

aDeSe

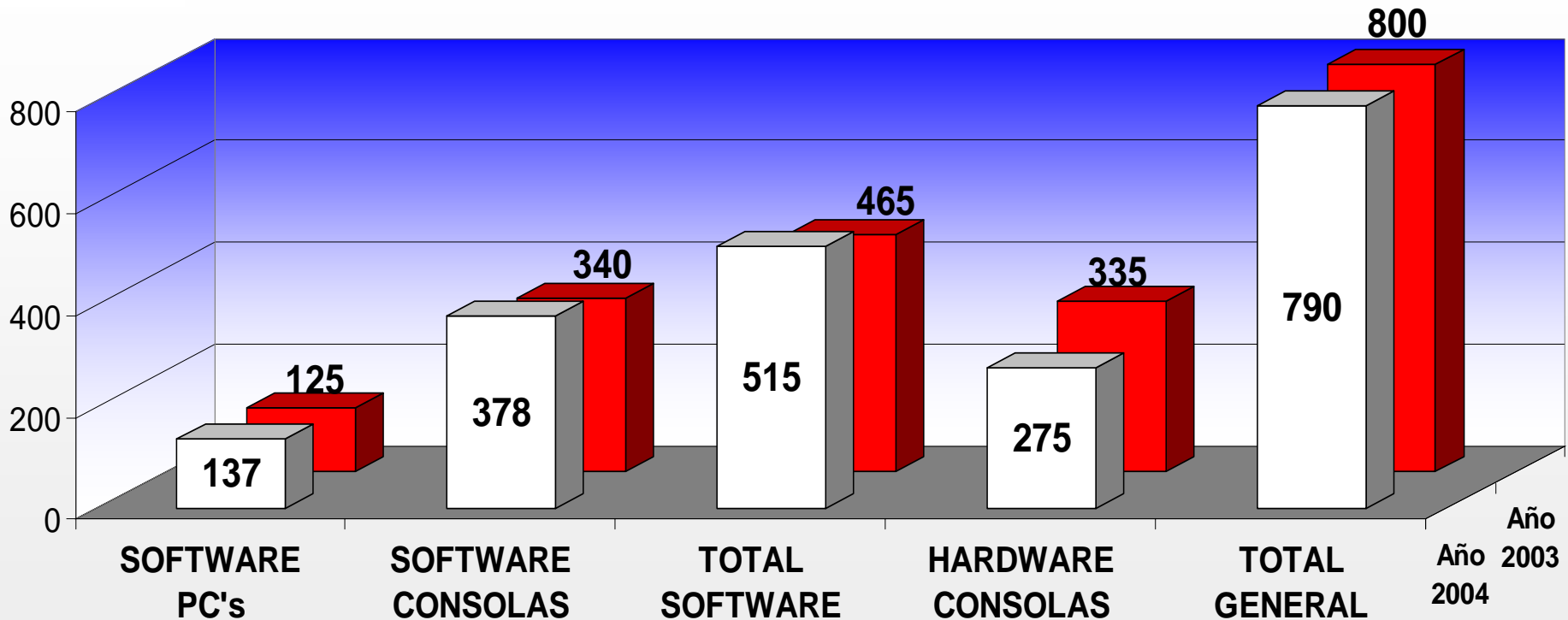
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Resultados Anuales 2004

Sector Videojuegos

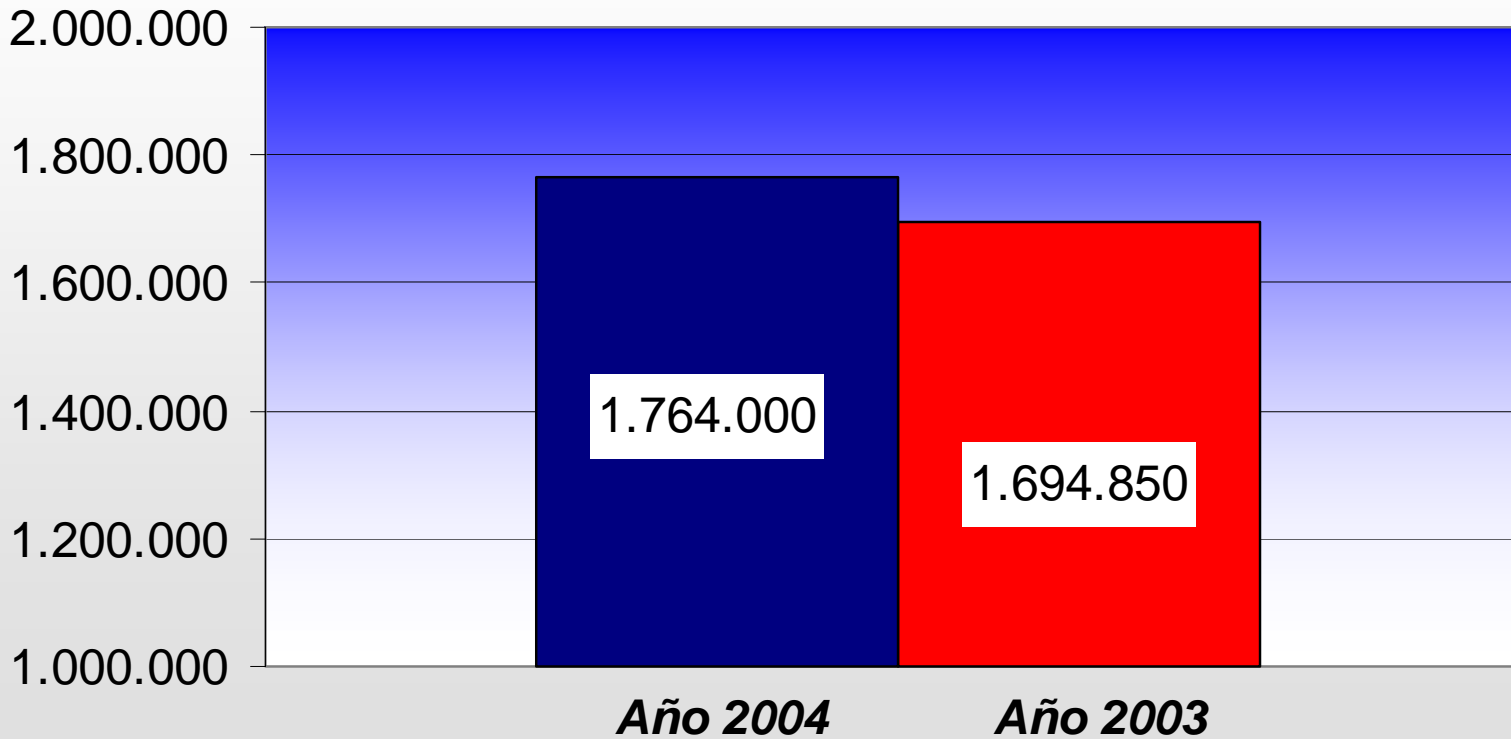
CONSUMO DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA EN 2004

