

## Presentación de las conclusiones del Estudio aDeSe “¿Cómo será el videojuego del futuro?”

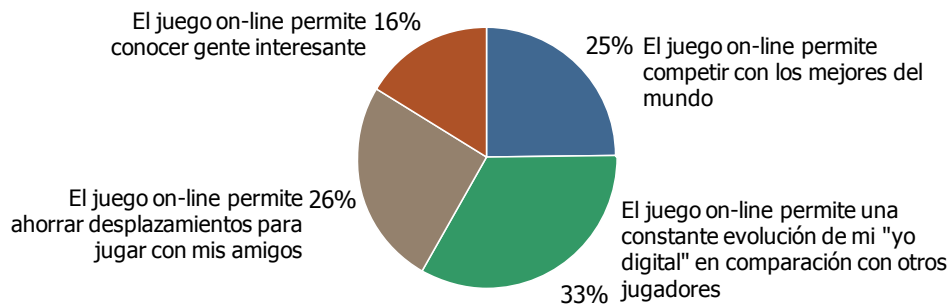
### La realidad virtual y la interactividad serán las claves del videojuego del futuro, según el 75% de los gamers españoles

- El 90% de los encuestados se imagina que en el año 2020, el videojuego se habrá extendido a todas las edades, desde los niños hasta la tercera edad
- El 72% de los videojugadores piensa que se jugará mucho más online
- Tres de cada cuatro videojugadores consideran que en 2020 existirán juegos de realidad virtual que permitirán una inmersión total en otro mundo, parecido a los descritos en películas como Avatar

**Cannes, Francia, 30 de junio de 2010.-** En los hábitos sociales de hoy, el ocio audiovisual cobra cada vez más peso. Para los gamers españoles, jugar con videojuegos es tan común como practicar deporte o salir con los amigos. El 21% reconoce jugar diariamente - 25% en el caso de los hombres, 14% en el caso de las mujeres -, frente al 12% que afirma practicar deporte a diario o el 11% que dice salir con amigos cada día. Ahora, bien, ¿seguirá esta tendencia por más tiempo? Y de ser así, ¿cómo será el videojuego del futuro?

aDeSe (asociación que integra al 90% de los editores y distribuidores de software de entretenimiento en España) ha impulsado un estudio sociodemográfico que analiza cómo se imaginan los gamers españoles que será el videojuego dentro de una década. Los resultados obtenidos, presentados en Cannes (Francia) en el marco de la Feria de editores y distribuidores de videojuegos más importante de Europa (IDEF 2010), no dejan lugar a dudas: Videojuegos sociales, interactivos, con tecnología 3D, sensoriales y online; este es el retrato robot del videojuego del mañana.

Según los resultados del estudio realizado por el instituto GfK<sup>1</sup>, el 90% de los gamers españoles se imagina que en el año 2020, jugar a videojuegos será una actividad común para todos los sectores poblacionales, desde los niños hasta la tercera edad. El 72% piensa que se jugará más online, principalmente porque permite una constante evolución de la identidad digital, competir con los mejores, ahorrar dinero en desplazamientos y conocer gente.

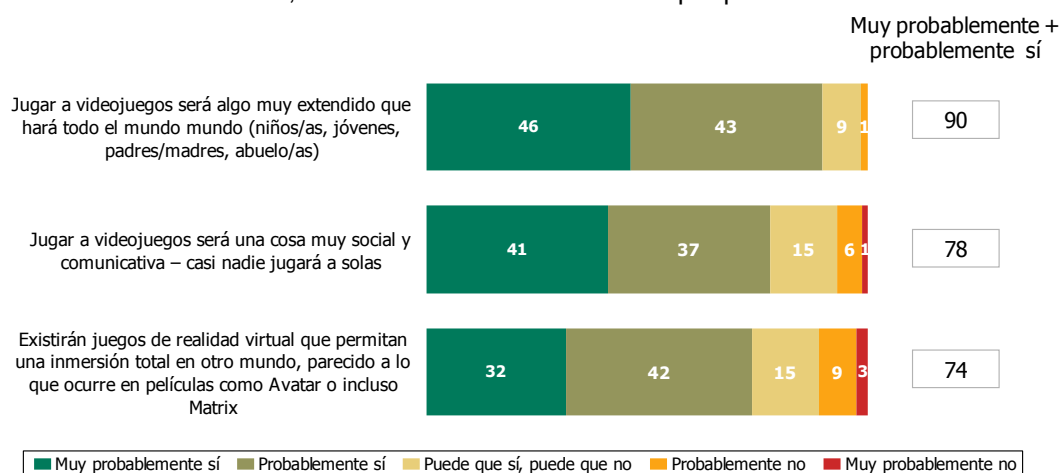


<sup>1</sup> GfK es la segunda empresa de investigación de mercados en España (ranking ANEIMO), y cuarta a nivel mundial (ranking de ESOMAR).

