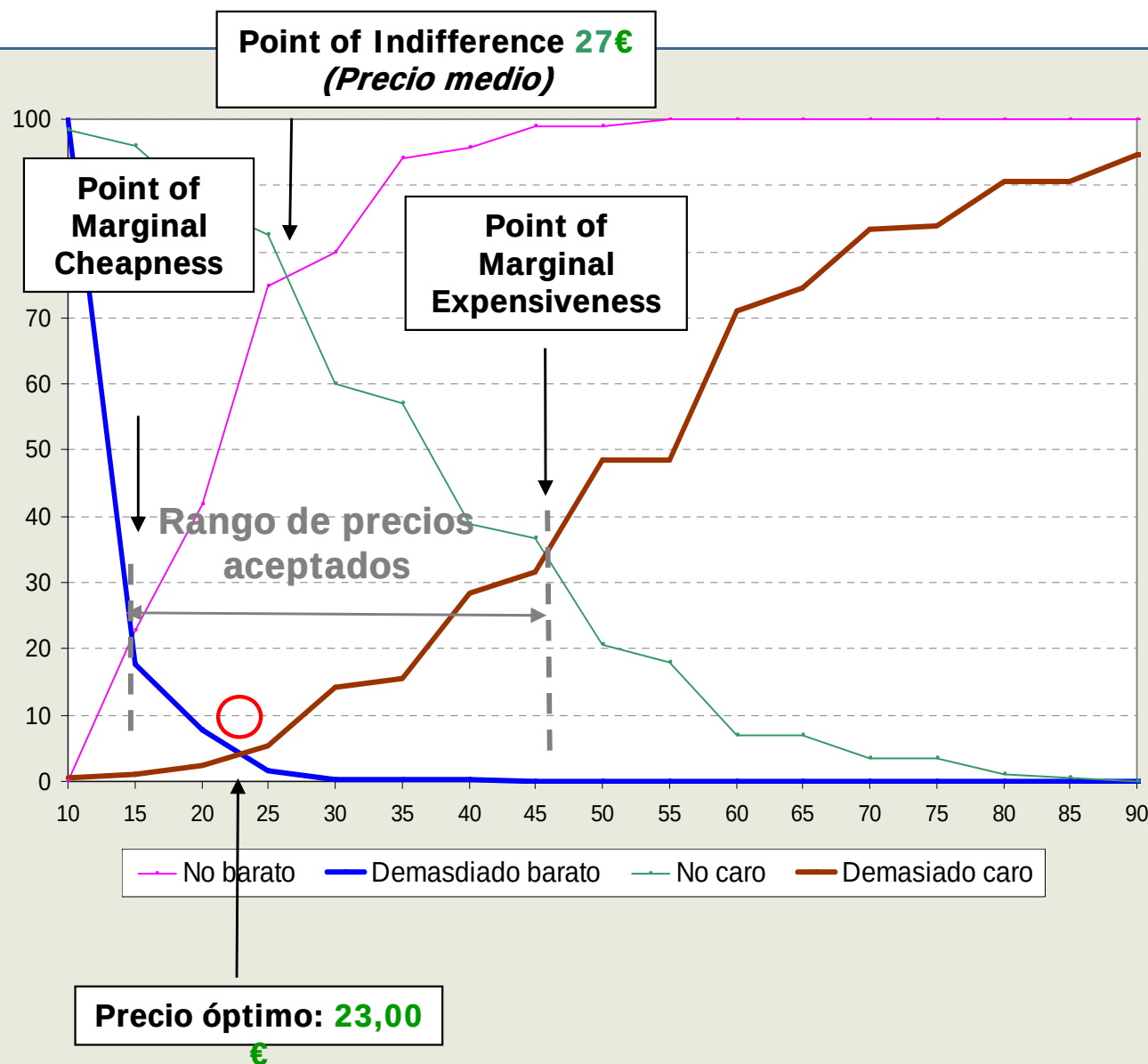
Rango de Precios Propuestos





Price Sensitivity Meter para el Videojuego: PC

96



	TOTAL
N=	263
Precio óptimo	23,00 €
Precio medio	27,00 €
Rango de precios aceptados	15 – 46 €
Precio demasiado barato	9,42€
Precio barato	19,22€
Precio caro	48,82€
Precio demasiado caro	56,11€