Millones de €

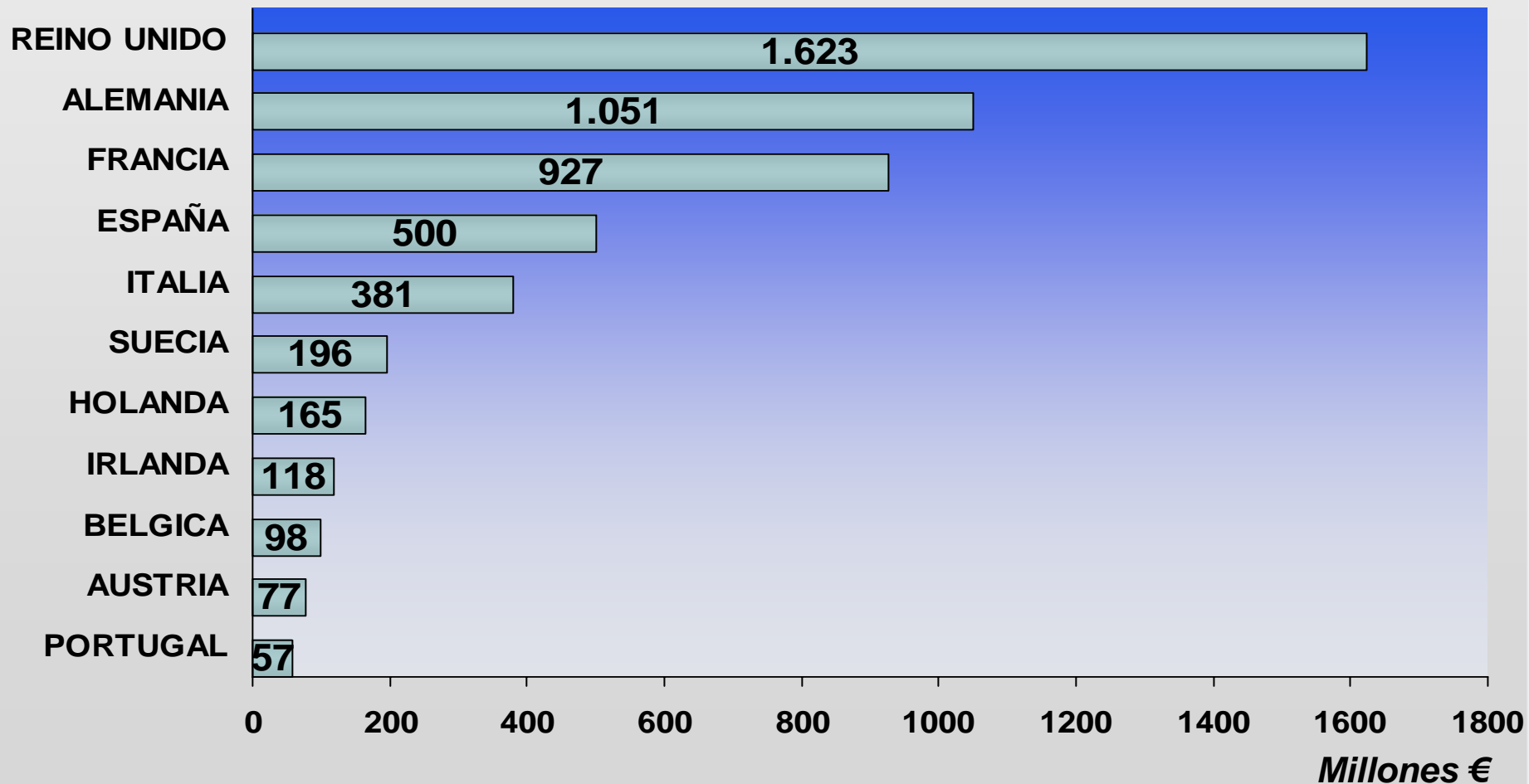


CONSOLAS VENDIDAS EN ESPAÑA

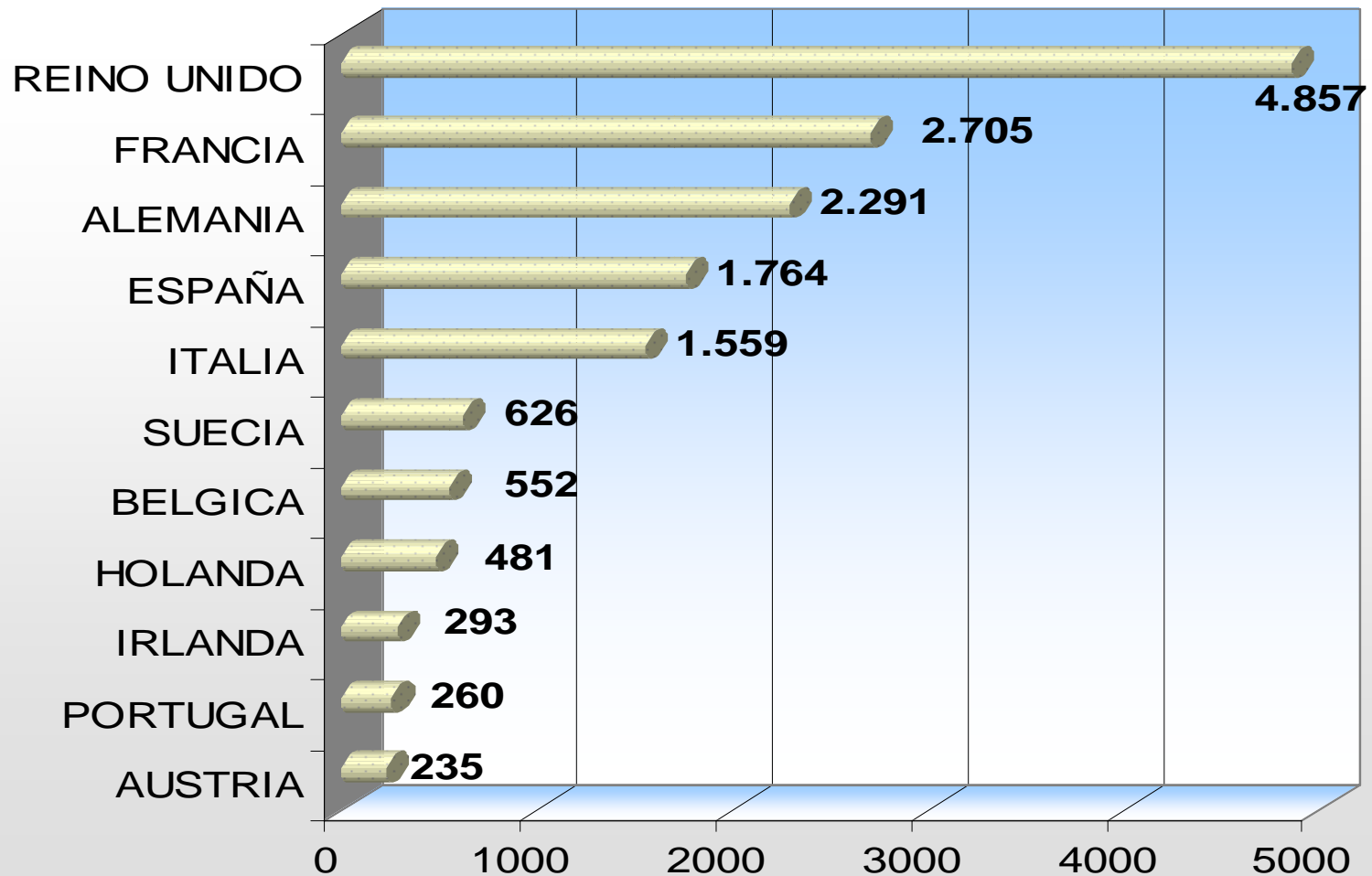
Unidades



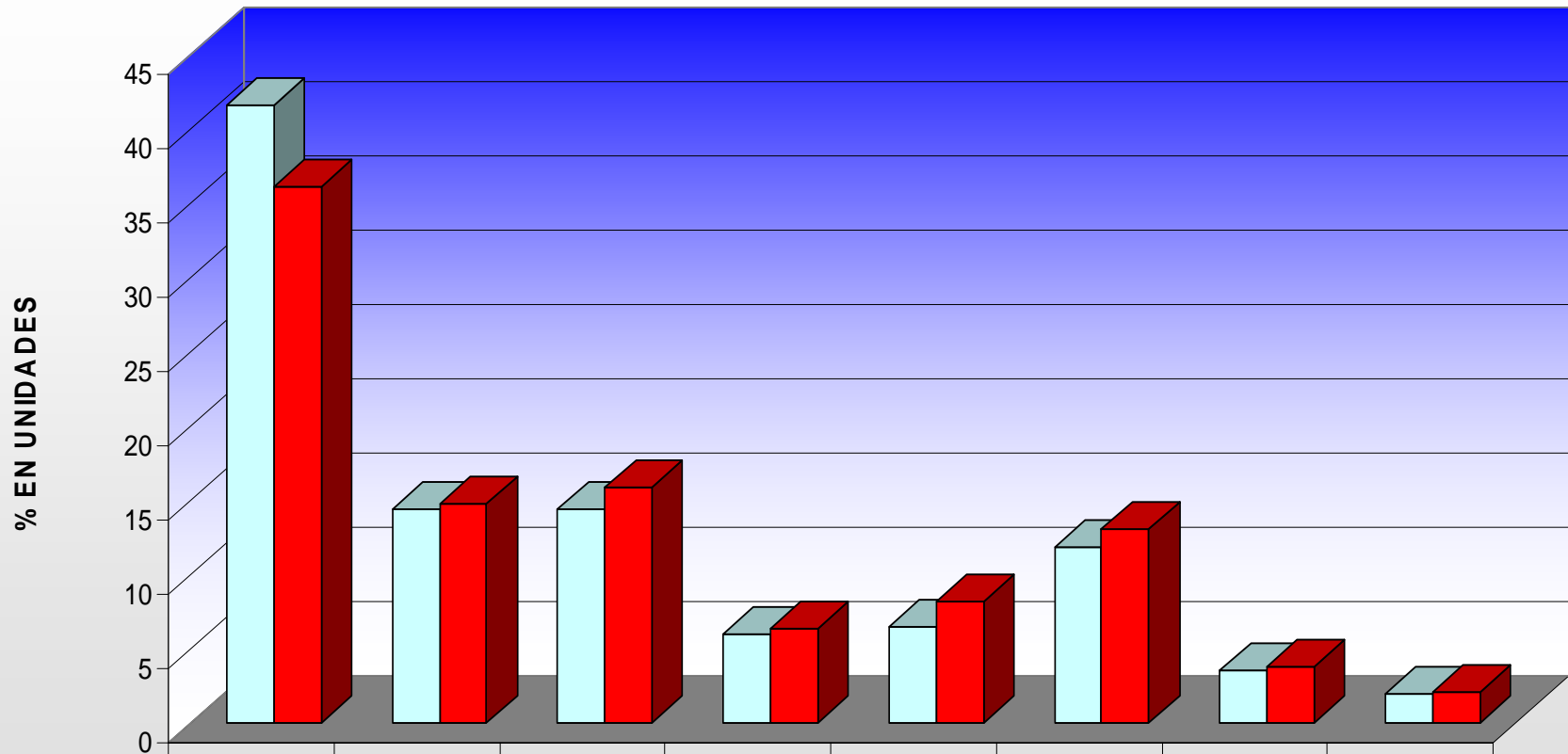
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO EN VALOR DE SOFTWARE INTERACTIVO EN EUROPA EN EL AÑO 2004 POR PAÍSES



