

IGNIS VIEW n° 87
2015

Gaming

Gaming

En esta oportunidad se indaga sobre el mundo de los videojuegos: una industria de las más consumidas dentro del mundo de audiovisuales.

Además, se mueve independiente del contexto económico, manteniéndose siempre en alza y siendo atravesada por la innovación y los desarrollos tecnológicos.

Gracias a la aparición de nuevas plataformas de distribución permite que sea una industria de consumo cada vez mas masivo.

Es una de las más flexibles y permite que las marcas realicen diversas actividades a través con ella, desde ventas hasta generar conocimiento de marcas, actividades y promociones.

En 2013, existían 70 empresas que desarrollaban videojuegos en la Argentina produciendo un total de 85 millones de dólares anuales en volumen de facturación, y generando más de 2 mil empleos directos(1).

▶ **Industria de los Videojuegos**



Mundialmente es un mercado de más de \$80 Billones de USD

Mas de \$25 Billones de dólares es el mercado de juegos en celulares

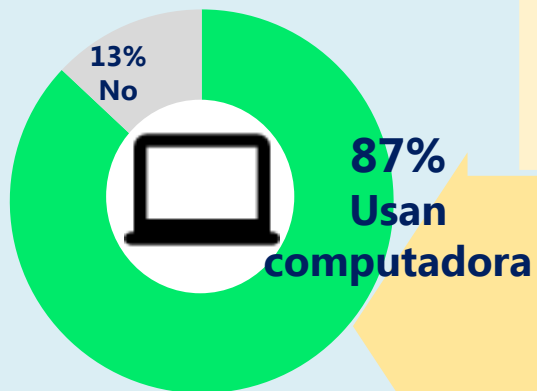
En Latam, el mercado de videojuegos es un mercado de \$1.8 Billones de USD

En Argentina, 7 de cada 10 adolescentes juegan videojuegos y mas de la mitad lo hace casi todos los días

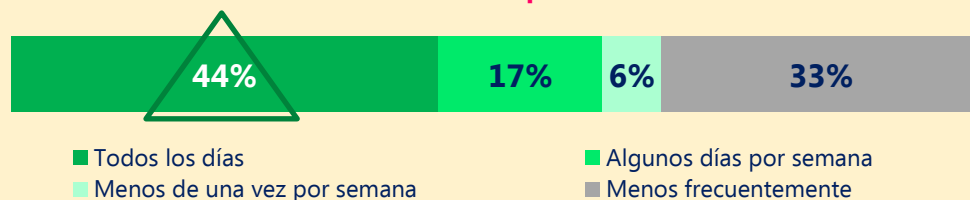
▶ Consumo de dispositivos tecnológicos

La computadora sigue siendo el principal dispositivo de uso en Argentina y el principal dispositivo a través del cual se accede a Internet