Price Sensitivity Meter para el Videojuego: PC

97

Precios	Demasiado barato	Barato	Caro	Demasiado caro
10	100	100	1	1
15	18	77	4	1
20	8	58	13	2
25	2	25	17	5
30	0	20	40	14
35	0	6	43	16
40	0	5	61	28
45	0	1	63	32
50	0	1	79	48
55	0	0	82	48
60	0	0	93	71
65	0	0	93	74
70	0	0	96	84
75	0	0	96	84
80	0	0	99	91
85	0	0	99	91
90	0	0	100	95
95	0	0	100	95
100	0	0	100	100

Unidad: Porcentajes acumulados
Base: Total Adultos PC (n= 263)

Ejemplo de lectura: Un 4% considera que 20 € es un precio caro y un 1%, demasiado caro. Un 77% lo ve como precio barato.

P.92 Seguimos hablando sobre el precio de un DVD de un estreno, fuera de cualquier promoción. ¿Cuál es el precio por encima del cual creería que el DVD es demasiado ...caro como para plantearse comprarlo?/ P.93...Y caro?/ P.94 ...y barato...?/ P.95. ...y demasiado barato como para garantizar una buena calidad?

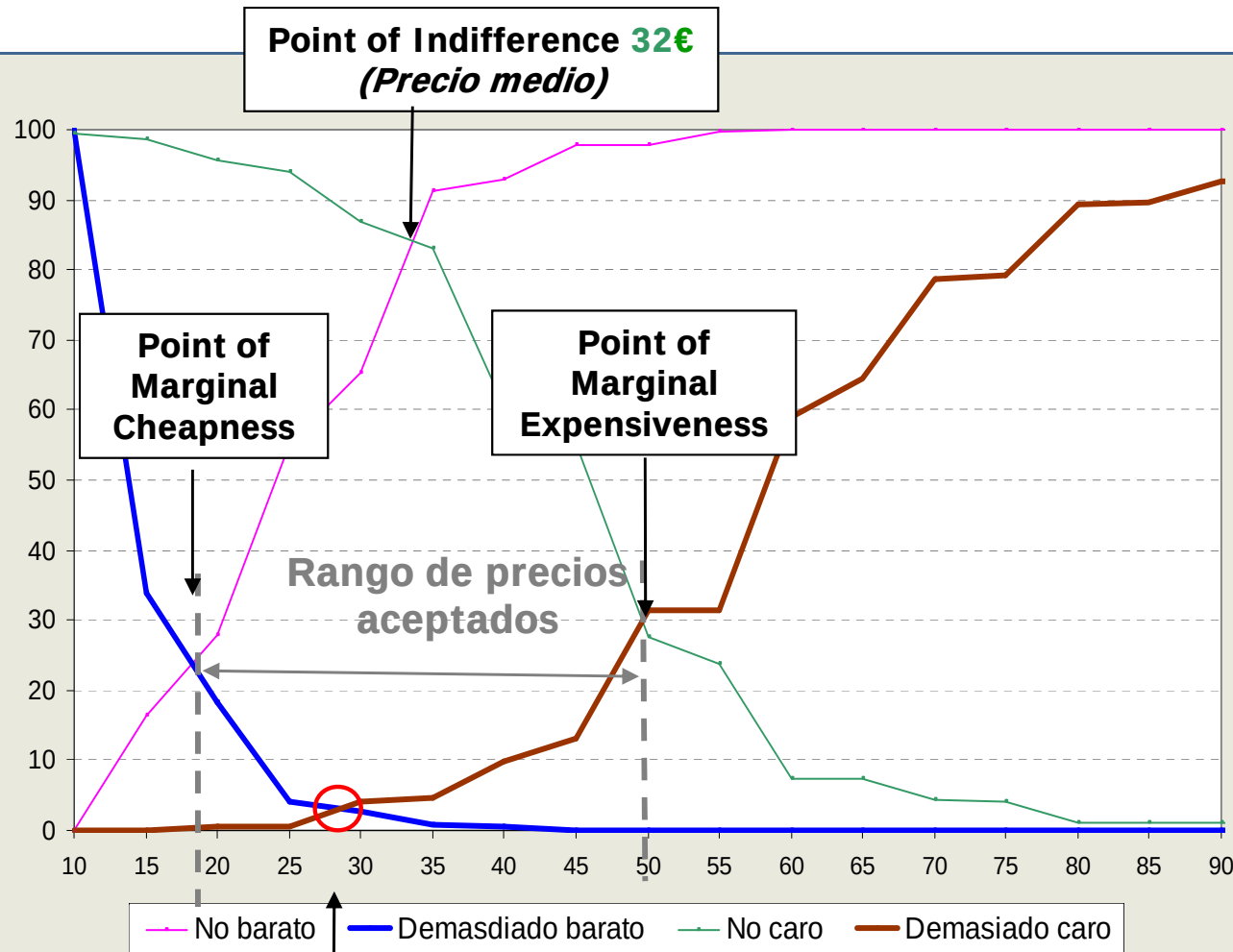
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento



Price Sensitivity Meter para el Videojuego: VC

98



	TOTAL
N=	233
Precio óptimo	28,00 €
Precio medio	32,00
Rango de precios aceptados	18 – 50 €
Precio demasiado barato	11,62
Precio barato	22,64
Precio caro	47,61
Precio demasiado caro	63,28

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Unidad: Porcentajes acumulados

Base: Total Adultos VC(n=233)

Price Sensitivity Meter para el Videojuego: VC



99

Precios	Demasiado barato	Barato	Caro	Demasiado caro
10	100	100	0	0
15	34	84	1	0
20	18	72	4	1
25	4	45	6	1
30	3	35	13	4
35	1	9	17	5
40	1	7	39	10
45	0	2	45	13
50	0	2	72	31
55	0	1	76	31
60	0	0	93	59
65	0	0	93	64
70	0	0	96	79
75	0	0	96	79
80	0	0	99	89
85	0	0	99	90
90	0	0	99	93
95	0	0	99	93
100	0	0	100	99
101	0	0	100	100

Ejemplo de lectura: Un 4% considera que 20 € es un precio caro y un 1%, demasiado caro. Un 2% lo ve como precio barato.

Unidad: Porcentajes acumulados
Base: Total Adultos VC(n= 233)

P.92 Seguimos hablando sobre el precio de un DVD de un estreno, fuera de cualquier promoción. ¿Cuál es el precio por encima del cual creería que el DVD es demasiado ...caro como para plantearse comprarlo?/ P.93...Y caro?/ P.94 ...y barato...?/ P.95. ...y demasiado barato como para garantizar una buena calidad?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Price Sensitivity Meter para el Videojuego por plataforma

100

Videojuegos

	PC	CONSOL A
N=	263	233
Precio óptimo	23,00 €	28,00 €
Precio medio	27,00 €	32,00
Rango de precios aceptados	15 – 46 €	18 – 50 €
Precio demasiado barato	9,42€	11,62
Precio barato	19,22€	22,64
Precio caro	48,82€	47,61
Precio demasiado caro	56,11€	63,28

Según los jugadores de PC, el precio “normal” para un videojuego nuevo sería de 28,00€, aunque el precio óptimo para minimizar la perdida de compradores es de 23,00€.

Los jugadores de Consola indican precios ligeramente superiores. Para ellos el precio “normal” y el “optimo” es de 32,00€ y 28,00€, respectivamente.

Destacar que estos últimos podrían aceptar precios más altos que los jugadores de PC. (63€ frente a 56,5€).