ESTIMACIÓN DE CONSOLAS VENDIDAS EN EUROPA EN EL AÑO 2004 POR PAÍSES (En miles)

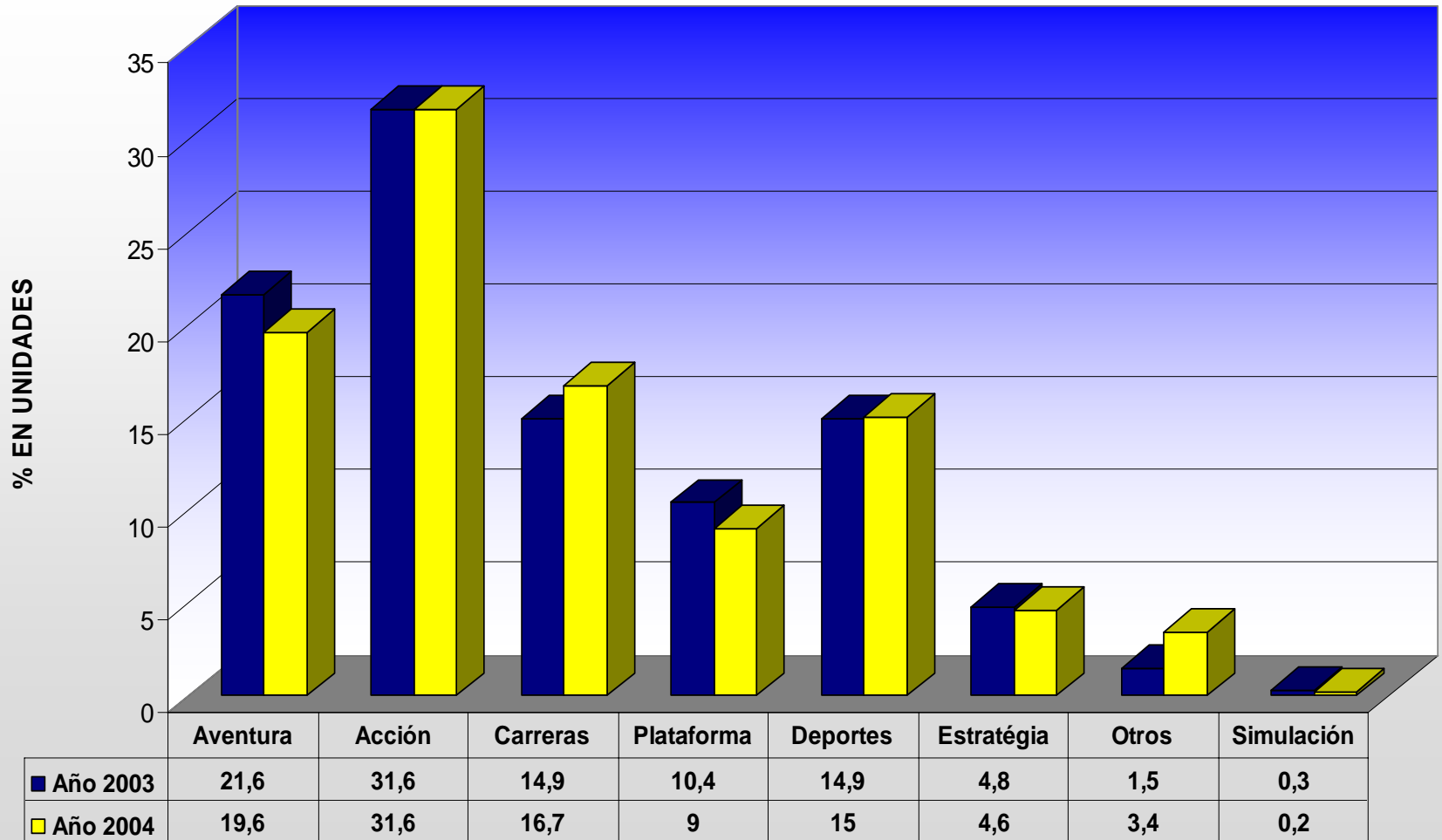


VIDEOJUEGOS DE ORDENADOR: SEGMENTACIÓN POR GENEROS

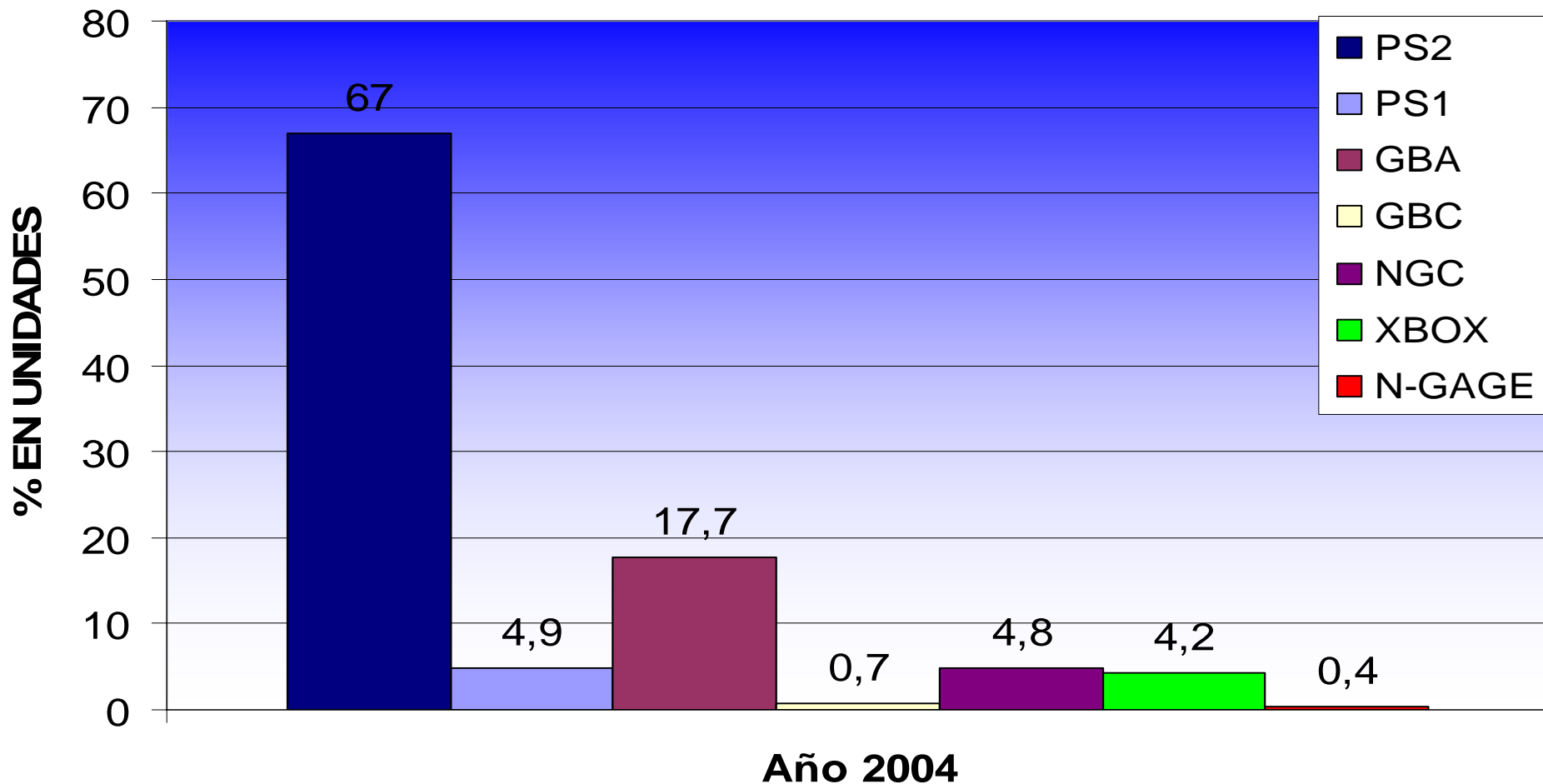


	Estrategia	Aventura	Acción	Carreras	Deportes	Otros	Simulación	Plataforma
