



Let's Play 2022

Informe mercado español de eSports & Videojuegos

01 | Target español (1/5)

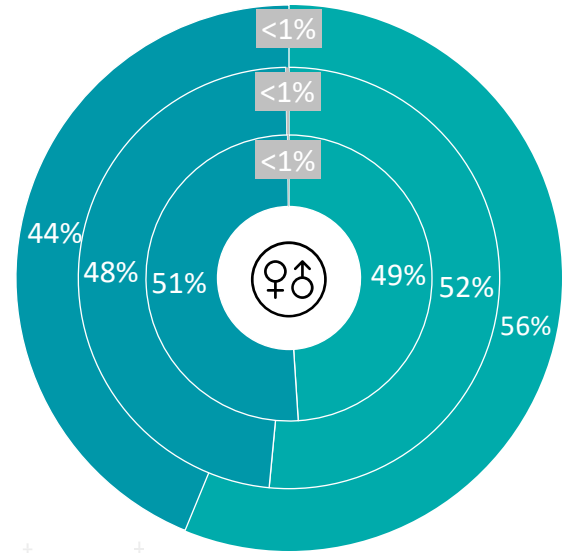
Los consumidores de eSports son predominantemente hombres y jóvenes en comparación con los gamers. Pertenecen a grupos de ingresos bastante altos en relación a la población en general.



Distribución por género

Consumidores de eSports (círculo exterior)
vs. gamers (círculo central)
vs. muestra general (círculo interno)

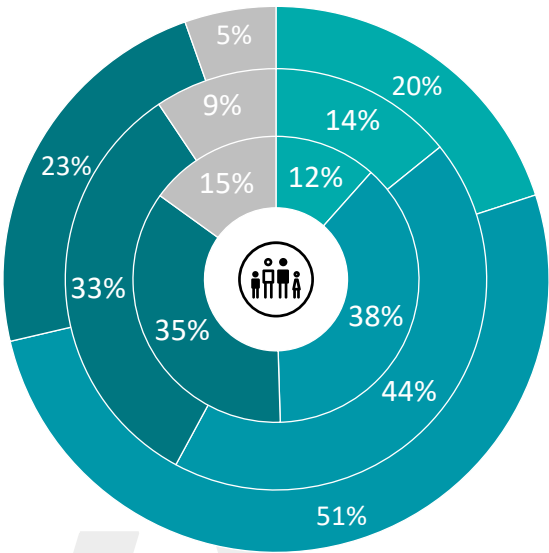
Mujeres Hombres Otros



Distribución por edades

Consumidores de eSports (círculo exterior)
vs. gamers (círculo central)
vs. muestra general (círculo interno)

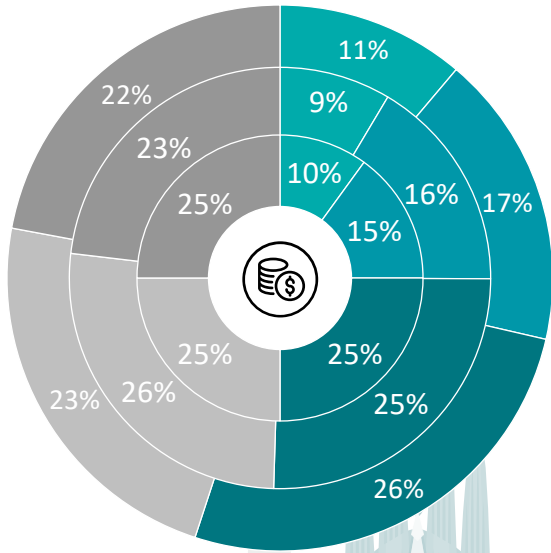
16-24 (Generación Z) 42-56 (Generación X)
25-41 (Millennials) 57+ (Baby Boomers)