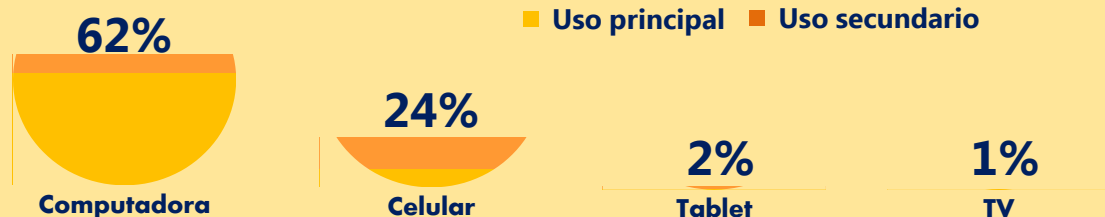
Uso de computadora en Argentina



Frecuencia de uso de computadora



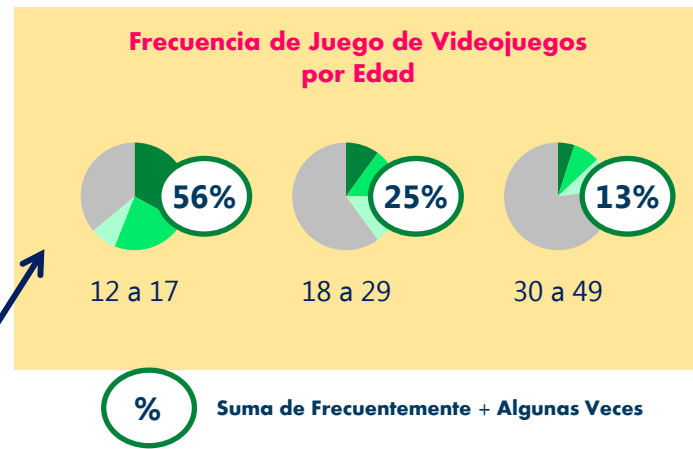
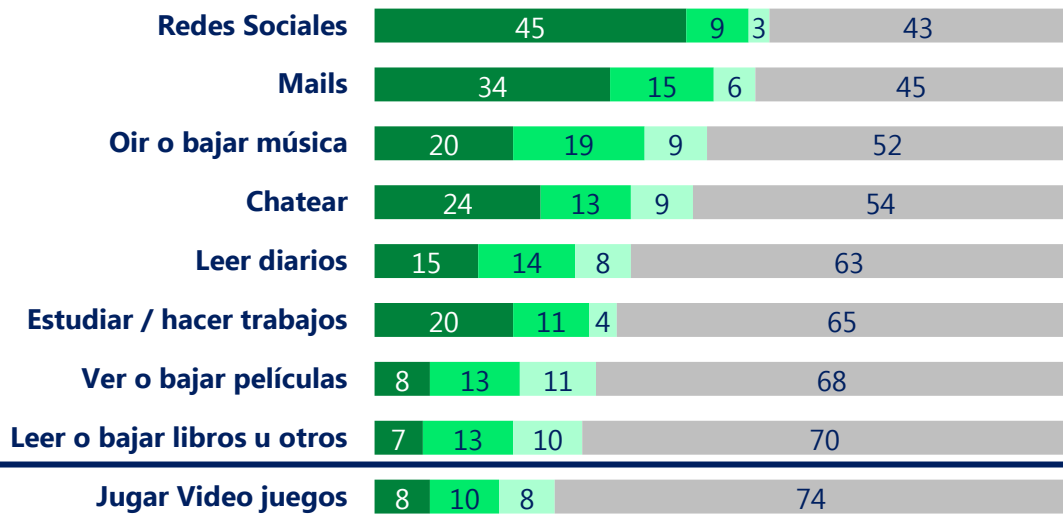
Dispositivo con el cual se conecta a Internet (principal + secundario)



▶ Actividades realizadas Online

**Las redes sociales es la principal actividad realizada Online.
Jugar video juegos se encuentra dentro del TOP10 de actividades realizadas y quienes más juegan son los más jóvenes**

■ Frecuentemente ■ Algunas veces ■ Casi nunca ■ Nunca



▶ los Videojuegos

Los juegos han sido estigmatizados históricamente como una actividad solitaria, particular de un subgrupo de personas. Actualmente los juegos están alcanzando una mayor audiencia, en parte gracias a la amplia variedad de juegos y tecnología, sumado a la aceptación social. Además del hecho de ganar, el juego posee actualmente la característica de la inmersión, quien juega, está inmerso en un mundo de fantasía.

Los juegos hoy en día ...



Permiten interactuar con otros



Es una actividad en un momento "para mí"