Casi 8 de cada 10 creen que en el año 2020, la mayoría de videojuegos tendrán un fuerte componente social. En otras palabras, auguran que se generalizará lo que hoy es el segmento de los “casual gamers”, para los que el juego es ante todo una vía de socialización y de aprendizaje. A la vez, mantienen un papel relevante las motivaciones de autosuperación y competitividad, asociadas al clásico jugador “hardcore”,

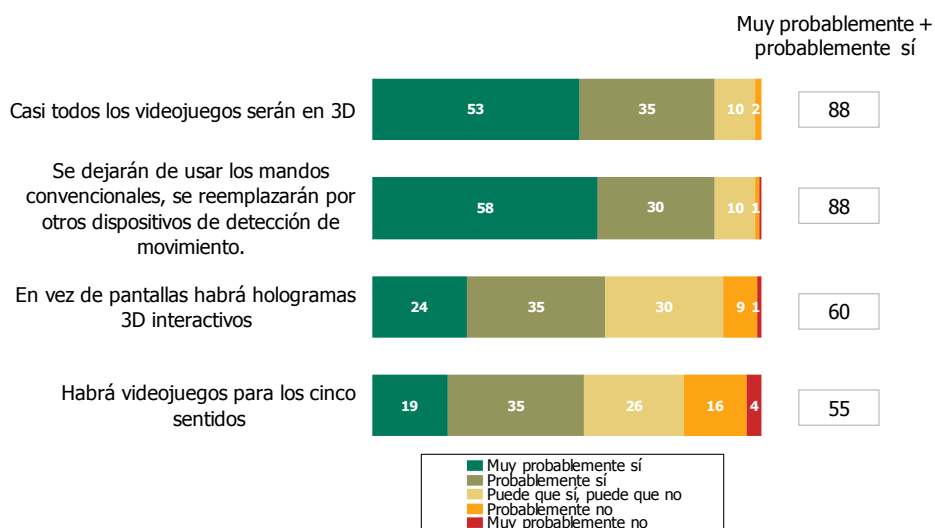
Pero, ¿cómo serán esos juegos que responderán a motivaciones tan diferentes? En los últimos años hemos sido testigos de un avance tecnológico sin precedentes. Las consolas han evolucionado y hoy en día la tecnología permite al usuario muchas más posibilidades de interacción. Es por esto, que a la hora de solicitar a los entrevistados que interpreten cómo esperan que sea tecnológicamente el videojuego del futuro, las respuestas apuntan directamente a la realidad virtual.

El 74% piensa que dentro de 10 años existirán juegos de realidad virtual que permitirán una inmersión total en otro mundo, de forma similar a las descritas por películas como Matrix o Avatar.



9 de cada 10 entrevistados cree que en 10 años, casi todos los videojuegos serán en 3D y se dejarán de usar los mandos convencionales. Además, destaca que el 60% considera que las pantallas desaparecerán para dejar paso a los hologramas interactivos.

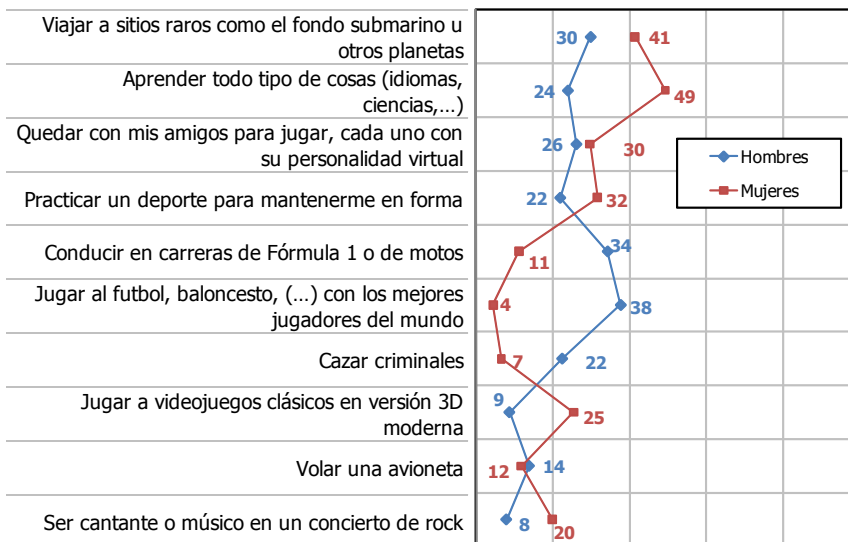
En relación a la interactividad, hasta un 55% espera que en el año 2020 los videojuegos hayan conseguido integrar tecnologías capaces de estimular los cinco sentidos. Los gamers sueñan con poder sentir, oler, saborear, ver y oír; en definitiva, el futuro está en desarrollar una experiencia 100%.



Analizando qué es lo que más atrae en la realidad virtual, encontramos que lo más estimulante para los videojugadores son las posibilidades de viajar a sitios fantásticos y de aprender cosas nuevas. En el imaginario social, especialmente en el femenino, ocupan la primera posición los juegos de simulación que permiten aprender diferentes materias (idiomas, ciencias...), seguidos de los de viajes a mundos desconocidos (cibespacio, mundo submarino),

También ocupan un lugar destacado los juegos que permiten adoptar una personalidad virtual y jugar con más gente, principalmente entre la franja de edad entre los 14 y los 24. Los juegos de habilidad también estarán presentes en el futuro. Practicar un deporte, conducir coches de carreras o jugar al fútbol seguirán estando a la orden del día en el 2020; de hecho, son los géneros que más expectativas generan entre la población masculina.