□ Año 2003	41,6	14,4	14,4	6	6,5	11,8	3,5	1,9
■ Año 2004	36,1	14,8	15,8	6,3	8,2	13	3,8	2

VIDEOJUEGOS DE CONSOLAS: SEGMENTACIÓN POR GENEROS



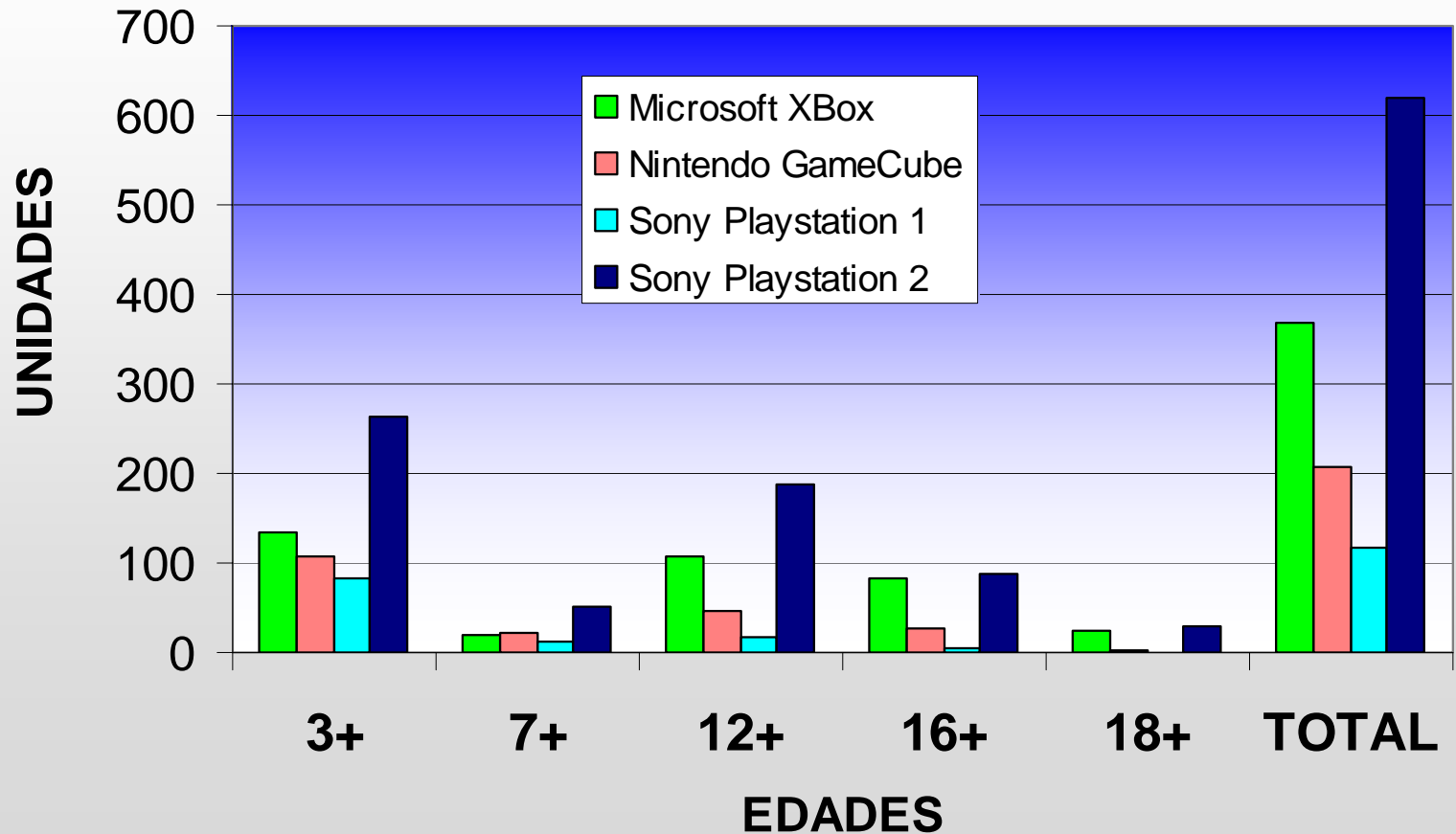
SEGMENTACIÓN DEL SOFTWARE POR PLATAFORMAS



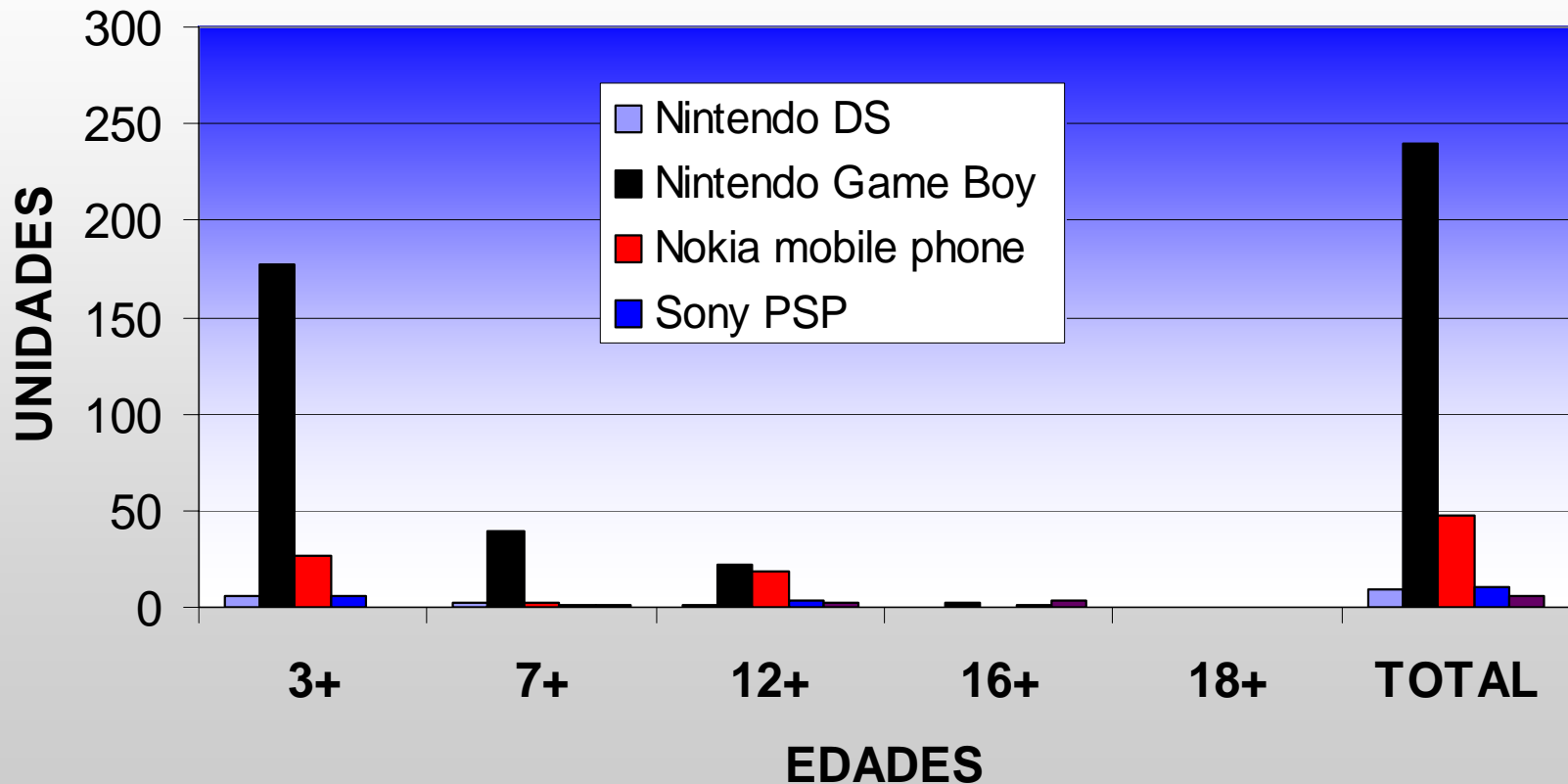
LOS 10 TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2004