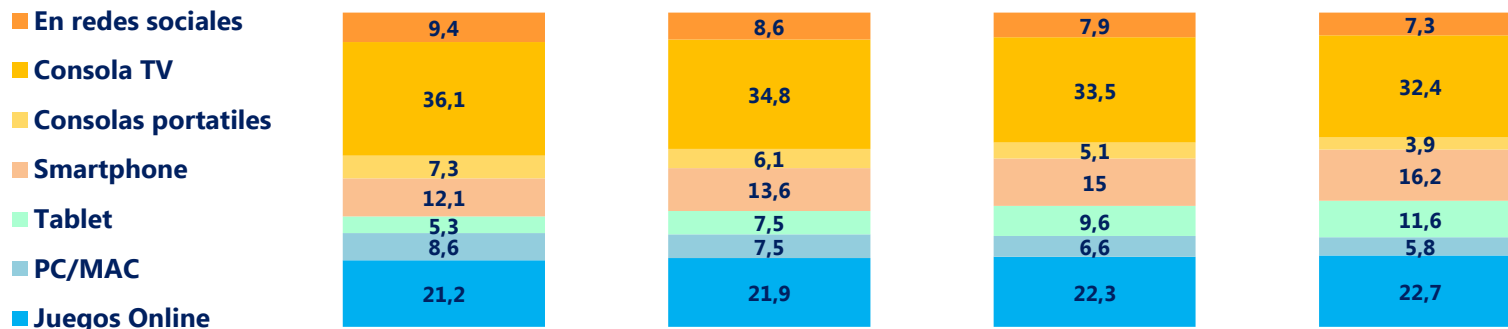
Permiten llenar el tiempo libre



Es una actividad al viajar

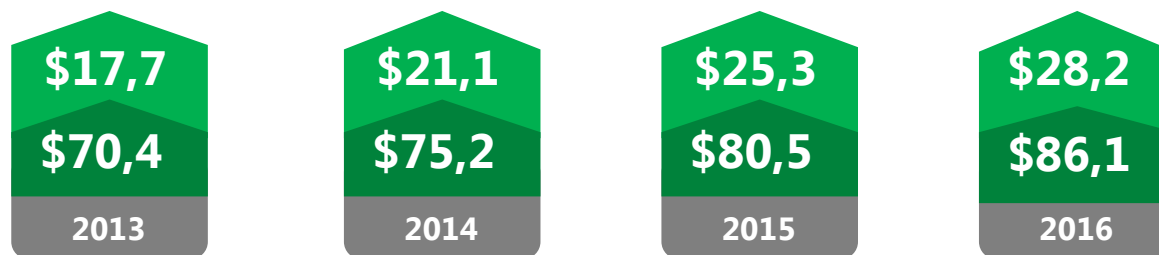
los Videojuegos en números

Las consolas de TV y los juegos online son los mas elegidos en el mundo.



En celulares

Total



Revenue de videojuegos en Billones de dólares

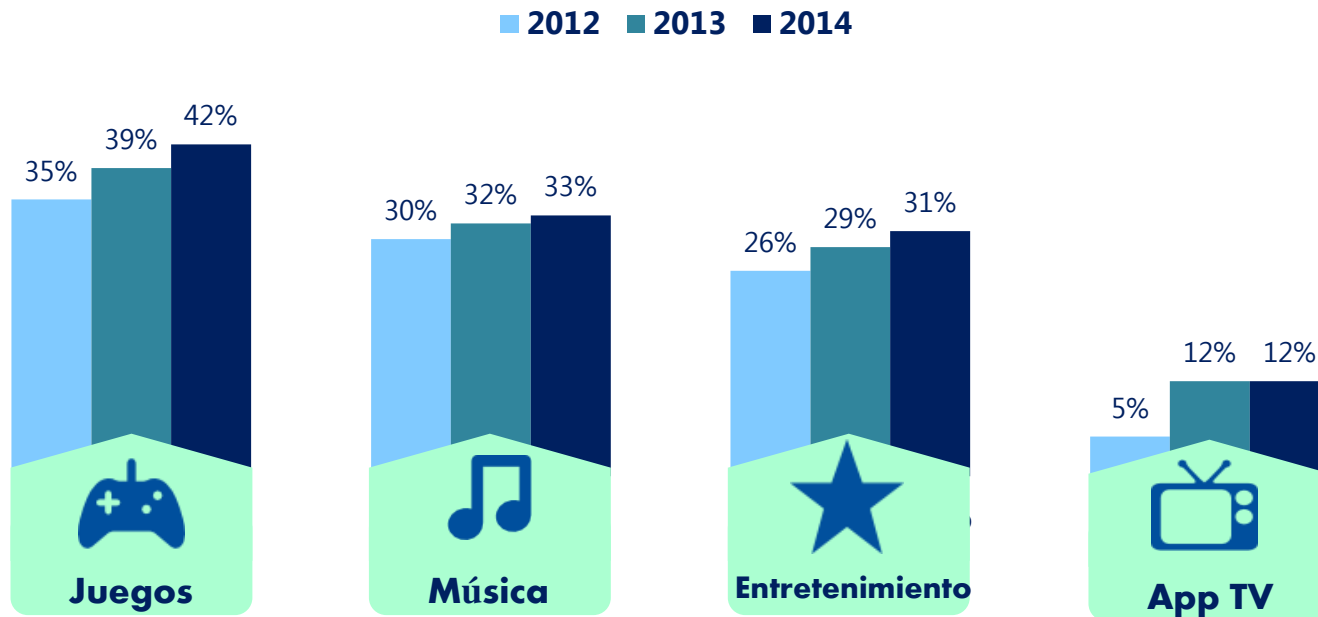
Fuente: Newzoo, 2013 Global Games Market Report

