

### 3.2. Conocimiento sobre las consolas de videojuegos

Aunque entrevistemos a los hogares no usuarios de videojuegos nos interesa saber el grado de conocimiento sobre las marcas de las videoconsolas más conocidas del mercado. No se trataba más que de que le sonara algún nombre o las hubiera visto en

**NU3.** Aunque ahora, en su domicilio, no haya nadie relacionado directamente con el mundo de los videojuegos; ¿Podría decirnos si le suena (por cualquier motivo) alguna de las siguientes marcas de consolas para este tipo de entretenimientos?

	Sí	No
a) Playstation	1	2
b) Nintendo64	1	2
c) Dreamcast	1	2
d) GameBoy	1	2
e) Otras marcas	1	2

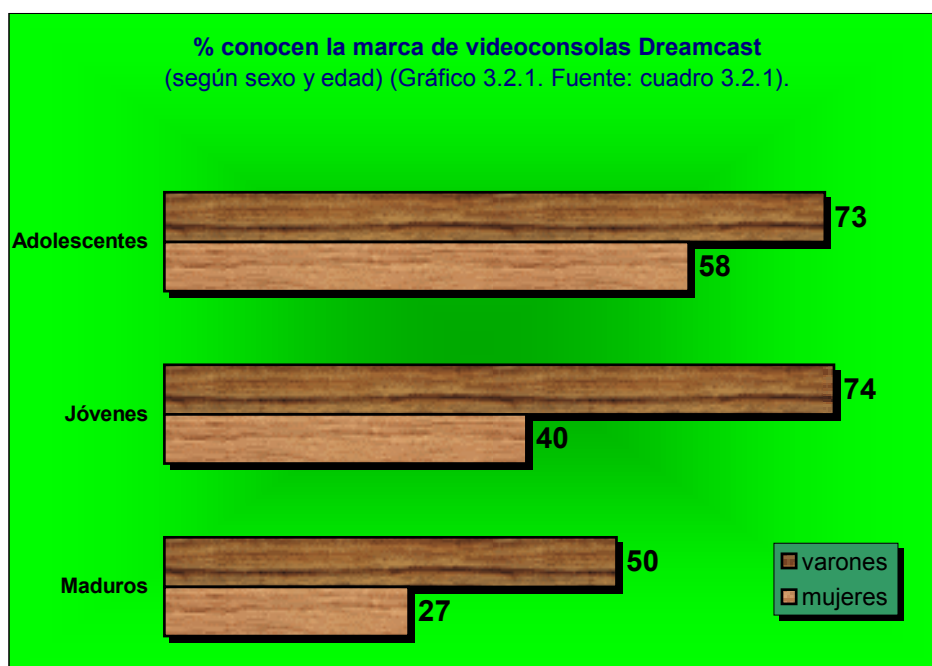
otras casas o, simplemente, anunciadas en cualquier medio. La pregunta corresponde con la NU3 del cuestionario para los hogares no usuarios de videojuegos. La respuesta sobre el conocimiento ha sido muy elevada en, al menos tres, de las cinco marcas propuestas. Veamos los resultados según el

sexo y la edad de los consultados en el [cuadro 3.2.1](#).

Más del 90% de la población consultada asegura que conoce las siguientes tres marcas de videoconsolas: **Playstation** (95%), **Gameboy** (94%) y **Nintendo 64** (93%). Las proporciones son tan elevadas que prácticamente es imposible distinguir qué tipo de personas las conocen mejor o peor. Simplemente, casi la totalidad de la muestra responde que conoce estas videoconsolas. Las razones para explicar este alto nivel de conocimiento de marca son variadas. La publicidad y otras formas de dar a conocer los productos pueden alcanzar cuotas sorprendentes, pero nunca si no se acompaña de otros esfuerzos. También es posible que la mayoría de los consultados, aunque no usen los videojuegos en la actualidad, lo haya hecho anteriormente. Otros tendrán familiares cercanos o amigos que tengan estas consolas. Los niños suelen pedir para sus regalos productos de este estilo. Lo que provoca que los padres acaben por saber sobre estos aparatos y juegos electrónicos. Además, aunque los entrevistados no los usen, es frecuente que se compren o se regalen para otras personas. En definitiva, las tres marcas arriba mencionadas son conocidas masivamente incluso por un sector de la población que no tiene contacto directo con los videojuegos.

<b>Cuadro 3.2.1.</b>		<b>% conocen cada una de las marcas de videoconsolas</b>				
Horizontales múltiples		(según sexo y edad)				
Base: hogares no usuarios		Playstation	Gameboy	Nintendo 64	Dreamcast	Otras marcas
<b>Varones</b>						
Adolescentes		94	94	96	73	C 44
Jóvenes		97	C 97	97	C 74	19
Maduros		94	88	93	50	15
<b>Mujeres</b>						
Adolescentes		C 97	96	93	C 58	C 17
Jóvenes		95	95	92	40	6
Maduras		91	92	89	27	5
<b>Total edad</b>						
Adolescentes		96	95	94	C 62	C 25
Jóvenes		96	96	94	53	11
Maduros		92	90	91	36	9
<b>Total sexo</b>						
Varones		95	93	95	C 65	C 25
Mujeres		95	95	92	44	11
<b>TOTAL</b>		<b>95</b>	<b>94</b>	<b>93</b>	<b>52</b>	<b>16</b>

C: Dato máximo más significativo de cada columna



La cuarta marca propuesta era **Dreamcast** que es reconocida por el 52% de los entrevistados. Ahora la respuesta no es tan unánime. Aunque, prácticamente, una de cada dos personas sea la media del grado de conocimiento de esta videoconsola, las diferencias que marcan el sexo y la edad son determinantes. El 65% de los varones consultados reconoce la marca **Dreamcast** frente al 44% de las mujeres. Pero esta disonancia entre ambos sexos es más abultada al inspeccionar los grupos de edad. La proporción de los que conocen el producto, para los varones, alcanza el 73% en el grupo

de los adolescentes y el 74% en el de los jóvenes. El porcentaje disminuye hasta el 50% para los varones que superan los treinta años de edad. Los resultados son inferiores en el caso de las mujeres y según los mismos grupos etáneos (58% en el caso de las adolescentes, 40% para las jóvenes y 27% para las mujeres entre 31 y 40 años). Este patrón que se dibuja sobre el conocimiento de marca es similar al que presentaban otras cuestiones de la encuesta. Aunque, en esta ocasión, las diferencias entre ambos sexos según la edad son más abultadas.

Por último, preguntábamos de manera genérica por si conocían otras marcas de videoconsolas. Tan solo el 16% de los entrevistados admite que sabe que existen otras plataformas para usar los videojuegos. De nuevo, los varones tienen un mayor conocimiento sobre este asunto que las mujeres. Además, a medida que cuentan con menos edad se refuerza este grado de conocimiento. Lo más sorprendente, quizás, sea la elevada proporción de varones adolescentes (44%) que asegura saber que existen otras marcas en el mercado. La diferencia con cualquier otro grupo de edad, en ambos sexos, es muy elevada. En cualquier caso, la pregunta acababa así y no se les pedía que especificaran el nombre de las otras videoconsolas que conocen.