Distribución del ingreso

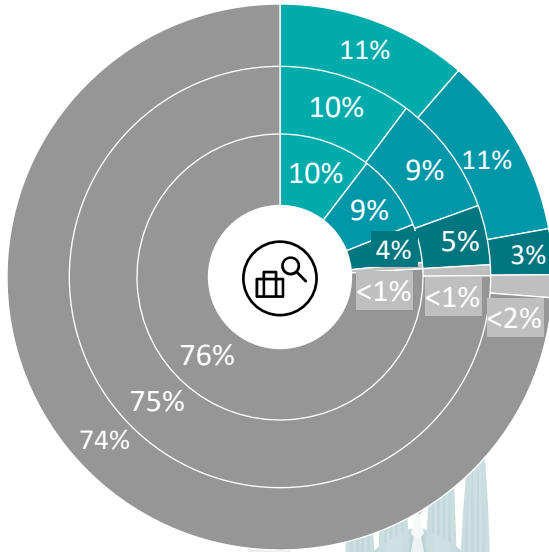
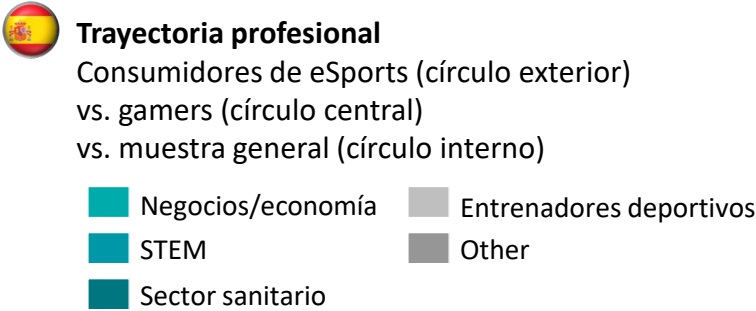
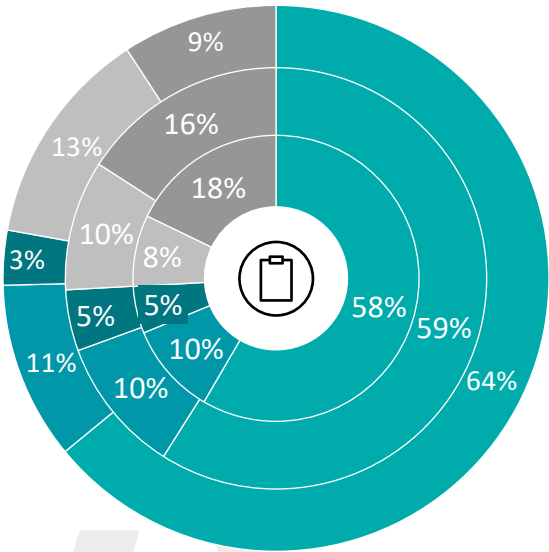
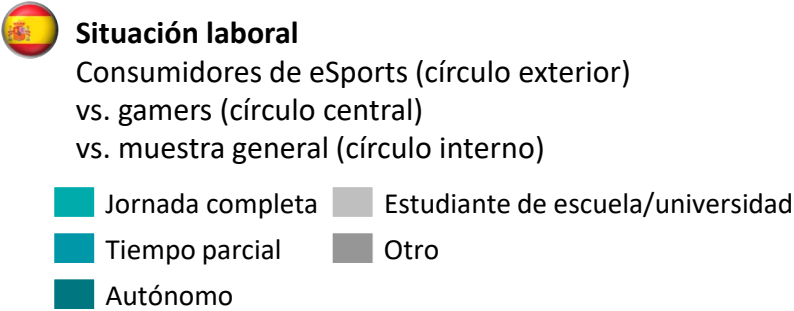
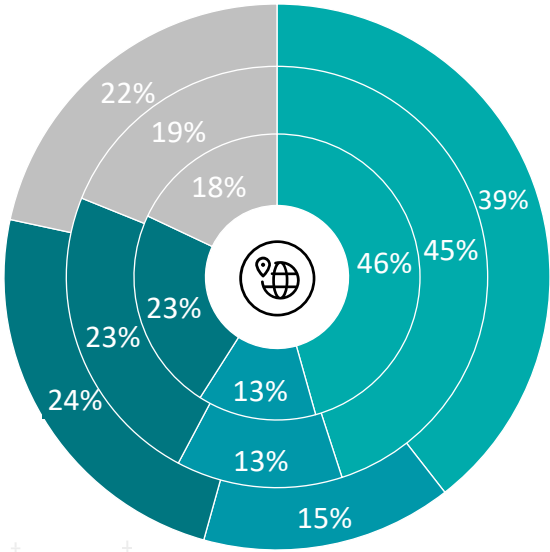
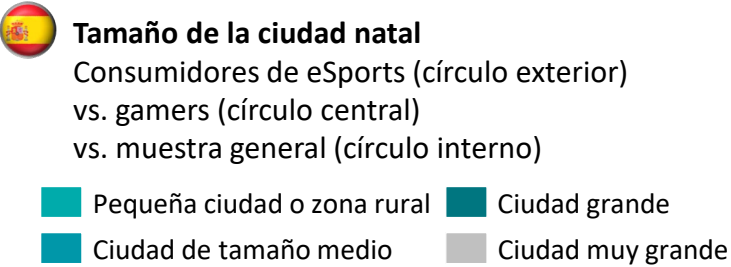
Consumidores de eSports (círculo exterior)
vs. gamers (círculo central)
vs. muestra general (círculo interno)