<http://www.superdataresearch.com/market-data/mobile-games-market/>

* Datos de revenue celulares 2014, 2015 y 2016 son datos estimados

► Aplicaciones y Videojuegos en el mundo

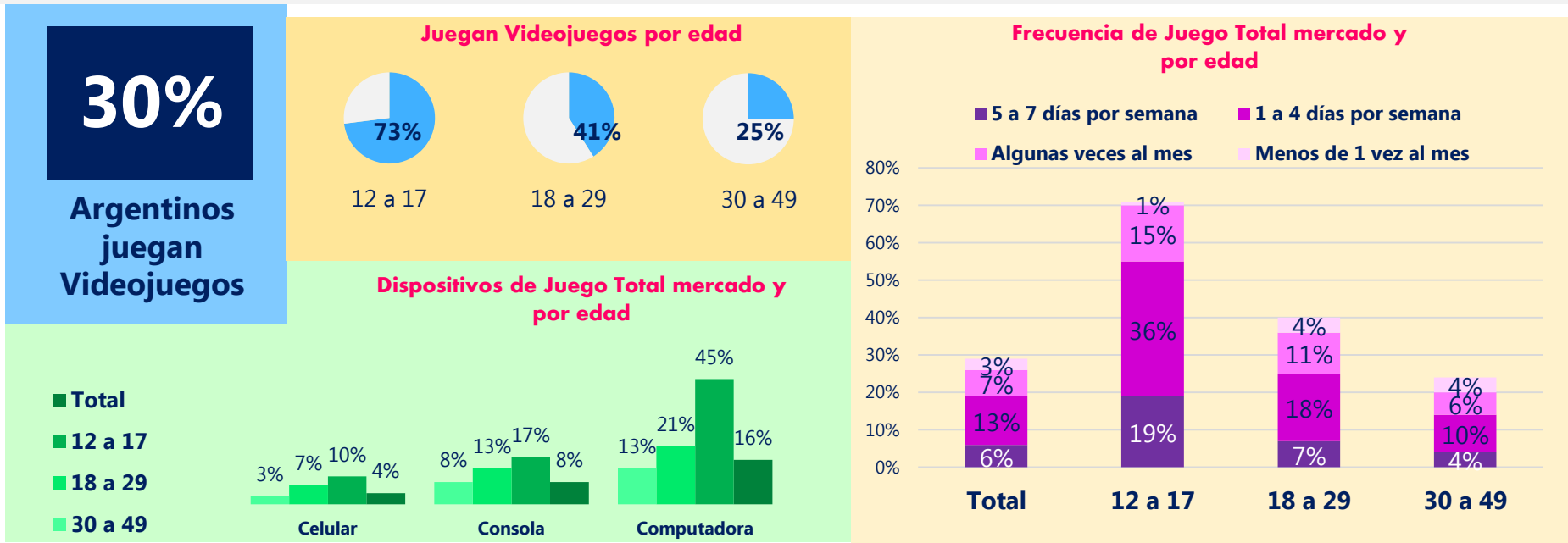
La descarga de aplicaciones de Juegos son las que lideran las descargas en el mundo y continúan creciendo año a año



Fuente: <https://www.globalwebindex.net/blog/growing-numbers-using-gaming-music-and-tv-apps>

Características de la Industria de videojuegos en Argentina

7 de cada 10 argentinos adolescentes juegan videojuegos, con una frecuencia de varias veces por semana y acceden principalmente a través de la computadora.



