

Estudio aDeSe 2009

“Usos y hábitos de los videojugadores españoles”

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento



aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Objetivos de la Investigación

Objetivos del Estudio

3

Penetración de PC y Consolas

Evolución del número de jugadores de videojuegos en España

Perfil del videojugador español

Hábitos y Usos de videojugadores en España

Relevant Set

Sistema PEGI

Origen de los juegos

Precio óptimo

Metodología de Investigación

Ficha Técnica

5

Fase Omnibus

Fase U&A

Universo

Población general española de más de 15 años cubriendo todo el país, incluyendo Canarias.

Usuarios de videojuegos de 7 a 34 años

Representatividad

Los datos obtenidos son representativos de la población y hogares españoles en términos de sexo, edad, Comunidad Autónoma, tamaño de hábitat y clase social.

Muestra representativa nacional de los usuarios de videojuegos de acuerdo a los resultados de la primera fase

Tamaño y tipo de entrevista

4.254 entrevistas personales CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*)

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

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

Selección de los entrevistados

Los entrevistados se eligen en dos etapas, siguiendo datos actualizados basado en estadísticas oficiales

Error muestral

El margen de error para 4.254 entrevistas es de $\pm 1,5\%$ siendo $p=q=0,50$ y para un nivel de confianza del 95%.

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%

Fechas de campo

Entre el 13 de Abril y el 18 de Mayo de 2009

Entre el 15 y el 30 de Junio de 2009

Resultados de la Investigación

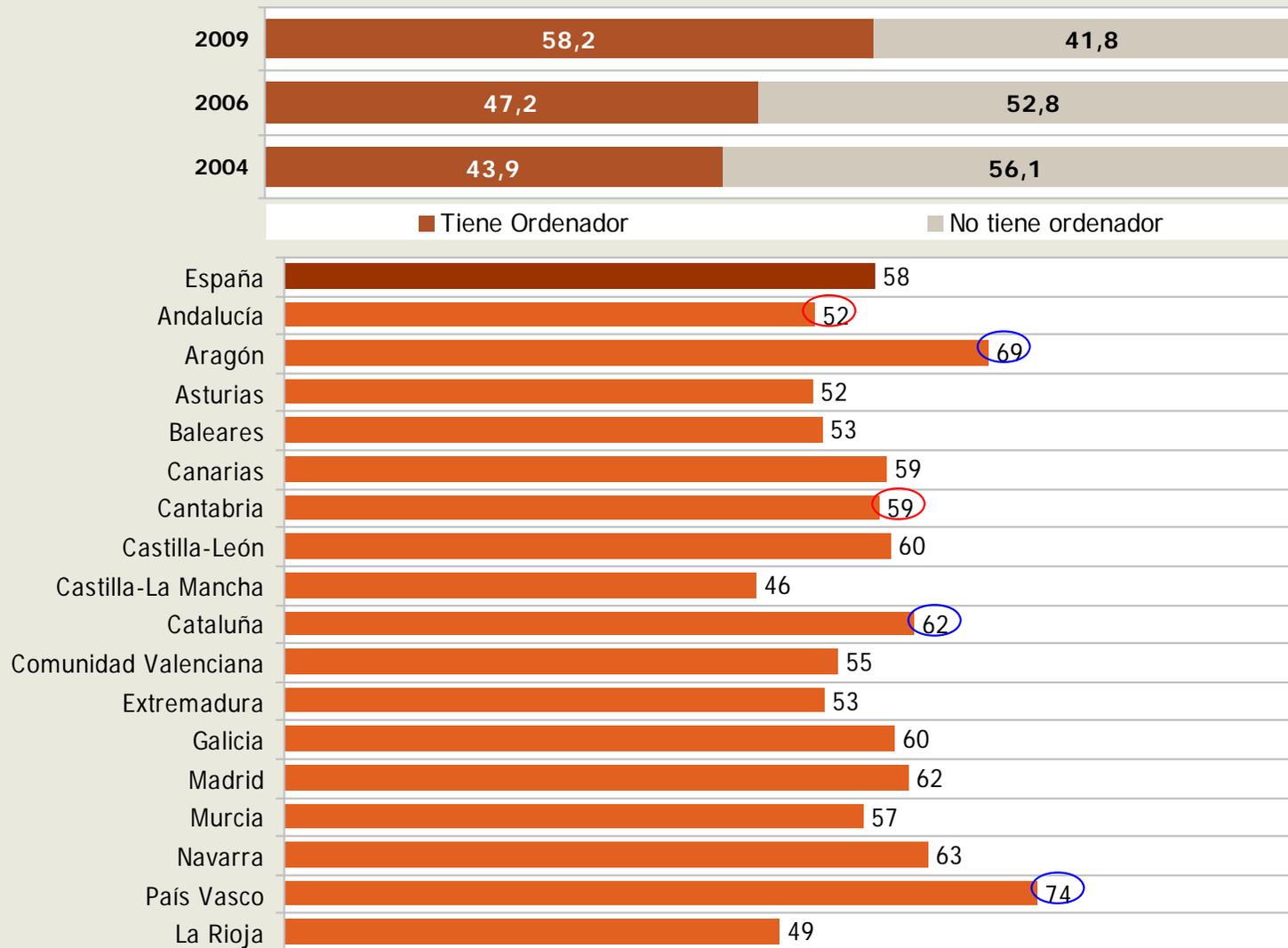
Fase Ómnibus

Penetración de Ordenador y Consola en los Hogares Españoles

Penetración de Ordenador en el Hogar

La proporción de **hogares españoles con ordenador** es superior al **50%**

9.687.500 de los 16 millones de hogares tiene ordenador



9.687.500 hogares
tienen ordenador

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra: 2009; (n=4254); 2006 (n=4239); 2004 (n=1000)

P.1. Le voy a pedir que me diga, por favor, si tiene ordenador en su hogar.

Diferencia significativamente superior ○ e inferior ○ frente al Total España.
Prueba t de Student, 95% nivel de confianza

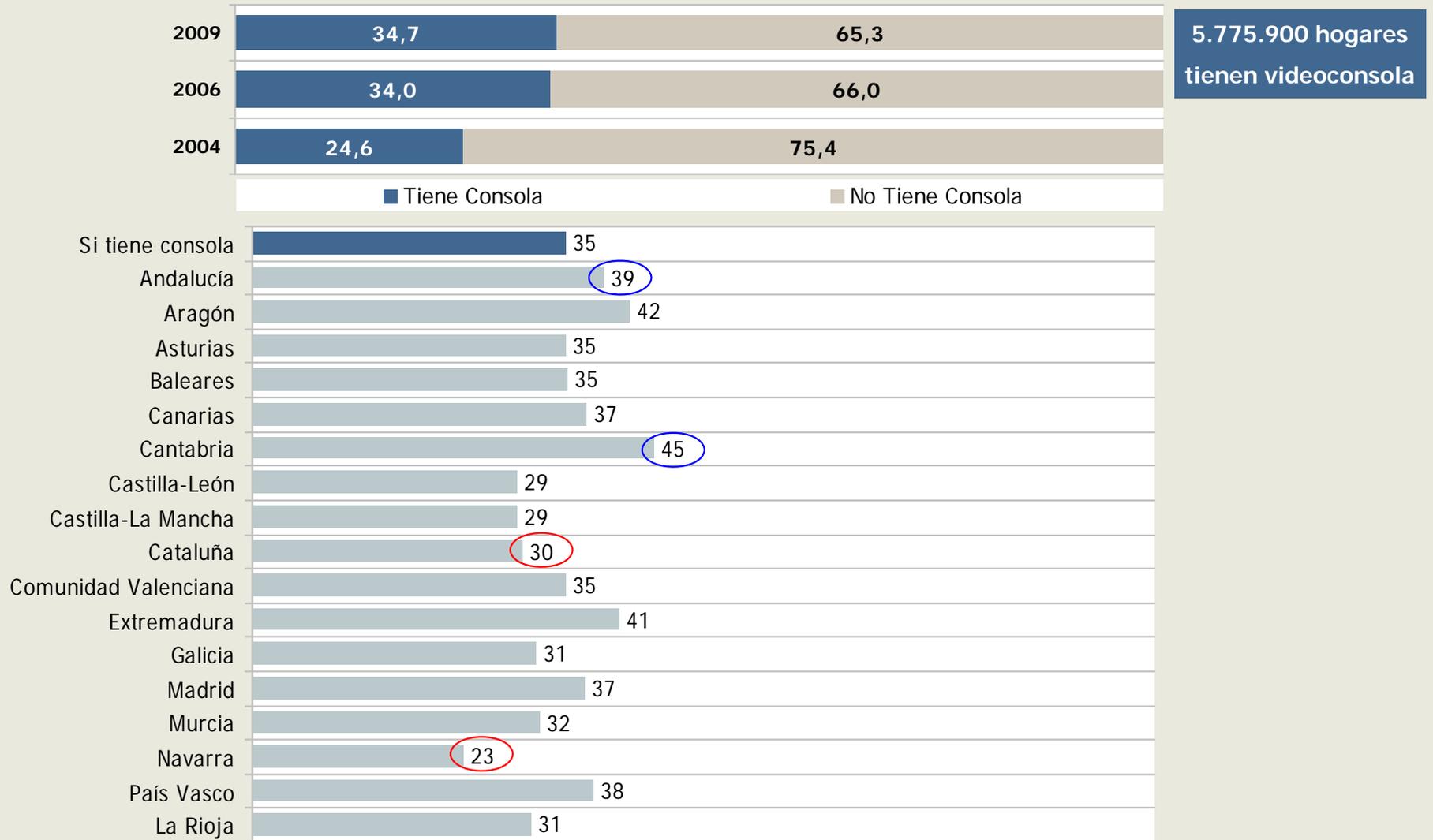
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Presencia de Consolas de Videojuegos en el Hogar

Uno de cada tres hogares españoles cuenta con **al menos una consola de videojuegos**

10



Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra: 2009 (n= 4254); 2006 (n=4239); 2004 (n=1000)

Diferencia significativamente superior e inferior frente al Total España.
Prueba t de Student, 95% nivel de confianza

P.1. Le voy a pedir que me diga, por favor, si tiene ordenador en su hogar.