*¿Cuáles son las 3 cosas que más te gustaría hacer en un juego de realidad virtual?*



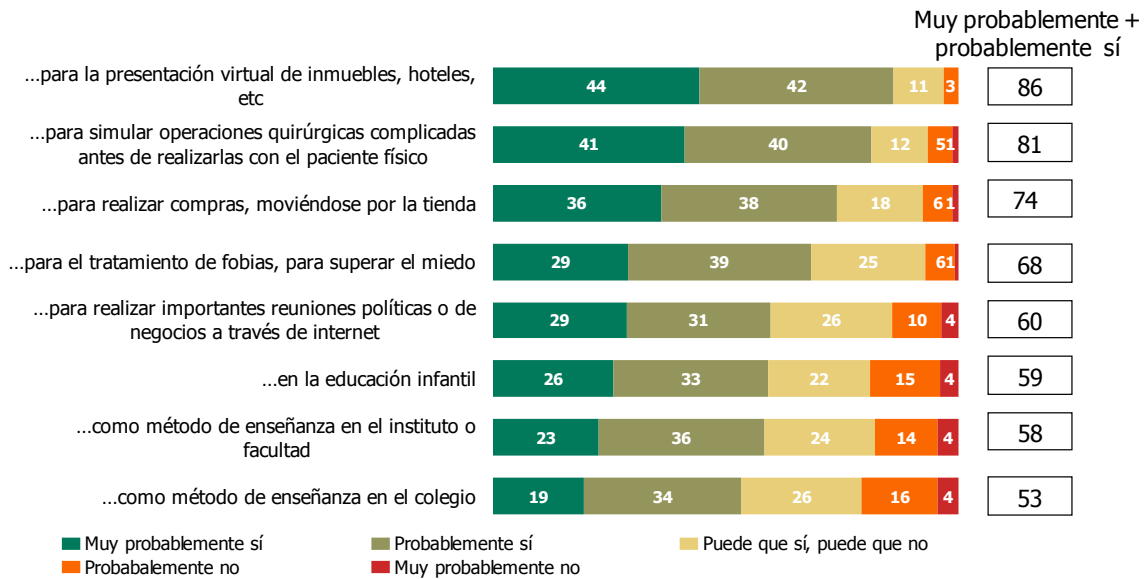
## Utilidades y usos futuros

Así mismo, resulta muy relevante para la industria el hecho de que los jugadores consultados encuentren en los videojuegos muchas posibilidades de ampliar su campo de actuación. Dentro de una década, los videojuegos habrán dejado de ser considerados instrumentos y contenidos de ocio, para tomar peso como herramienta con aplicación en otras áreas como la formación, el comercio etc.

En términos generales, cerca del 60% encuentra posible que acaben instaurándose como herramienta para estimular el aprendizaje en centros de enseñanza. También tendrán un sitio en áreas profesionales. De hecho, el 60% considera que se utilizarán en las reuniones de trabajo y hasta el 81% piensa que tendrán aplicación como técnica de enseñanza medico-quirúrgica.

# aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores  
de Software de Entretenimiento



En el análisis por segmentos, destaca que los jugadores de 35 o más años tienen las expectativas más altas respecto a la realidad virtual: se trata de una generación que vivió la evolución desde los juegos clásicos hasta la actualidad, y que proyecta un ritmo de innovación similar hacia el futuro. El 87% de ellos prevé que los videojuegos de realidad virtual se utilizarán en la enseñanza universitaria, y hasta un 78% encuentra posible su aplicación en el colegio. También resulta muy relevante el número de jugadores de más de 35 años -93%- que espera que en 2020 se utilicen para el aprendizaje en el campo médico-quirúrgico o en el campo de comercio electrónico -90%-.

## Ficha técnica

- Estudio realizado por GfK
- Fase cualitativa: 3 reuniones de grupo (RG) con jugadores, 1 RG con padres y 3 entrevistas en profundidad con expertos
- Minería de datos online, en colaboración con Buzz Research
- Fase cuantitativa: N=332 entrevistas con cuestionario auto-administrado online. Cuotas en sexo y edad (3 tramos: 14-24, 25-34, 34+), representativas para el universo. Error muestral con un nivel de confianza del 95% y suponiendo que p=q=50%: ±5.2%

## ACERCA DE aDeSe

aDeSe, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento, se constituyó en octubre de 1997 con el firme propósito de representar y contribuir al desarrollo de la industria del sector y de sus asociados.

aDeSe está integrada actualmente por 16 empresas que representan más del 90% del consumo en el mercado español.

## Gabinete de prensa de aDeSe:

Marta Frau

Rubén Pereiro

Tel: 91.577.92.72

marta.frau@cic-rp.com; ruben.pereiro@cic-rp.com