▶ los Adolescentes

Mundialmente, 6 de cada 10 adolescentes pagan por contenidos y principalmente pagan por contenidos relacionados a Juegos Online y para Celulares

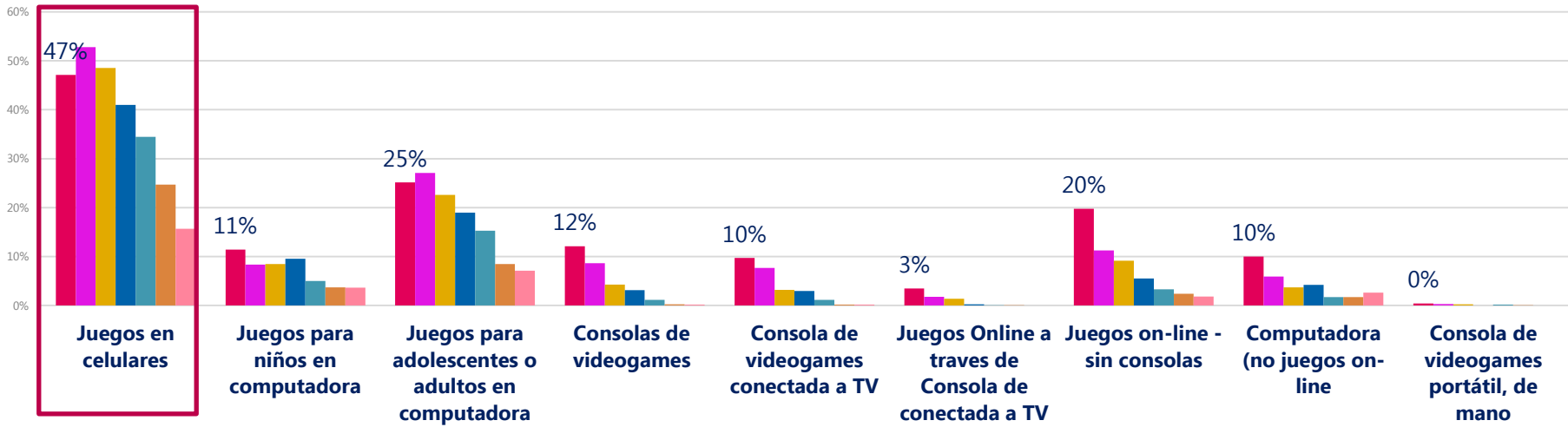


Tipos de Juegos según dispositivo en Argentina

Los Juegos en Celulares son lo más utilizado en Argentina.

Los usuarios más jóvenes son los que más los utilizan, en convivencia con otros dispositivos, principalmente computadoras y consolas

■ 12 - 19 ■ 20 - 24 ■ 25 - 34 ■ 35 - 44 ■ 45 - 54 ■ 55 - 64 ■ 65 - 75



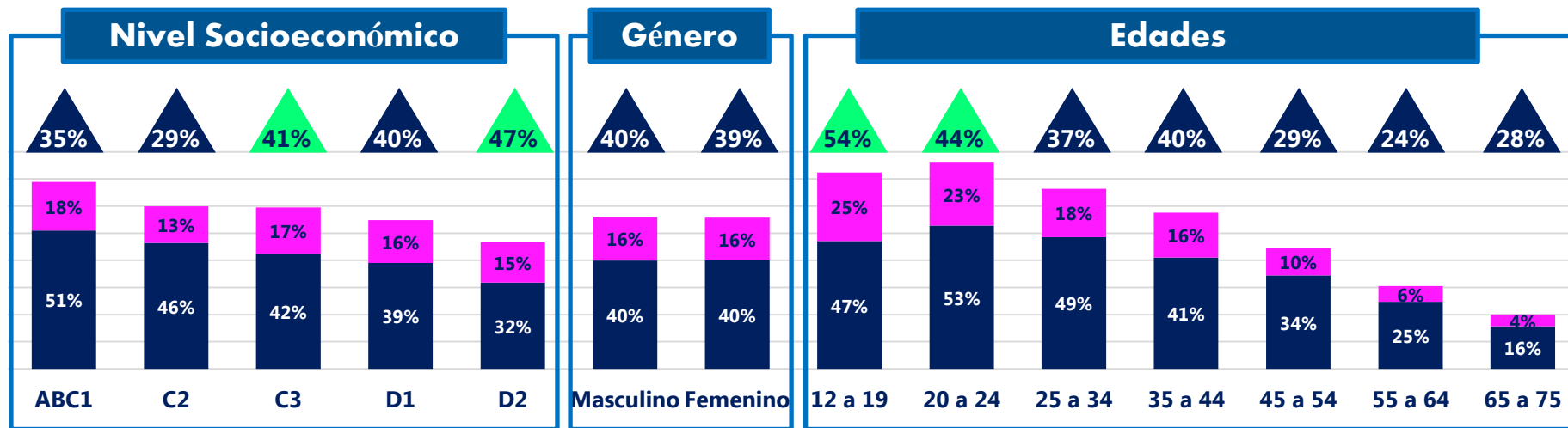
Fuente: TGI ARG 10000, 2013 Ola 2(a+b) + 2014 Ola 1(a+b), (Ago13-Jul14), Ola 29 (A+ B) + Ola 30 (A+ B) - Personas