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Cuantificación del Número de Jugadores y su Perfil

Comunidades con mayor presencia de jugadores

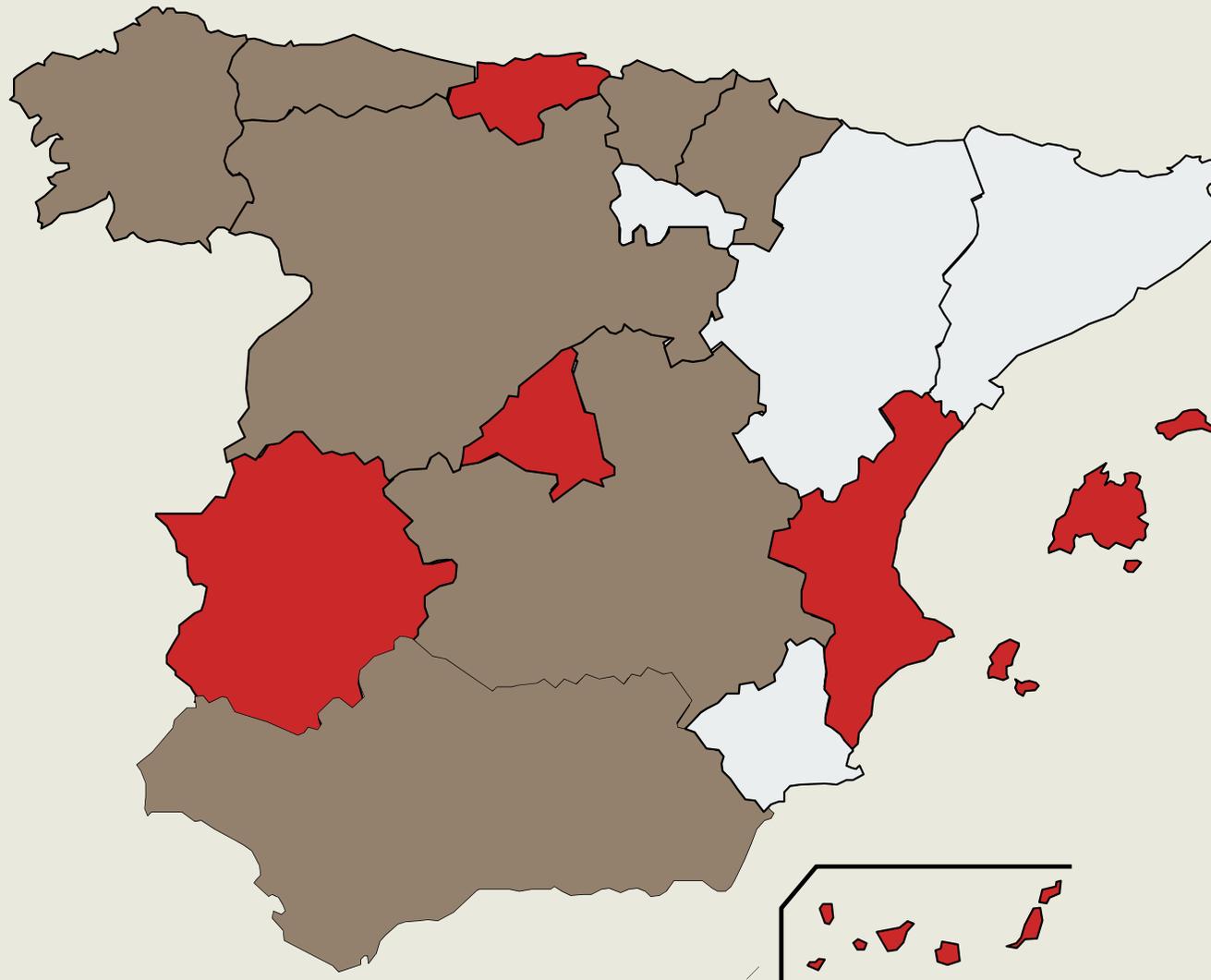
2009 Total de Jugadores

La penetración media de jugadores en España es del 23%.

Baleares, Canarias, Cantabria, C. Valenciana, Extremadura y Madrid presentan porcentajes **por encima de la media**.

Total
España
23%

12



Más del 24%

Entre el 22 y el 24%

Menos del 22%

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

Evolución 2009 vs. 2006

Evolución del número de jugadores de videojuegos en España, 2006-2009

En España **el 22,5%** de la población se declara **usuaria de videojuegos**, lo que supone 10,4 millones y **un incremento de 1,5 millones** de jugadores en los **últimos 3 años**.

14

	% Jugadores 2009	% Jugadores 2006	%Jugadores 2004	Diferencia 2009 vs. 2006
<i>Base (Población española):</i>	<i>46,0 millones (Fuente INE, 2008)</i>	<i>44,1 millones (Fuente INE, 2005)</i>	<i>41,8 millones (Fuente INE, 2002)</i>	<i>En número de jugadores</i>
TOTAL JUGADORES DE VIDEOJUEGOS	22,5%	20,0%	20,3%	+1.530.000
Total jugadores de PC	14,5%	12,5%	12,9%	+1.157.500
Total jugadores de Consola	15,6%	13,0%	12,8%	+1.443.000
Total jugadores de Teléfono móvil	4,9%	4,7%	3,8%	+80.752

Mayor incremento del número de **jugadores en consola que en PC**, influido por el lanzamiento de consolas de nueva generación.
Reducción de la dualidad con orientación a consolas.

Evolución de la penetración de jugadores de videojuegos, según la edad, 2004-2006

El crecimiento más importante se da en **cohortes de edad infantil, joven y adulto** pero **NO adolescente**. La pirámide poblacional de edad del usuario ha pasado de ser romboidea a más pentagonal, con tendencia rectangular.

15

	Jugadores de PC				Jugadores de Consola				Peso del segmento	
	2009	2006	2004	Diferencia 2009 vs. 2006	2009	2006	2004	Diferencia 2009 vs. 2006	2009	2006
<i>Base:</i>	6.671.303	5.513.566	5.397.089	1.157.737	7.177.402	5.734.109	5.355.251	1.443.293	46 millones	44 millones
PENETRACIÓN POR EDADES										
Hasta 6 años	14,0%	8,4%	4,4%	+208.700	23,8%	10,1%	6,9%	+476.000	7,0%	6,6%
De 7 a 10	48,4%	40,0%	18,0%	+182.400	68,8%	52,4%	36,4%	+331.400	3,7%	3,7%
De 11 a 13	60,8%	53,7%	30,5%	+71.800	70,5%	60,3%	52,3%	+109.000	2,7%	3,0%
De 14 a 16	48,1%	59,3%	53,5%	-153.300	52,9%	58,8%	43,5%	-81.400	2,9%	3,1%
De 17 a 19	35,4%	37,9%	45,0%	-42.600	37,9%	37,4%	36,9%	+700	3,1%	3,3%
De 20 a 24	31,0%	25,8%	26,0%	+98.000	24,7%	23,7%	28,1%	-17.200	6,2%	6,9%
De 25 a 34	18,2%	11,9%	16,0%	+513.400	16,4%	14,5%	14,4%	+172.100	17,0%	17,4%
De 35 a 44	9,7%	8,0%	9,4%	+171.400	9,8%	7,0%	6,9%	+250.271	16,6%	16,2%
De 45 a 54	4,8%	3,5%	3,0%	+101.100	3,8%	1,4%	3,3%	+157.400	13,5%	12,8%
Más de 55 años	0,9%	1,1%	0,8%	-18.400	0,9%	0,4%	0,2%	+65.400	27,3%	27,1%
<i>Total de 7 a 34</i>	30,8%	26,7%	25,4%	+677.400	32,3%	27,1%	29,2%	+858.600	35,7%	37,3%
Edad Media	22 años	22 años	23 años		20 años	21 años	20 años	-1 año		

El **26%** de los hombres españoles se declara videojugador. Las mujeres se incorporan decididamente al mundo de los videojuegos, en 2009 un **19%** se declara gamer activa.