PLATAF	TÍTULO	DISTRIBUIDOR	GENERO	EDAD
PS2	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS	TAKE 2	ACTION/COMBAT	18+
PS2	PRO EVOLUTION SOCCER 4	KONAMI	SPORT	3+
GBA	POKEMON ROJO FUEGO	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	3+
PC	LOS SIMS 2	ELECTRONIC ARTS	STRATEGY	7+
GBA	POKEMON VERDE HOJA	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	3+
PS2	NEED FOR SPEED: UNDERGROUND 2	ELECTRONIC ARTS	RACE/RALLY	3+
PS2	DRIVER 3 (DRIV3R)	ATARI	RACE/RALLY	16+
PS2	FIFA FOOTBALL 2005	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3+
PS2	PRO EVOLUTION SOCCER 3 PLATINUM	KONAMI	SPORT	3+
PS2	FORMULA ONE 2004	SONY	RACE/RALLY	3+

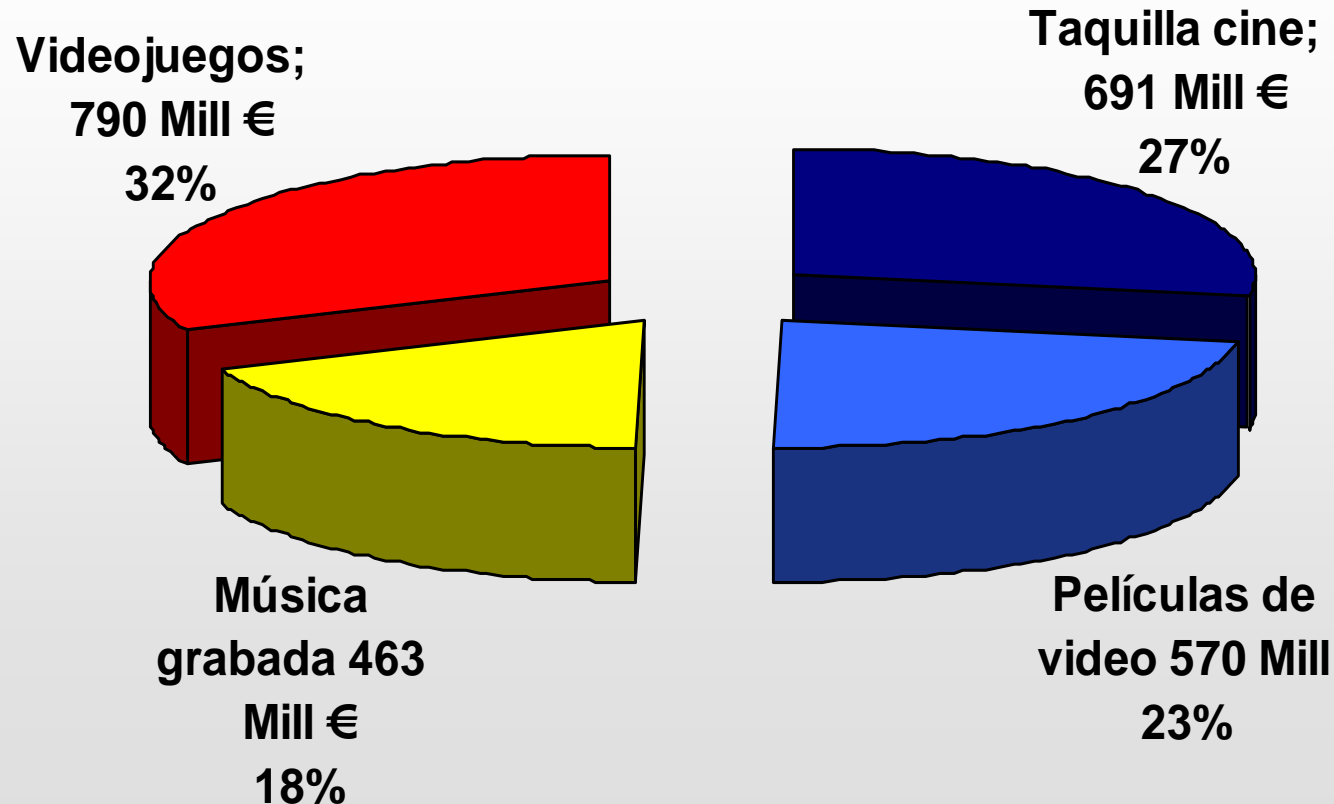
VIDEOJUEGOS EDITADOS EN CONSOLAS DE SOBREMESA SEGUN EDAD



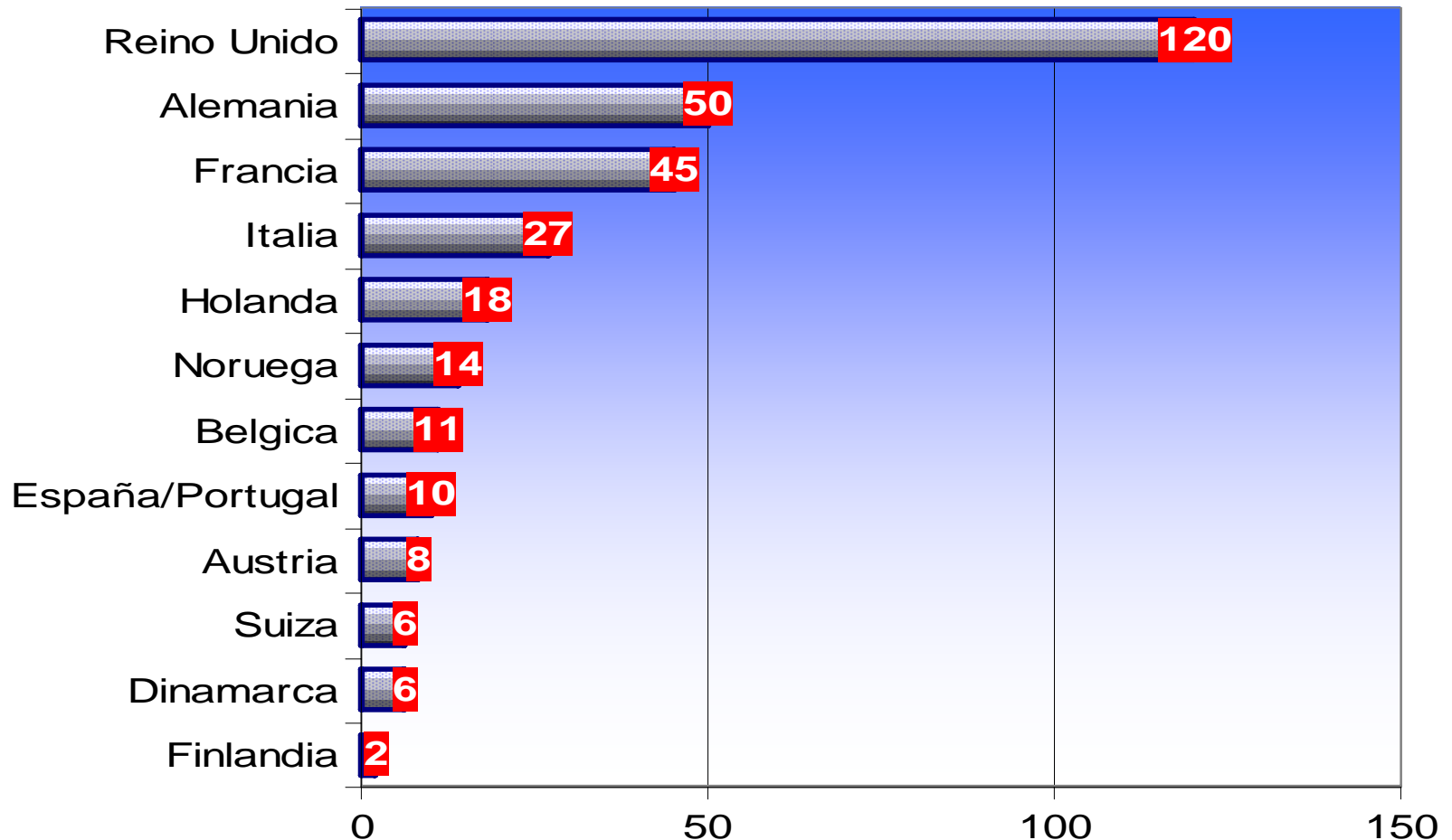
VIDEOJUEGOS EDITADOS EN CONSOLAS PORTATILES SEGUN EDAD



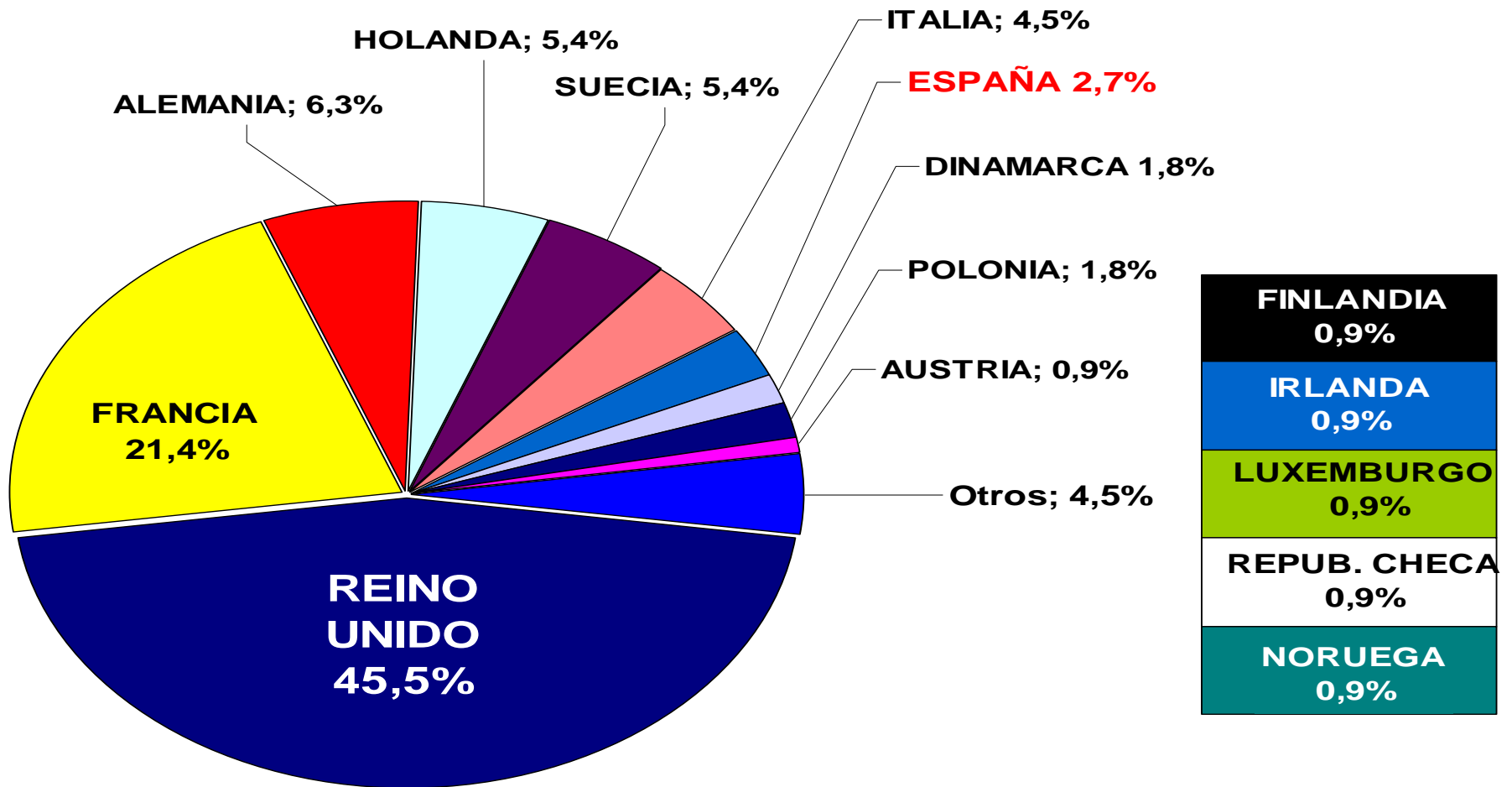
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO DE OCIO AUDIOVISUAL E INTERACTIVO EN ESPAÑA EN 2004



NUMERO DE ESTUDIOS DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS POR PAISES EN EUROPA