Juegos en Celulares

Los más jóvenes y los usuarios de niveles económicos más bajos son los que más utilizan los juegos en celulares.

Sin embargo, son los usuarios de niveles más altos los que más poseen juegos en estos dispositivos.

■ Tienen juegos en el celular ■ Juegan juegos en el celular



Fuente: TGI ARG 10000, 2013 Ola 2(a+b) + 2014 Ola 1(a+b), (Ago13-Jul14), Ola 29 (A+ B) + Ola 30 (A+ B) - Personas

▲ Tasa de Conversión de posesión a uso de juegos en celulares

▶ los juegos en números



Preguntados, un caso de éxito argentino

Máximo Cavazzani fundó Etermax en 2009 y en 2013 lanzó *Preguntados* un juego trivia de preguntas y respuestas que en 2014 contaba con **diez millones** de usuarios activos por día y **500 mil** descargas diarias.



En Estados Unidos, el juego fue descargado más de 130 millones de veces.

En la tienda de aplicaciones de Apple durante el 2013 fue la descarga gratuita más popular durante 66 días corridos, superando a Facebook Messenger, YouTube y Snapchat.

La fiebre del Candy Crush



El éxito de Candy Crush surgió en abril de 2012 y en 2013 el juego contaba con **100 millones** de jugadores diarios y generaba más de **26 mil millones** de partidas por mes en Facebook.



Ambos juegos estuvieron disponibles para distintas plataformas y fueron de descarga gratuita para cualquier usuario



▶ Gamification, una tendencia global

Es un término que se refiere a la utilización de Juegos a otras áreas de la vida cotidiana. Por ejemplo, la aplicación de Foursquare permite que los usuarios ganen puntos y compita con otros usuarios por premios y beneficios.

Marketing



Beneficios



Viralización



Ventas

Otras áreas



Educación



Capacitación
Laboral



Desarrollo
Personal

Actualmente son las marcas las que mas están explotando los juegos a través de acciones de marketing para incrementar ventas o generar awareness.

A su vez, el uso de juegos en otras áreas tiene mucho potencial como por ejemplo en educación o capacitación laboral

Resumiendo...

La industria de los videojuegos es una de las más consumidas dentro de la categoría de audiovisuales.

Es una industria que se mueve con parámetros propios y esquivada a los vaivenes económicos.

Su uso es cada vez más masivo y se introduce en la vida cotidiana diaria de los consumidores como una actividad que realizan comúnmente.

Gracias a la aparición de nuevas plataformas masivas e interconectada permite que las marcas utilicen los videojuegos para conectarse con los consumidores.

Actualmente son los más jóvenes quienes más juegan videojuegos, dedicándoles mayor cantidad de horas que los adultos.

Como señalamos, la industria de los videojuegos posee mucho potencial para su uso en diversas áreas, gracias a su aceptación y uso cada vez más masivo



IGNIS

MEDIOS & COMUNICACION

Por consultas dirigirse a:

Área de Recursos Estratégicos

info@ignis-arg.com

Newsletters anteriores en: <http://www.ignis-arg.com/category/ignis-view/>



Ignis Medios & Comunicación
Av. Juan B. Justo 637 – 9 Piso, TE 4779-7900
Buenos Aires- Argentina
<http://www.ignis-arg.com>