Fase de Usos y Actitudes

1. *Hábitos de uso de videojuegos en general*

1.1 El mercado de los videojuegos

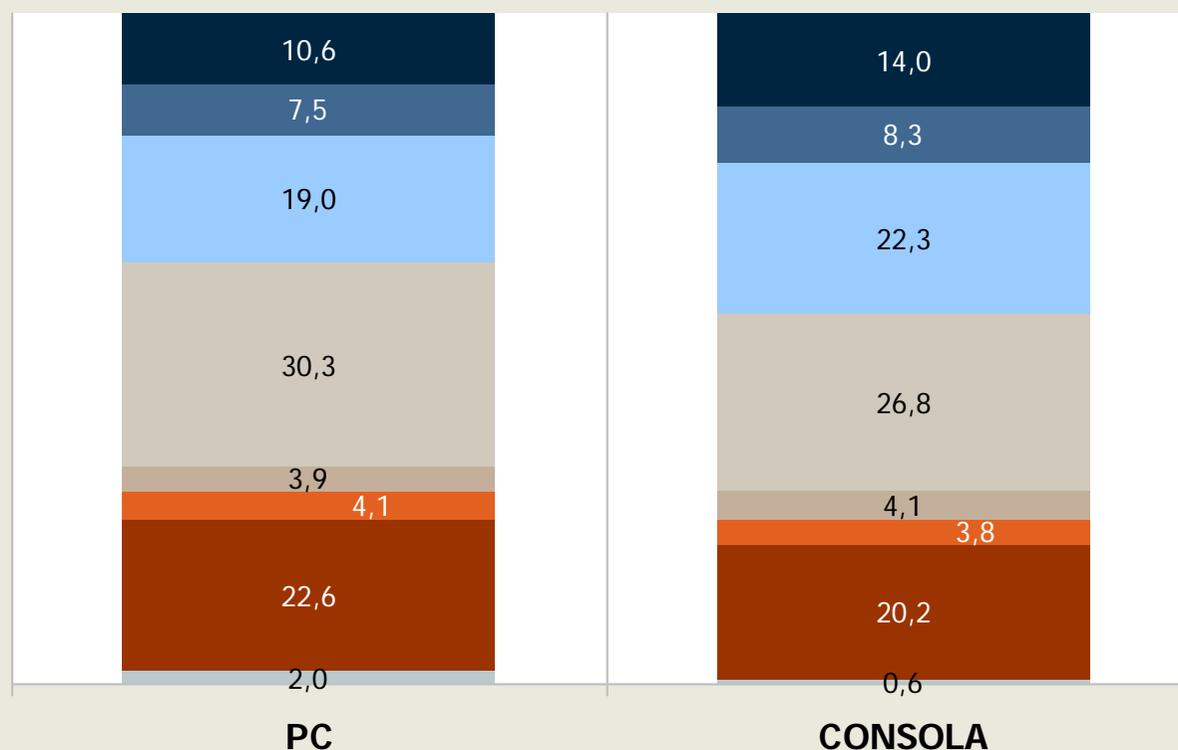
Frecuencia de Juego. 2009



Uso ligeramente más intensivo de consola que de PC

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

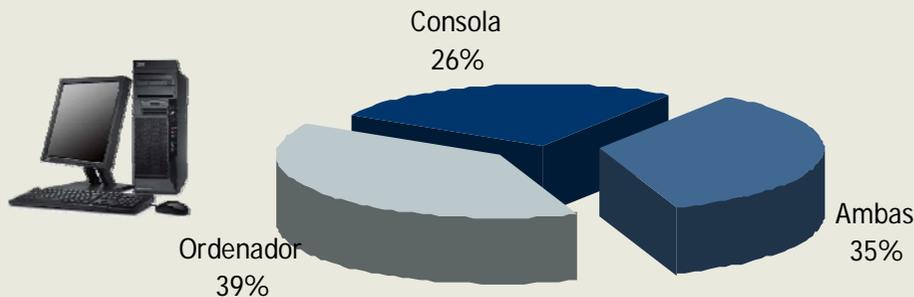
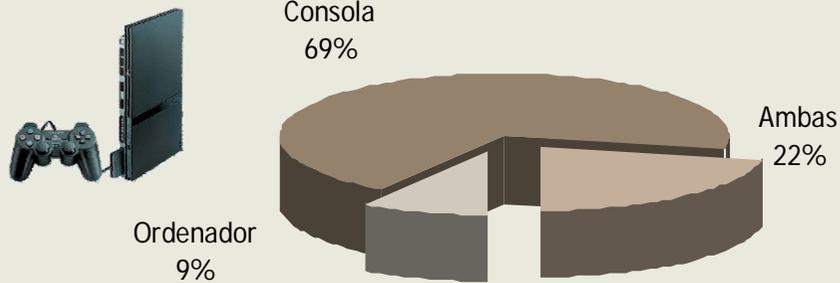
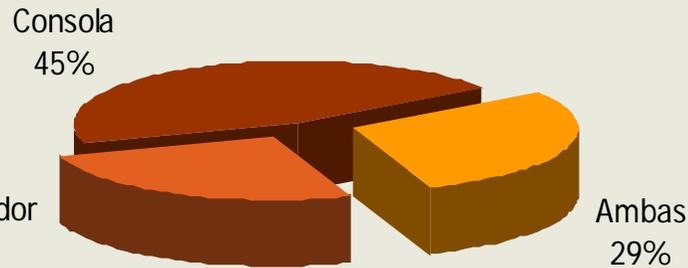
Base Juega Videojuegos: Total Muestra (n=709); PC (n=548); Consola (n=566)

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

Preferencia Entre Ordenador y Consola

La mayoría de los jugadores prefiere la consola al PC, considerándola una plataforma más cómoda y divertida

TOTAL



Unidad: Porcentajes

Base: Jugadores duales semanales. Total Muestra (n=284); Consola (n=127); PC (n=157)

Porque prefiere ...

■ Prefiere Consola ■ Prefiere PC



Unidad: Porcentajes

Base Prefiere: Consola (n=96); PC (n=98)

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?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

1.3. Hábitos de uso de videojuegos

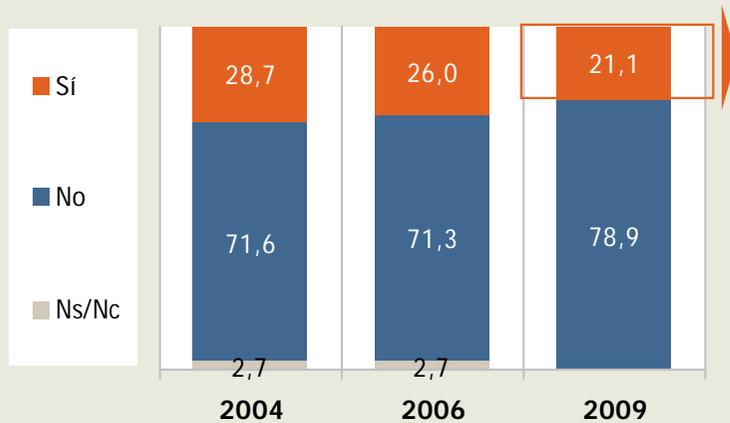
Sustitución de Actividades por Jugar Más O Menos a Videojuegos

Esta diapositiva desmiente la información de adicción e individualismo que fomentan los videojuegos. Observamos un incremento de actividades vinculadas a salir con amigos, trabajo

...

SUSTITUYE OTRA ACTIVIDAD POR VIDEOJUEGOS

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



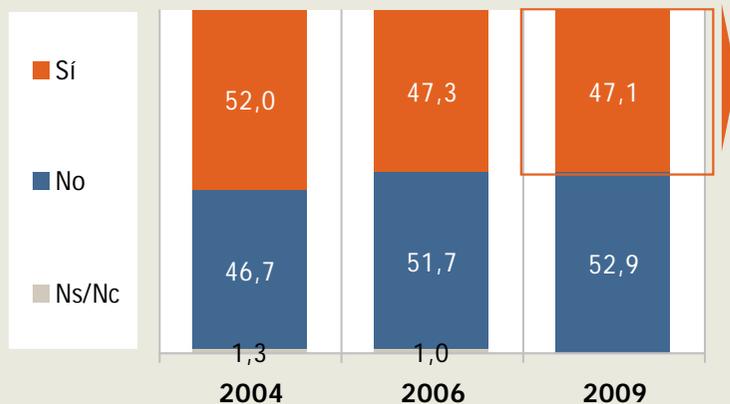
Actividad sustituida

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?

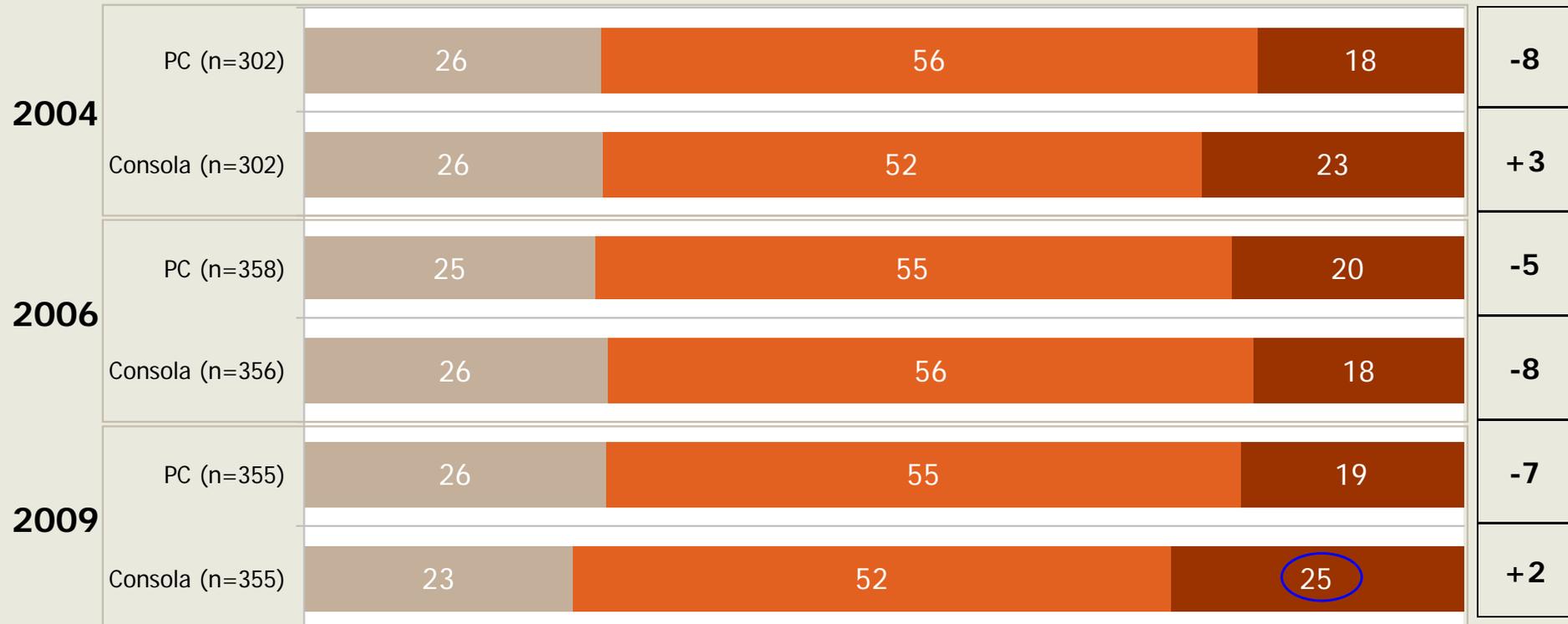
Evolución De Juego Con Videojuegos



Ligero aumento del uso de consolas

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 añ Balance



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.

aDeSe

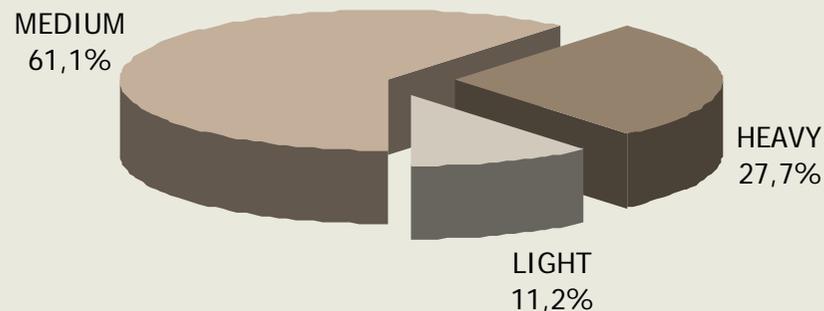
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Jugadores Según Su Intensidad De Juego

