

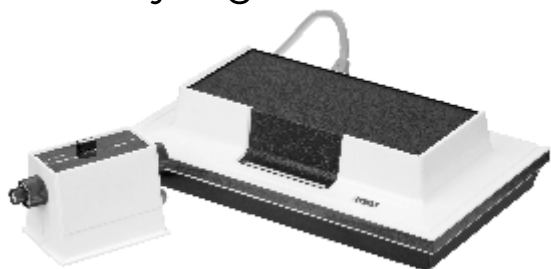
KANTAR IBOPE MEDIA

Data Stories
Información actual sobre
Gaming



KANTAR IBOPE MEDIA

La primera consola de videojuegos de videojuegos



En 1972 sale al mercado La Magnavox Odyssey, la primera consola de video juegos, que venía equipada con una versión rudimentaria de ping pong.

El éxito de esta consola en un inicio fue moderado y nadie se imaginaba que décadas después el gaming no sólo sería un término, sino que sería toda una industria apalancada por los desarrollos tecnológicos en gráficos realistas y la posibilidad de jugar con usuarios alrededor del mundo gracias al internet.



El 54%

de las personas encuestadas juega videojuegos.

Generación Z

La generación Z se refiere a las personas nacidas entre 1995 y 2010, su principal característica es que son nativos digitales, porque crecieron en la era del internet y no pueden recordar la primera vez que vieron un computador, un celular o se conectaron a la red.

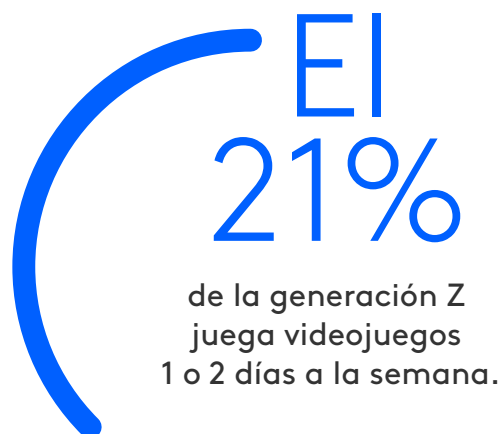
En nuestro Estudio Target Group Index Digital View CO 2022 – R1. Kantar Ibope Media, encontramos unos hallazgos muy interesantes sobre el gaming.

1995

2010

NATIVOS DIGITALES

Frecuencia de juego
de la generación Z



Dispositivos en los cuales
la generación Z prefiere jugar



Smartphones
60%



Computadores
26%



Consolas
20%

Realidad **VS** Realidad Virtual

14% de las personas de la generación Z
juega para alejarse del mundo real.





¡Los géneros de juegos preferidos de la generación Z!

36%
ACCIÓN

27%
AVENTURA

21%
ESTRATEGIA

La calidad de las gráficas y la realidad que transmite el juego es un elemento fundamental.

35%

de las personas de la generación Z considera que la calidad de la gráfica y el realismo son las principales razones por las cuales juegan videojuegos.



El gaming monetiza

El gaming monetiza no sólo por medio de las consolas y juegos que se venden físicos o en línea, sino también por los diferentes gadgets que se pueden adquirir para optimizar o mejorar la experiencia.

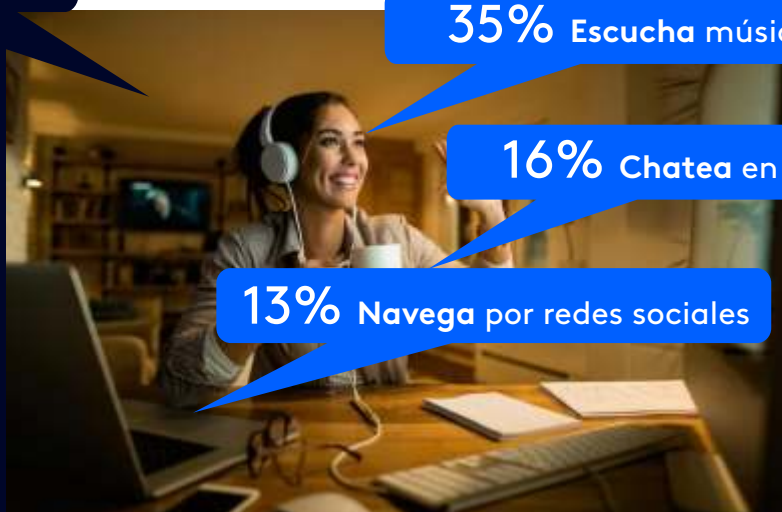


El 19%

de las personas de la generación Z hace una compra adicional con el fin de progresar más rápido o desbloquear más contenido dentro del juego.

¡Multitask!

La era multipantallas definitivamente ha cambiado la forma en la cual consumimos contenidos, porque ahora el consumo es transmedia y frente al gaming la generación Z lo hace de esta manera:



35% Escucha música

16% Chatea en línea

13% Navega por redes sociales



KANTAR IBOPE MEDIA

En Kantar IBOPE Media tenemos soluciones para entender el comportamiento alrededor del consumo en plataformas y entornos digitales como los de

E- COMMERCE, GAMING Y STREAMING,

proporcionando un estudio basado en las opiniones y actitudes de las personas que permitirá fortalecer el perfilamiento de los públicos objetivos.

Para conocer más acerca de Target Group Index Digital View y dar solución a las necesidades específicas de cada mercado, podemos ponernos en contacto contigo a través del correo:

notificaciones.colombia@kantariopemedia.com