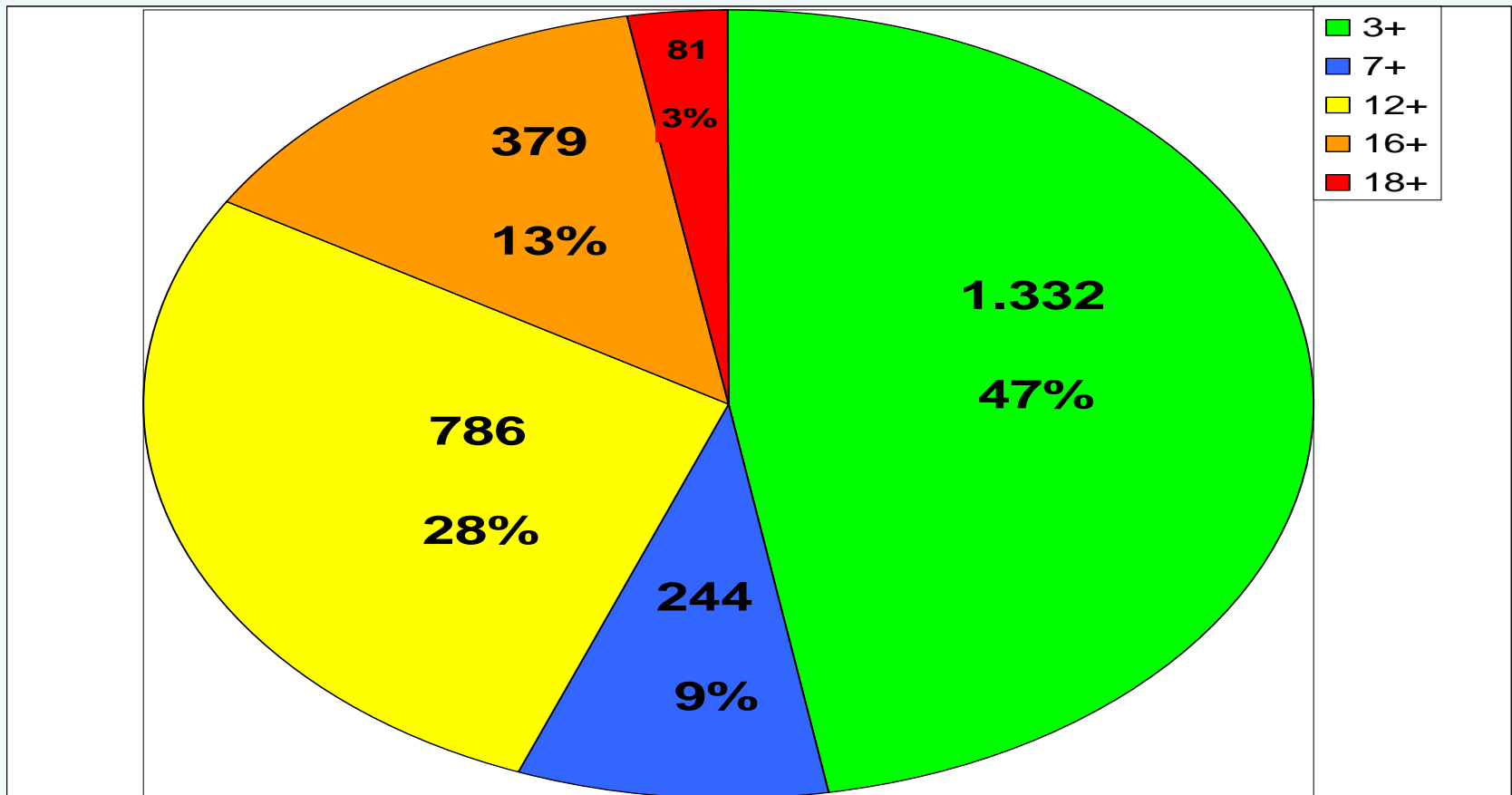


COMPAÑÍAS EDITORAS EN LA UNIÓN EUROPEA



VIDEOJUEGOS CALIFICADOS DESDE LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA PEGI: PRIMAVERA 2003 AL 31/01/2005

2.822 PRODUCTOS



Cuantificación del mercado

% JUGADORES

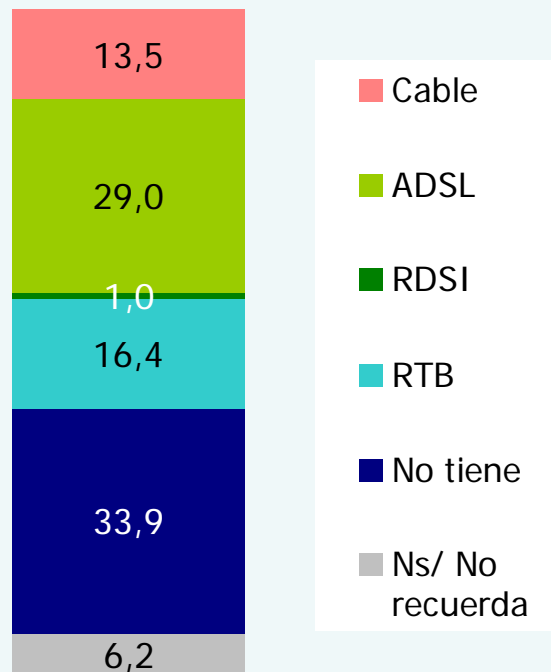
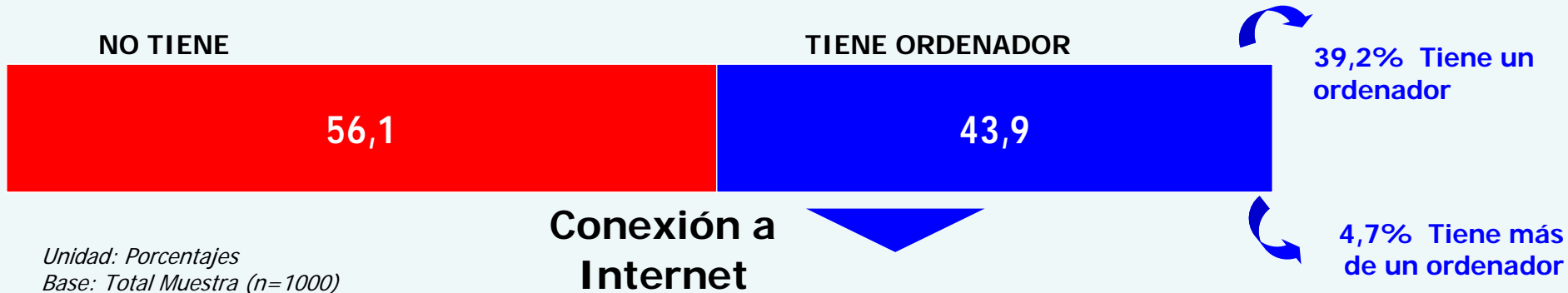
JUGADORES ABSOLUTOS

Base: (Población española)

41,8 millones (INE: Enero 2002)

JUGADORES	20,3%	8,5 millones
PENETRACIÓN POR SEXO		
HOMBRE	67%	5,7 millones
MUJER	33%	2,8 millones
PENETRACIÓN POR EDAD		
De 7 a 13 años	21%	1,8 millones
De 14 a 17 años	17%	1,4 millones
De 18 a 34 años	42%	3,6 millones
De 7 a 34 años	80%	6,8 millones

Presencia de Ordenador Doméstico en Internet



Unidad: Porcentajes
Base: Tiene ordenador (n=439)

Fuente: GFK-EMER

Presencia de Consola de Videojuegos en el hogar

NO TIENE

TIENE CONSOLA

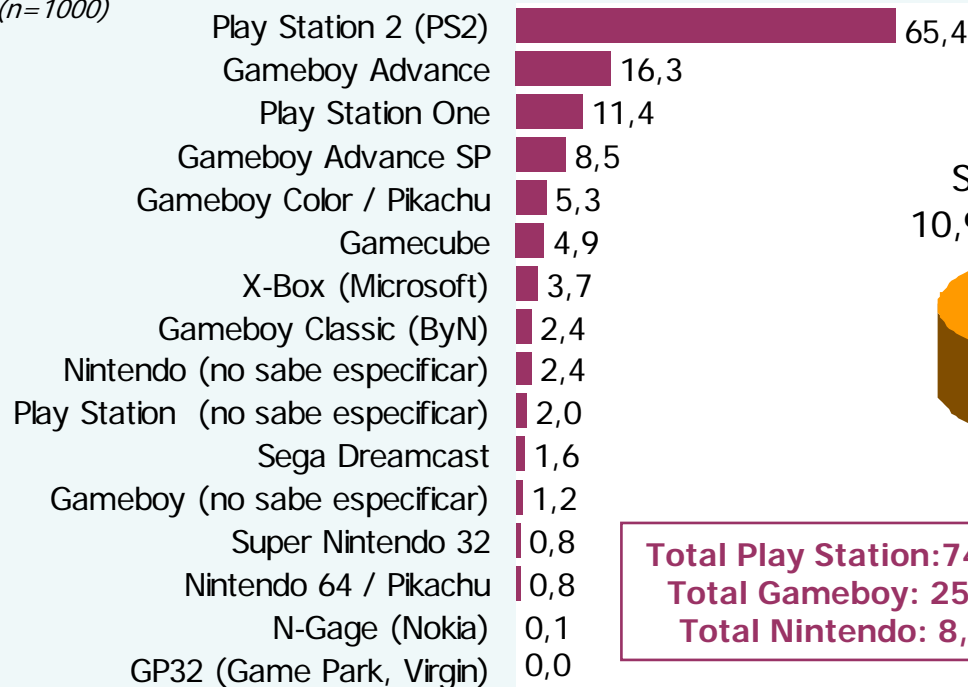


20,0% Consola de sobremesa
6,2% Consola portátil

14,9% de los hogares tienen PC y Consola

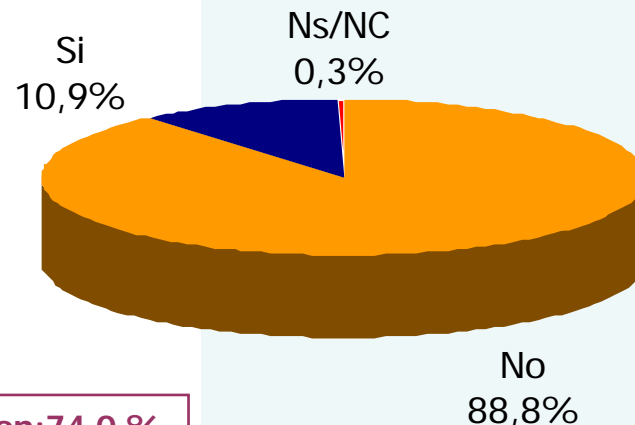
Modelo de la Consola

Unidad: Porcentajes
Base: Total Muestra (n=1000)