Incremento del porcentaje de Heavy Users (juegan + 4 horas a la semana)

HEAVY PLAYER:

Juega más de 4 horas a la semana con los videojuegos

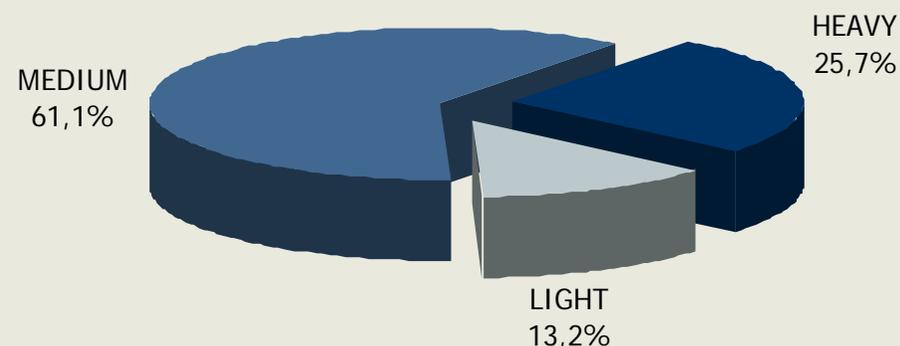


Hay más porcentaje de HEAVY USERS entre los hombres (35%) y los niños de 7 a 10 años (33%).

La mujeres destacan como LIGHT PLAYERS (19%)

MEDIUM PLAYER:

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



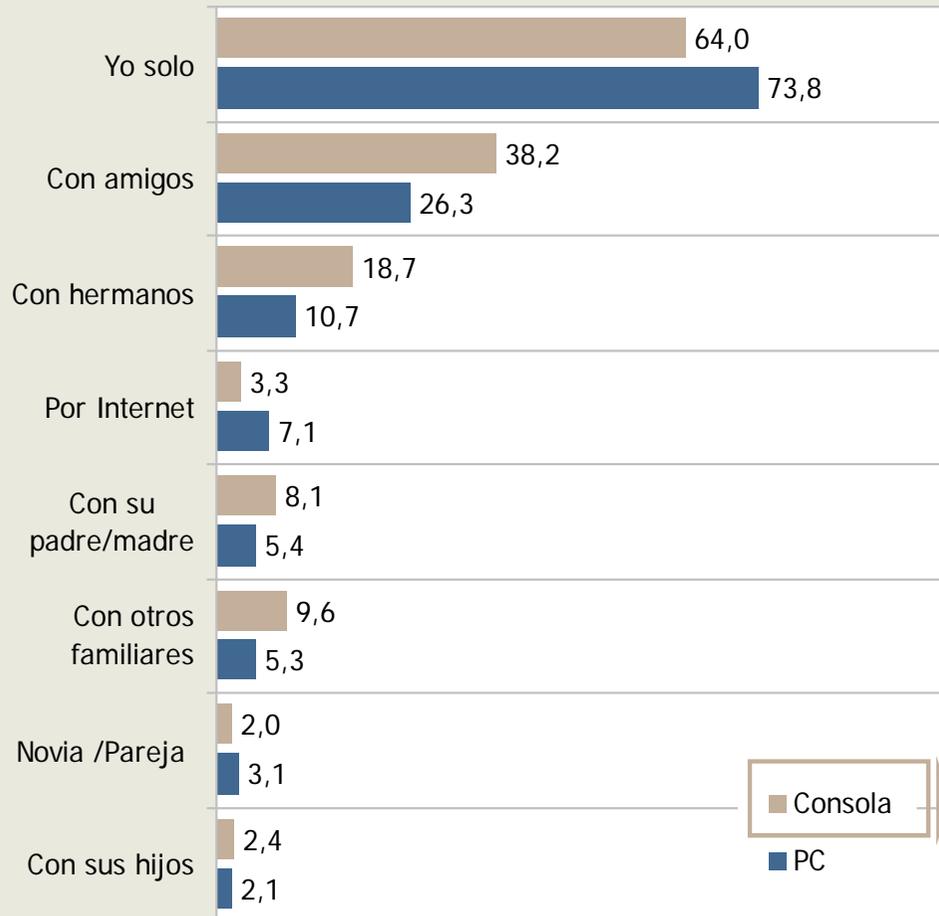
Encontramos más HEAVY USER de videojuegos de PC entre los jugadores que también juegan a juegos Online (32%) y con móvil (40%)

Hábitos de Uso

Incremento de juegos online, sociales y con amigos (grupo de pares), lo que reduce la correlación entre videojuego e individualismo tal y como se creía

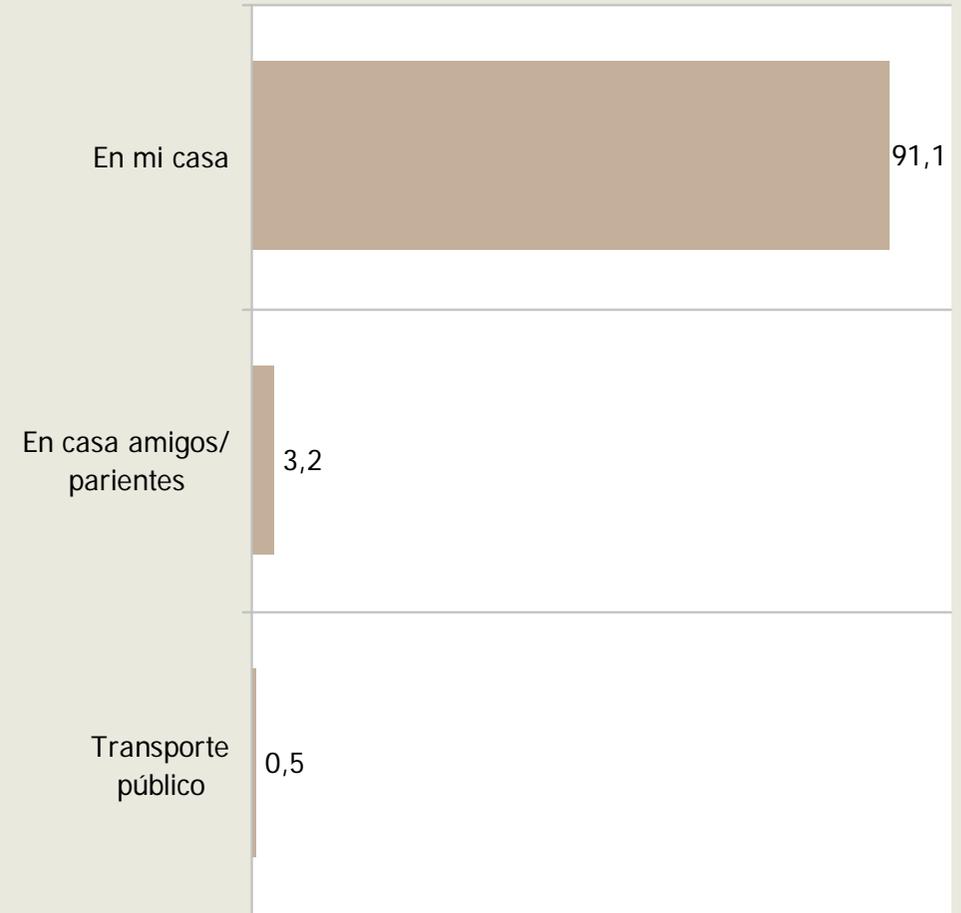
CON QUIÉN JUEGA HABITUALMENTE

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?