Conclusiones de la Investigación

Conclusiones (I)



PERFIL DEL JUGADOR DE PC

En general nos encontramos con más jóvenes/ adultos entre 14-34 años que con niños. Y entre los exclusivos de PC hay más jugadores entre 25-34 años.

El 45% de los jugadores de PC también juega a videojuegos en red, mucho más que los jugadores de Consola. La proporción de jugadores de PC que juega en la red ha aumentado de manera muy significativa en relación a 2006 (45% vs. 35%).

El 26% (13% en 2006) juega más de 4 horas a la semana (Heavy Player).

Nos encontramos con un porcentaje ligeramente más bajo, que en los años anteriores, de jugadores Light Player 13% (menos de una hora a la semana).

De media, los jugadores de PC juegan 2,8 horas a la semana, la intensidad de juego es similar a la de los jugadores de Consola.

Juegan preferiblemente solo.

Los géneros preferidos son: Deportes, Coche/Carrera y Aventuras en este orden . También son los juegos de Deportes que más frecuentemente se juegan y son, mayoritariamente los hombres quienes los prefieren.

Conclusiones (II)



PERFIL DEL JUGADOR DE PC

En la elección de un videojuego lo más importante es la Historia y Argumento, el Precio y que tenga desarrollo Rápido.

Los jugadores Online valoran en primer lugar que puedan jugar varios a la vez.

Tiene de media 19 videojuegos en casa, sólo 5 son comprados, originales y 7 proceden de descargas gratuitas.

Son especialmente los jugadores Online los que más juegos descargan con un 10 videojuegos , y los que tienen más videojuegos encasa 25.

El 10% no compra videojuegos de PC (12% en 2006) y son muy pocos , el 11% del total de Jugadores PC, los se gastan más de 100€ al año, lo que supone de media un 30% de su presupuesto de ocio anual.

Conclusiones (III)



PERFIL DEL JUGADOR DE CONSOLA DE VIDEOJUEGOS

Entre los jugadores de Consola hay más niños entre 7-13 años, especialmente entre los exclusivos de Consola.

El 27% juega más de 4 horas a la semana, Heavy Player, (17% en 2006); todavía más entre hombres y jóvenes/ adultos.

El 14% juega todos los días de la semana, juegan más los hombres y los niños (7 a 14 años).

De media, los jugadores de Consola juegan 3 horas a la semana, no hay diferencias significativas con los jugadores de PC.

Disminuye el número de jugadores duales (PC y Consola) en comparación con el 2006, 40% vs. 57%.

Juegan más con amigos y familiares que los jugadores de PC, aunque un 64% juega habitualmente solo.

Los géneros preferidos son los mismos de PC: Deportes, Coche/ Carrera, Aventura y Acción; pero entre ellos destaca ninguno de forma significativa DEPORTES.

Conclusiones (IV)



PERFIL DEL JUGADOR DE CONSOLA DE VIDEOJUEGOS

En la elección de un videojuego lo más importante es el la historia ,el precio y que sea rápido.

Tiene de media 21 videojuegos en casa, igual que en 2006, más de la mitad comprados originales en tiendas y son los que menos juegos copiados tienen, sin diferencias con los jugadores de PC.

El 35% ha alquilado alguna vez un videojuego de Consola.

Gastan más en la compra juegos que en el año 2006. Esto supone de media un 39% de su presupuesto de ocio anual, que en 2006 era de un 35%.



Conclusiones (V)

PERFIL DEL JUGADOR DE JUEGOS EN EL MÓVIL

Entre los jugadores de juegos en el móvil hay más adultos entre 14-16 años, especialmente entre los hombres.

El 23% de ellos juegan 3 o más días a la semana a sus juegos del móvil

El 93% juega menos de una hora a la semana.

El número de juegos descargados al móvil al año es 8.

Los 3 géneros más jugados más descargados en el móvil durante el último año son: ACCIÓN, DEPORTES y AVENTURAS. Los juegos de deportes tienen mayor peso entre los hombres y los más jóvenes.

Gracias por su atención