Total Play Station: 74,0 %
Total Gameboy: 25,2%
Total Nintendo: 8,9%

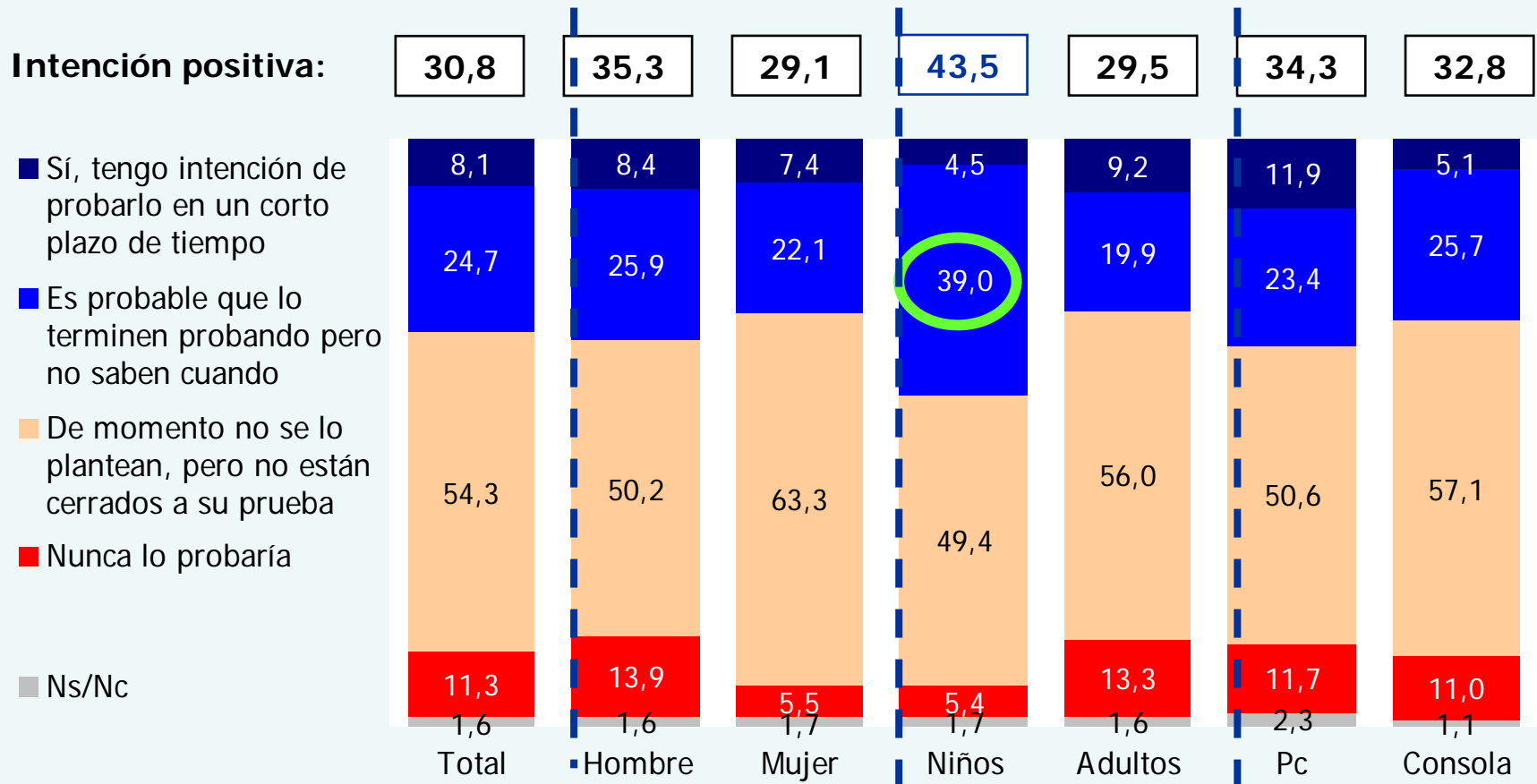
Consola dispone de adaptador a Internet (Juego on line)



Unidad: Porcentajes
Base: Tiene Consola (n=246)

Unidad: Porcentajes
Base: Tiene Consola (n=246)

Actitud hacia los videojuegos Online



Unidad: Medias y Porcentajes
Base : No juegan Online

Conclusiones frenos y barreras a los videojuegos Online

➤ El 95% de los jugadores de Consola no juega actualmente a videojuegos Online. Los principales frenos a los juegos Online son:

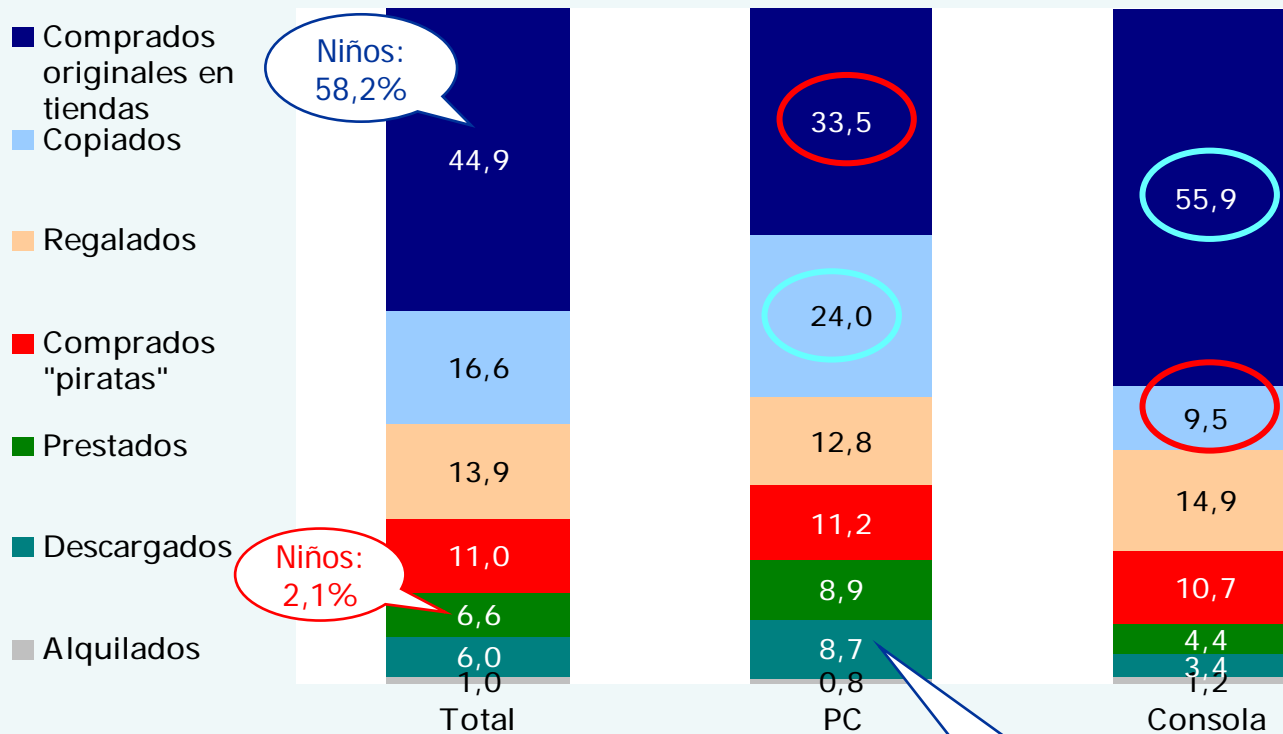
**No tener Internet/ Adaptador
No le gusta/ es aburrido**

➤ Aunque encontramos entre los jugadores de PC un mayor porcentaje jugando en red (27%), la mayoría de ellos todavía no se ha lanzado a esta nueva forma de jugar. Además de los motivos ya mencionados, son los Exclusivos de PC quienes tienen más dificultades con los juegos en red (26%).

**Nunca lo ha probado
Es complicado**

➤ La intención de jugar algún videojuego Online en el futuro es en general positiva entre los jugadores, 9 de cada 10 jugadores no está cerrados de todo a probar los videojuegos Online.

Origen de los videojuegos que tiene en casa



Los jugadores de **CONSOLA** son los que más juegos **ORIGINALES** comprados en una tienda tienen en casa (55,9%).

Al contrario los jugadores de **PC** tienen un tercio de sus juegos comprados **ORIGINALES** (33,5%) y otro tercio **COPIADO** o **DESCARGADO** (32,7%).

Son especialmente los jugadores **ONLINE** (17,1%) y los de clase social **ALTA/ MEDIA-ALTA** (16,8%) los que más juegos descargan.

Unidad: Porcentajes

Base: Tienen Juegos en casa (n=589); PC (n=289); Consola (n=300)

Fuente: GFK-EMER