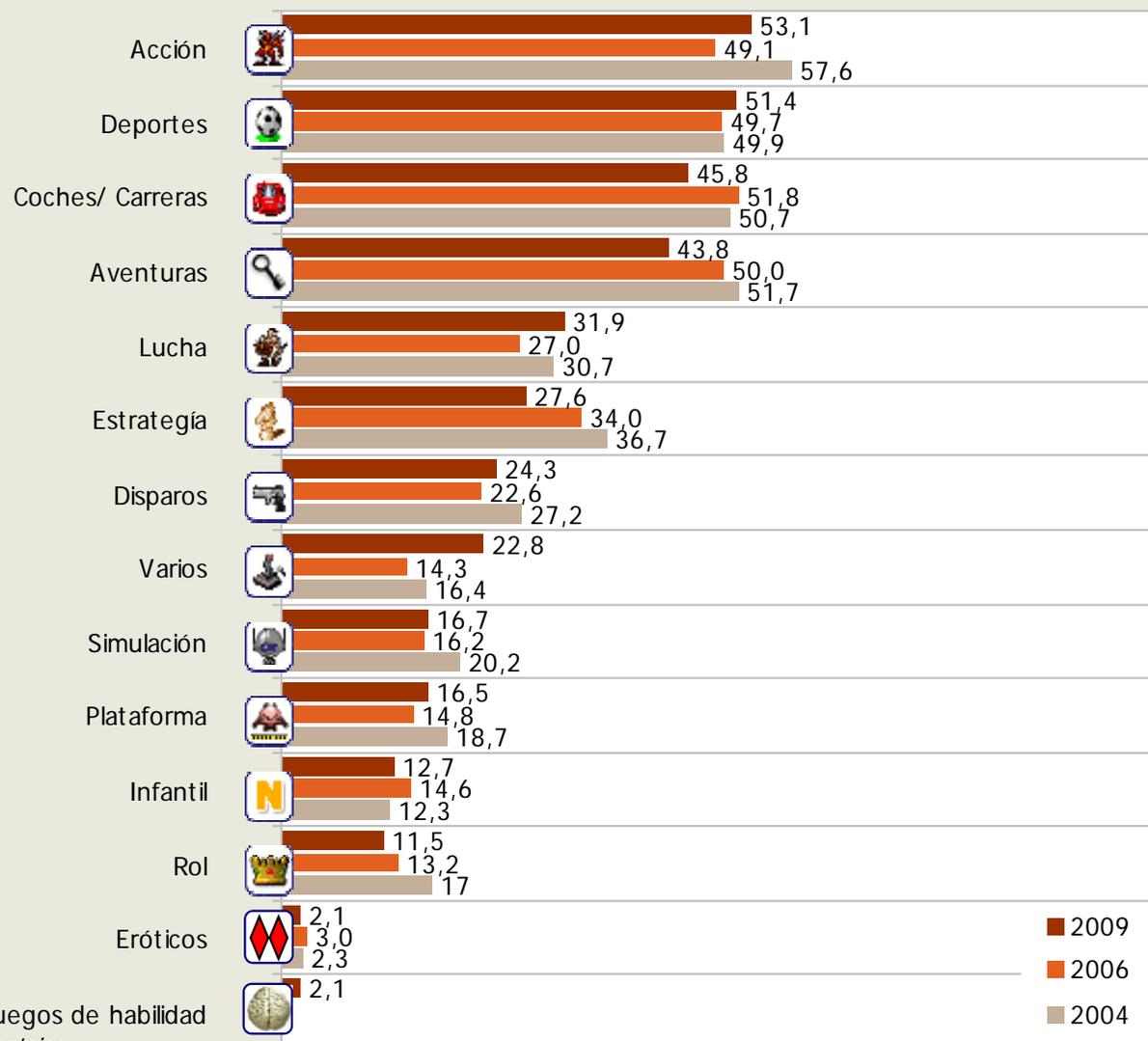
aDeSe

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

Los 4 géneros más jugados son: Acción, deportes, coches/carreras y aventuras



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

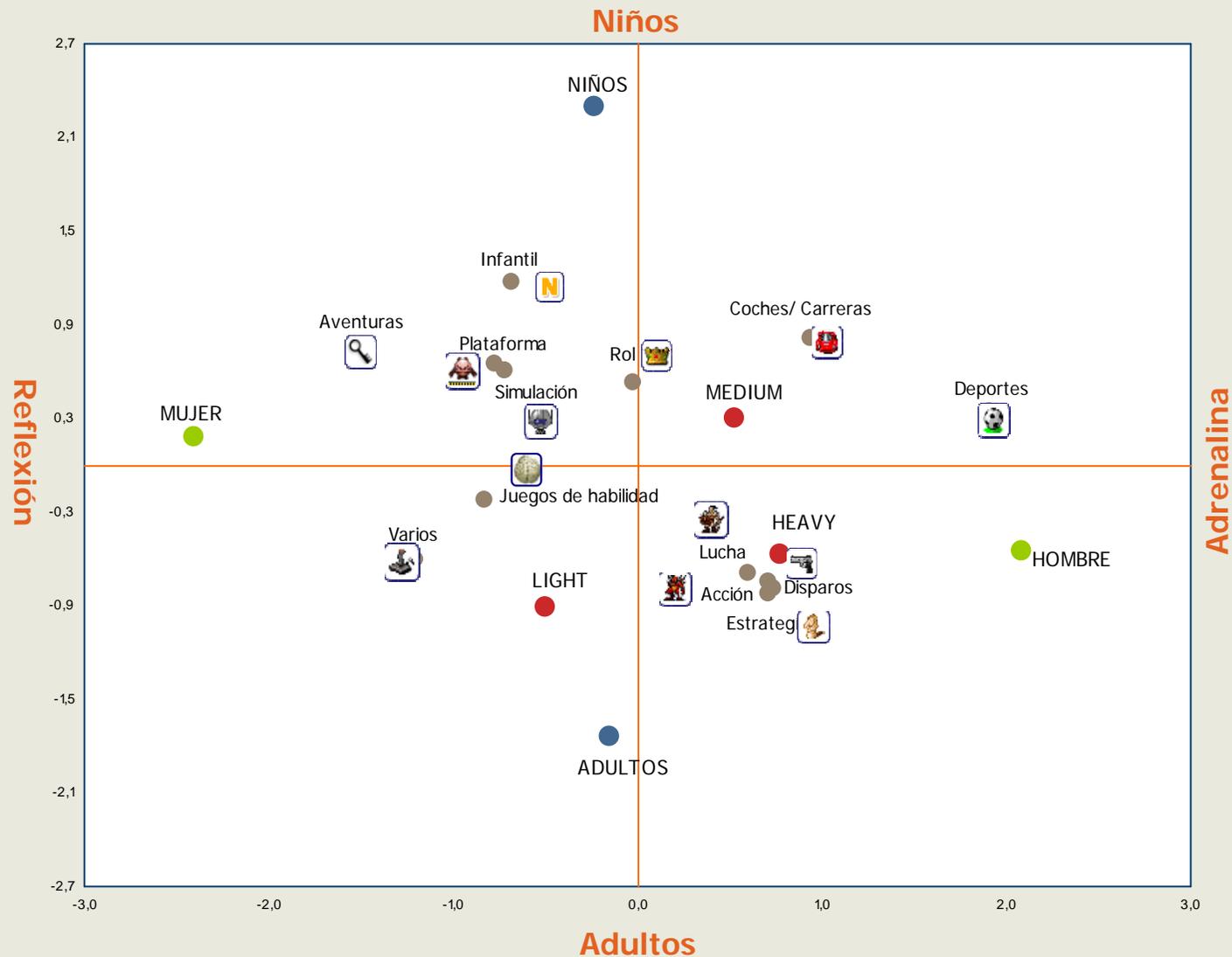
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

¿Quiénes y cómo son los jugadores de diferentes géneros?

Total

HOMBRES: Heavy Users, coches, deportes, acción

MUJERES: Light Users, juegos de habilidad, sociales (concursos...)



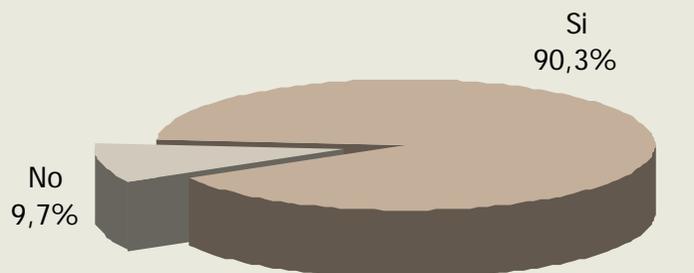
1.5. Clasificación y contenidos de Videojuegos



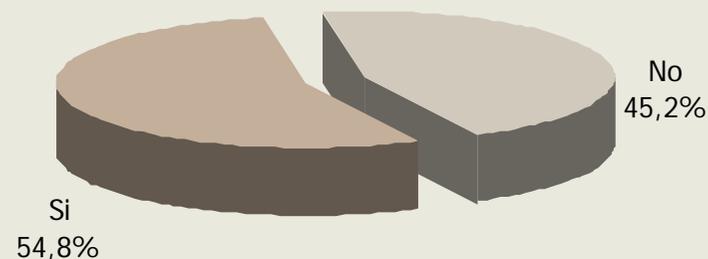
Clasificación De Los Juegos. Según Plataforma

El usuario sabe que todos los videojuegos contienen una clasificación del juego según la edad a la que va dirigido, contenidos violentos..., sin embargo sólo la mitad lo tiene en cuenta cuando compra videojuegos

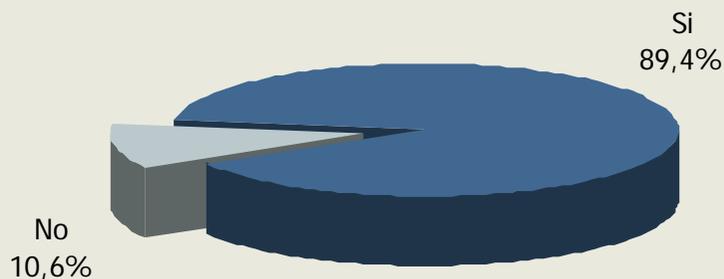
Conocimiento de la clasificación



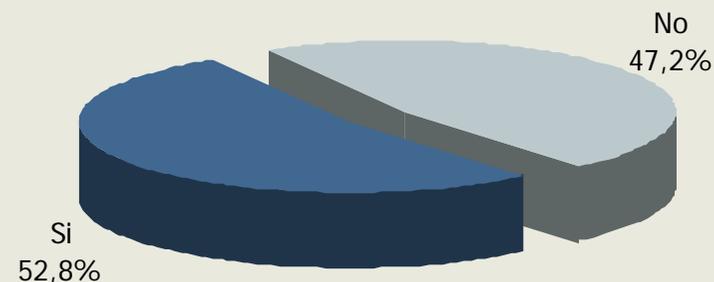
Tienen en cuenta la clasificación cuando va a comprar el juego



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

Tanto los niños como los adultos reconocen en los videojuegos un menor número de contenidos violentos que en otros soportes. Los videojuegos transmiten menos valores de violencia que la Tv o el cine.

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.

2. Hábitos de uso de videojuegos Online

2.1. Usuarios de Videojuegos Online

Juega Con Videojuegos Online. Comparativa 2004-2006-2009

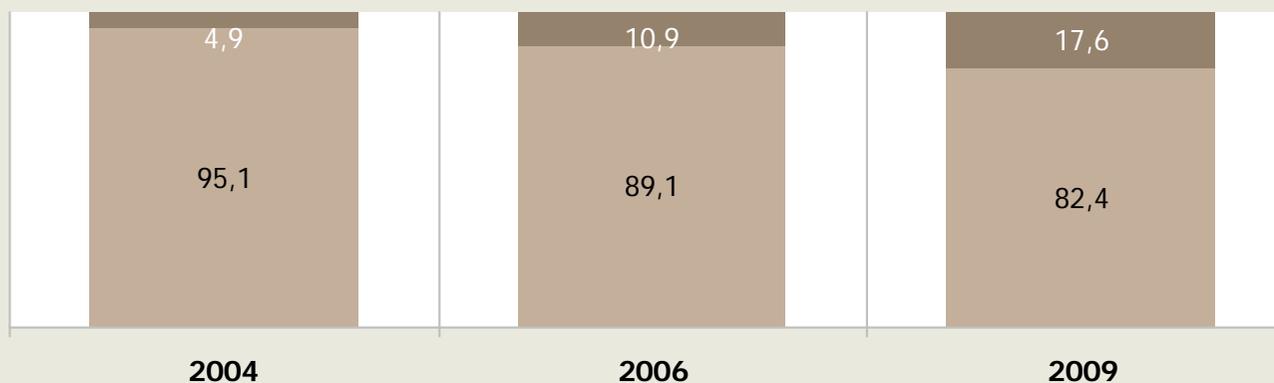
Incremento significativo del videojuego on line y la actitud o predisposición del videojugador continúa siendo positiva en la adopción del entorno on line.

Juega con videojuegos Online

CONSOLA



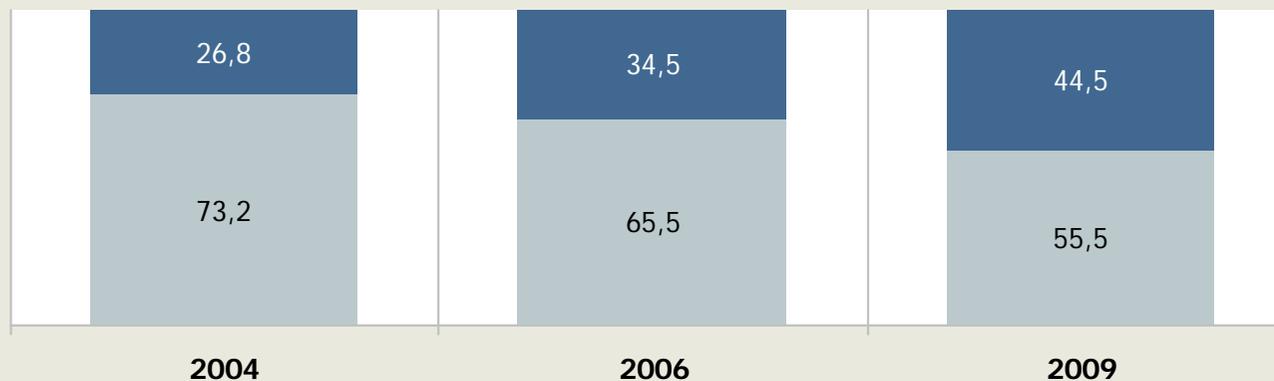
■ Sí
■ No



PC



■ Sí
■ No



Unidad: Medias y Porcentajes

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

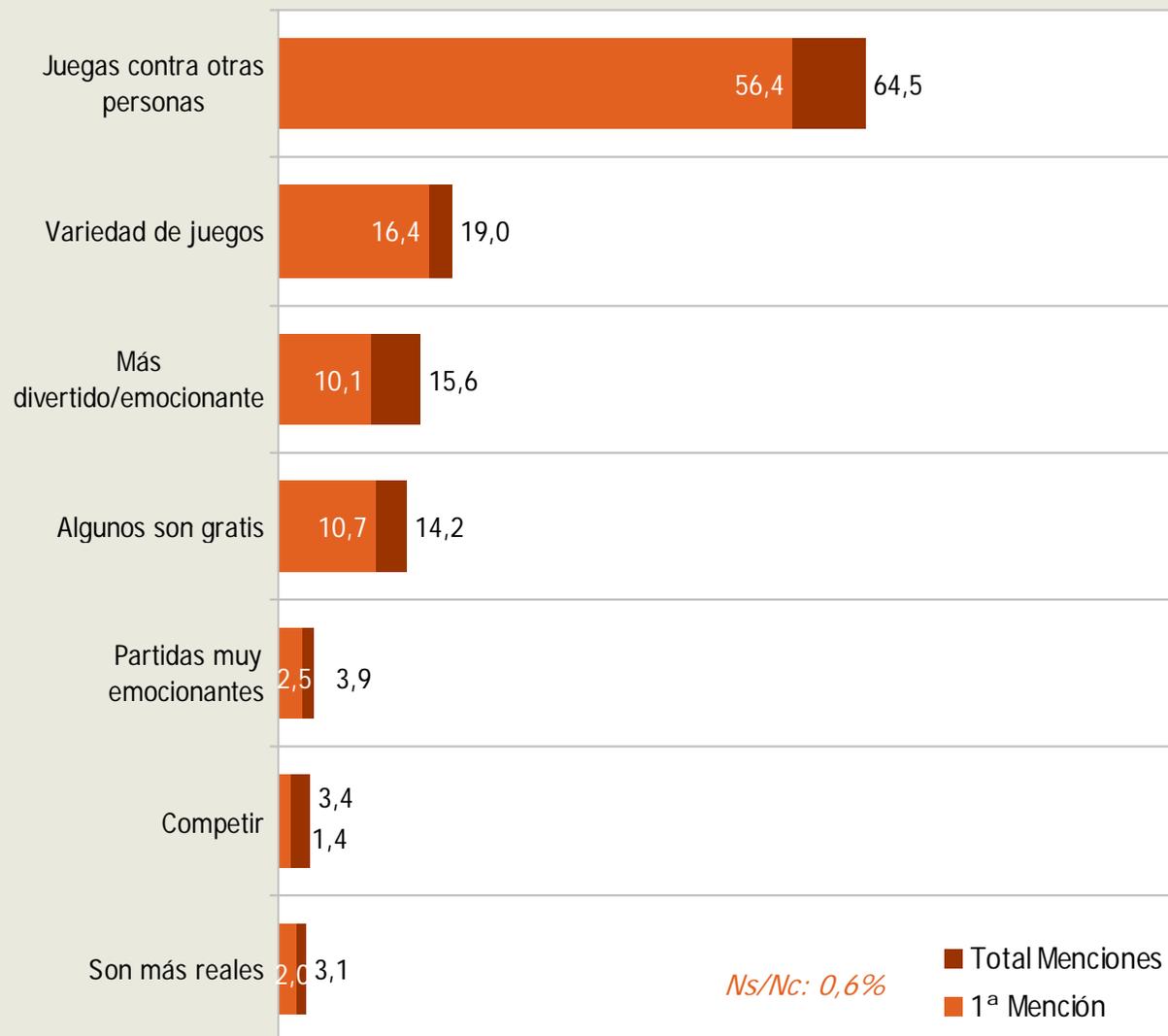
P.26 ¿Juega Usted con videojuegos online/en red con el PC?

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

2.2. Impulsores, Frenos y Barreras a los videojuegos Online

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



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**.

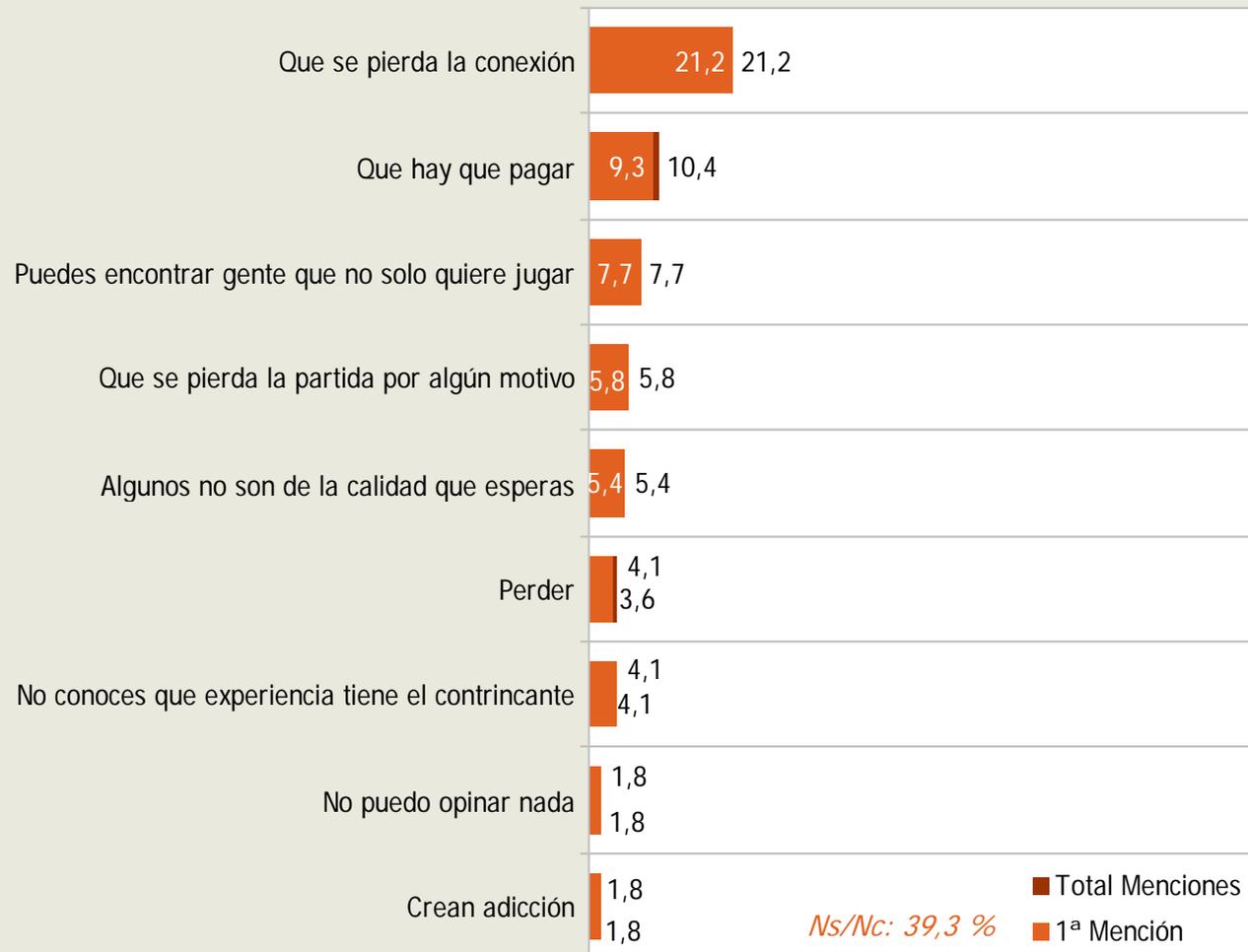
Base: Jugadores Online (n=220)

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?



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

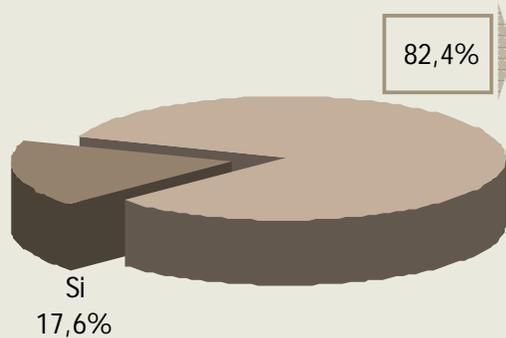
Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Frenos Y Barreras A Los Videojuegos Online

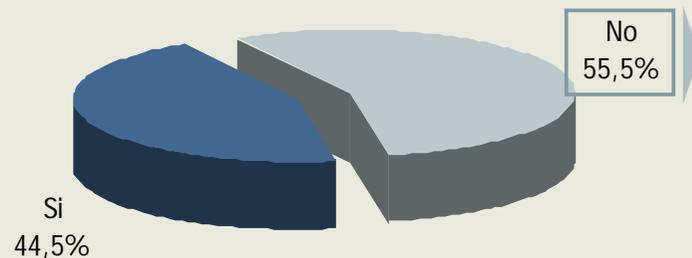
Según Plataforma

Juega con videojuegos Online

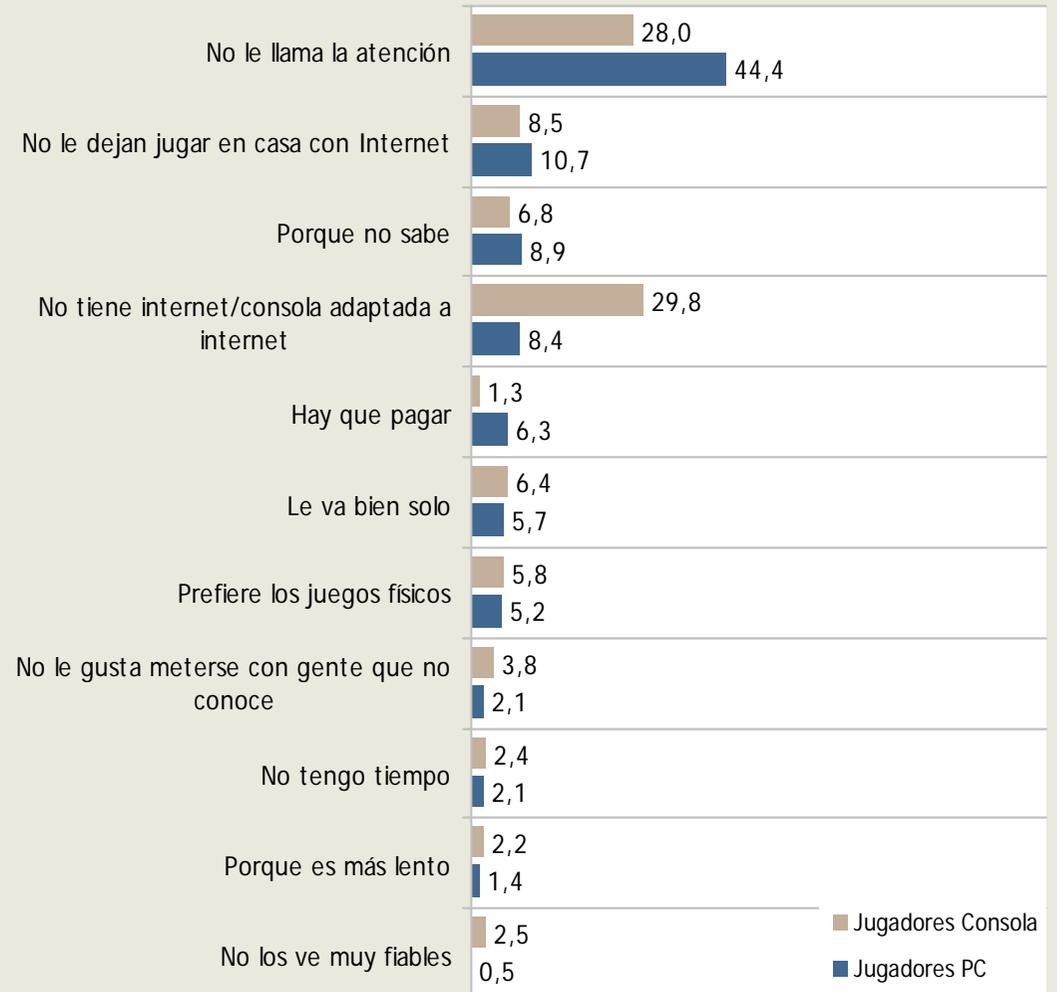
CONSOLA



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)

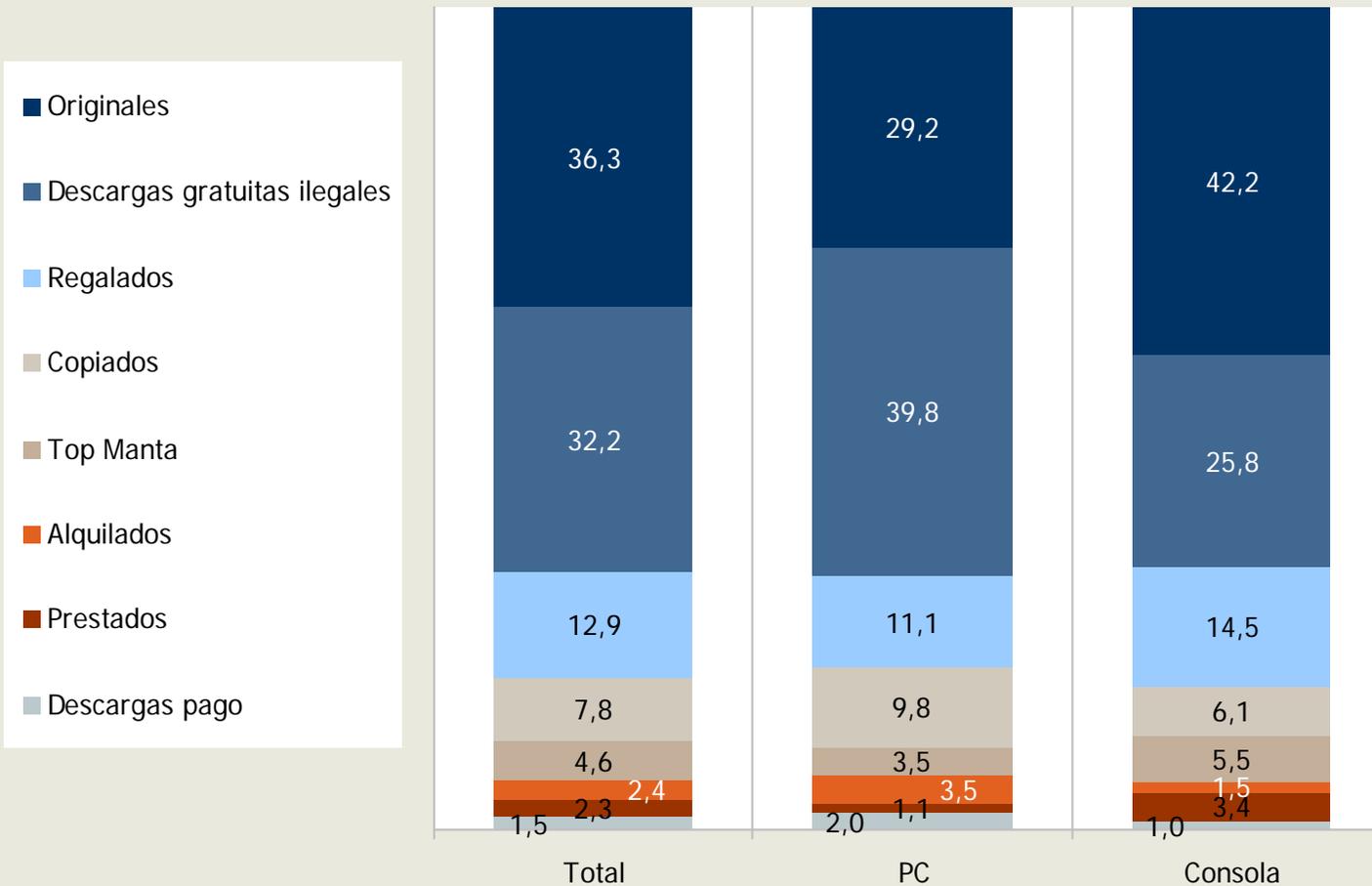
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

3. *Adquisición y/o alquiler de videojuegos*

Origen De Los Videojuegos Que Tiene En Casa

Casí la mitad del mercado de videojuegos tiene un origen pirata (descargas ilegales, top manta o copia de originales). Mayor uso de videojuegos originales en consola que en PC



Los jugadores de **CONSOLA** son los que más juegos **ORIGINALES** comprados en una tienda tienen en casa (42%).

Los jugadores de **PC** tienen la un tercio de sus juegos comprados **ORIGINALES** (29%) y el 40% **DESCARGADO GARTUTITAS**, especialmente los jugadores **ONLINE**.

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

3.2. Compra de videojuegos

Conclusiones De Importancia En La Elección De Un Videojuego

Incremento de la sensibilidad al precio por parte de los videojugadores.

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

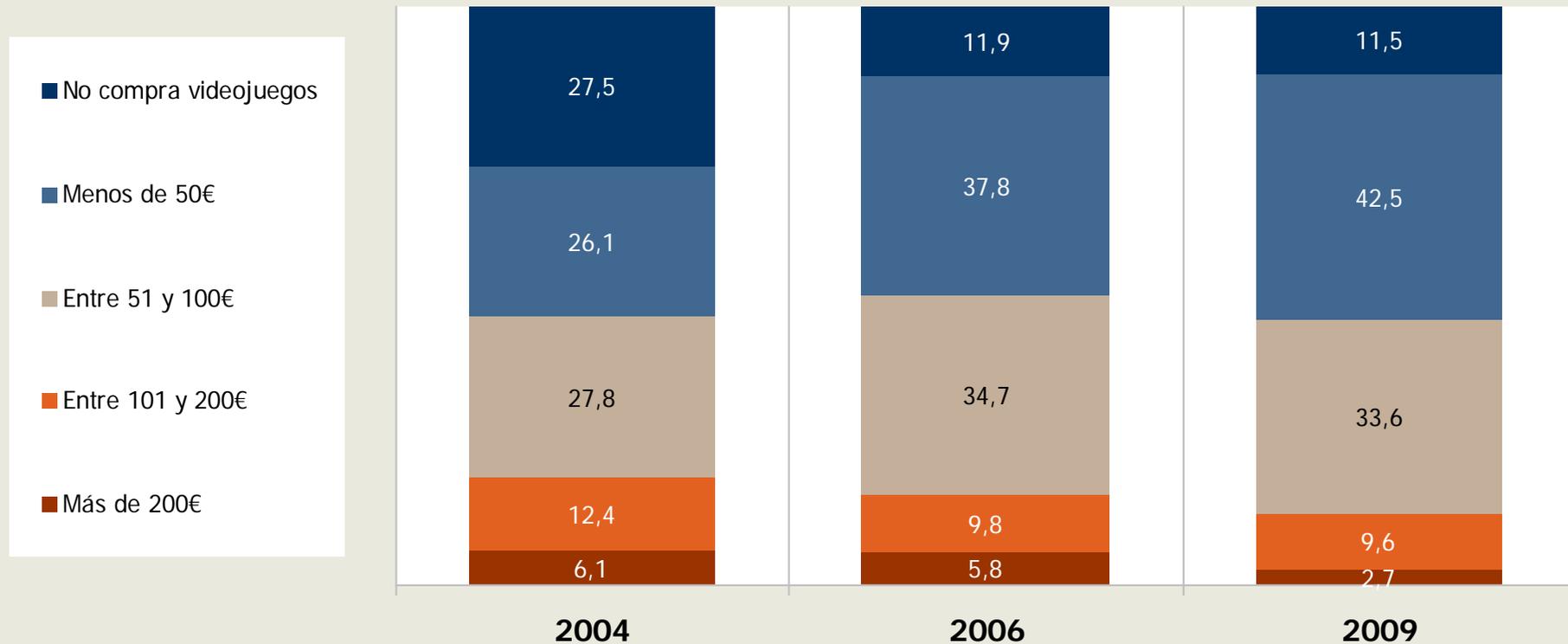
La publicidad
El fabricante del juego

Gasto Medio Al Año En Compras De Videojuegos

Comparativa 2004-2006-2009



La mayoría de los jóvenes/ adultos no se gastan más de 100€ al año en videojuegos.



Unidad: Porcentajes

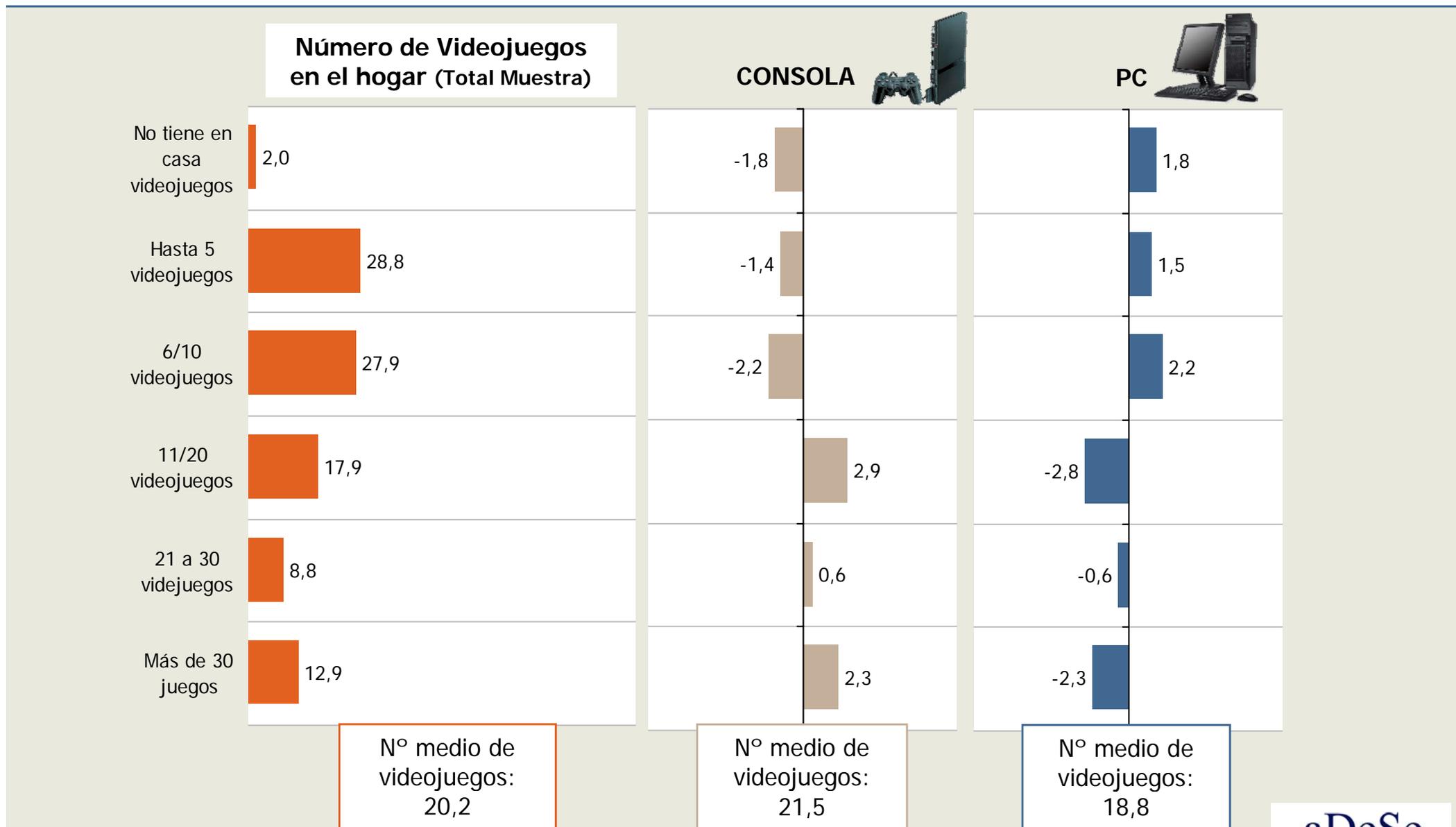
Base: Adultos que tienen videojuegos PC (n=496), contestan

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

Número De Videojuegos En El Hogar. 2009

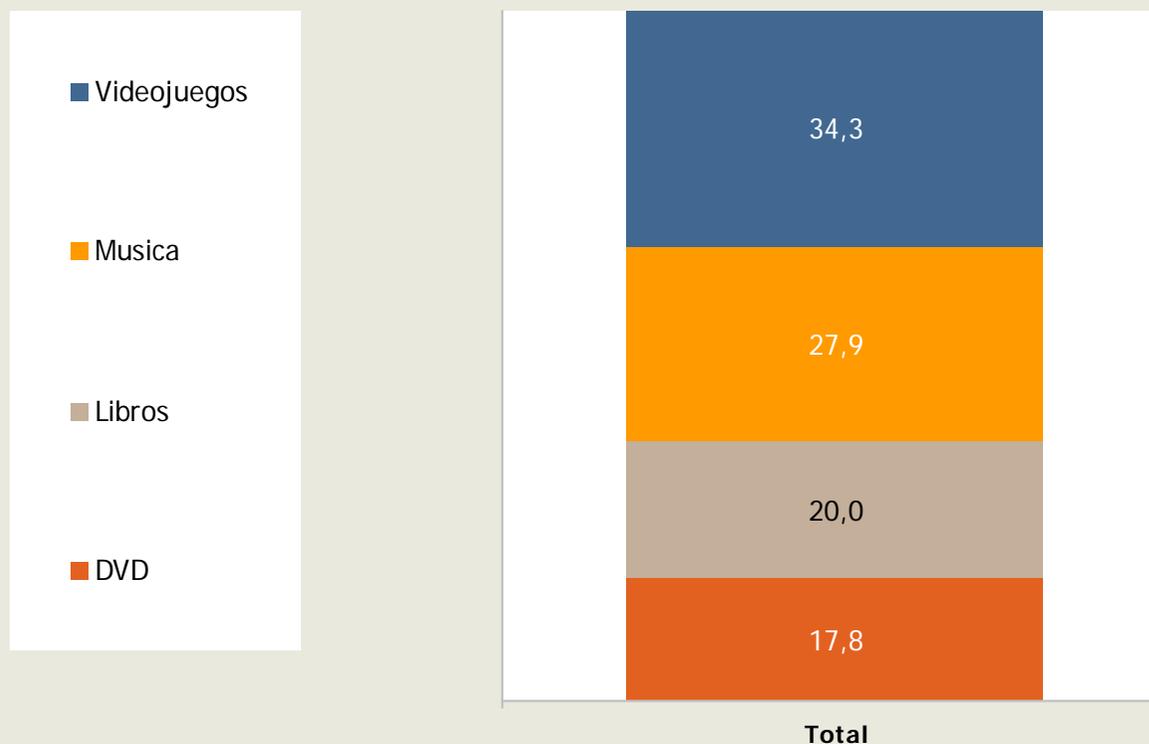


Unidad: Porcentajes

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

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

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



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

4. *Percepción de precios*

Price Sensitivity Meter para el Videojuego por plataforma

Rango precios videojuegos para PC: 23€ a 27€

Rango precios videojuegos para consolas: 28€ a 32€

Videojuegos

	PC	CONSOLA
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 pérdida de compradores es de 23,00€.

Los jugadores de Consola indican precios ligeramente superiores. Para ellos el precio "normal" y el "óptimo" 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€).

Gracias por su atención