Top-10% 26-50% 25% más bajo
Top-11-25% 51-75%



01 | Target español (2/5)

Los consumidores de eSports tienden a ser de ciudades más grandes y, con mayor frecuencia que los gamers, empleados a tiempo completo. Habitualmente, tienen más experiencia en negocios/economía y STEM que los gamers y la muestra general.



01 | Target español (3/5)

Los consumidores de eSports tienden a usar servicios de suscripción gratuitos y de pago con regularidad. Ven deportes profesionales y asisten a eventos en vivo con relativa frecuencia en comparación con los gamers y la muestra general.

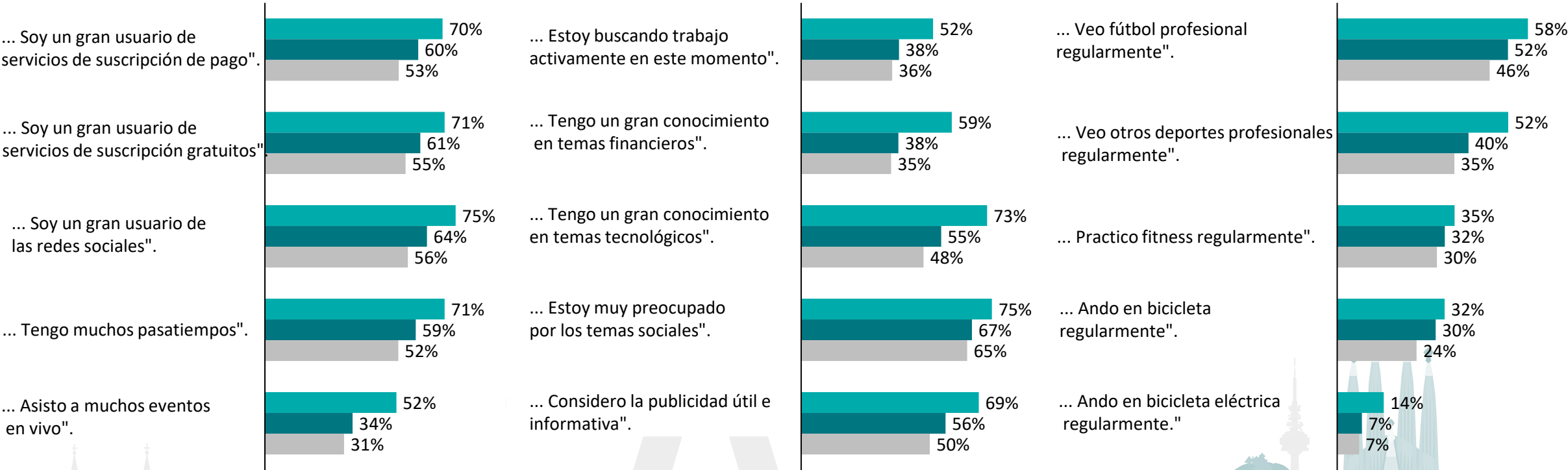


Distribución de las características seleccionadas entre el grupo destinatario

Consumidores de eSports vs. Gamers vs. Muestra general

Consumidores de eSports Gamers Muestra general

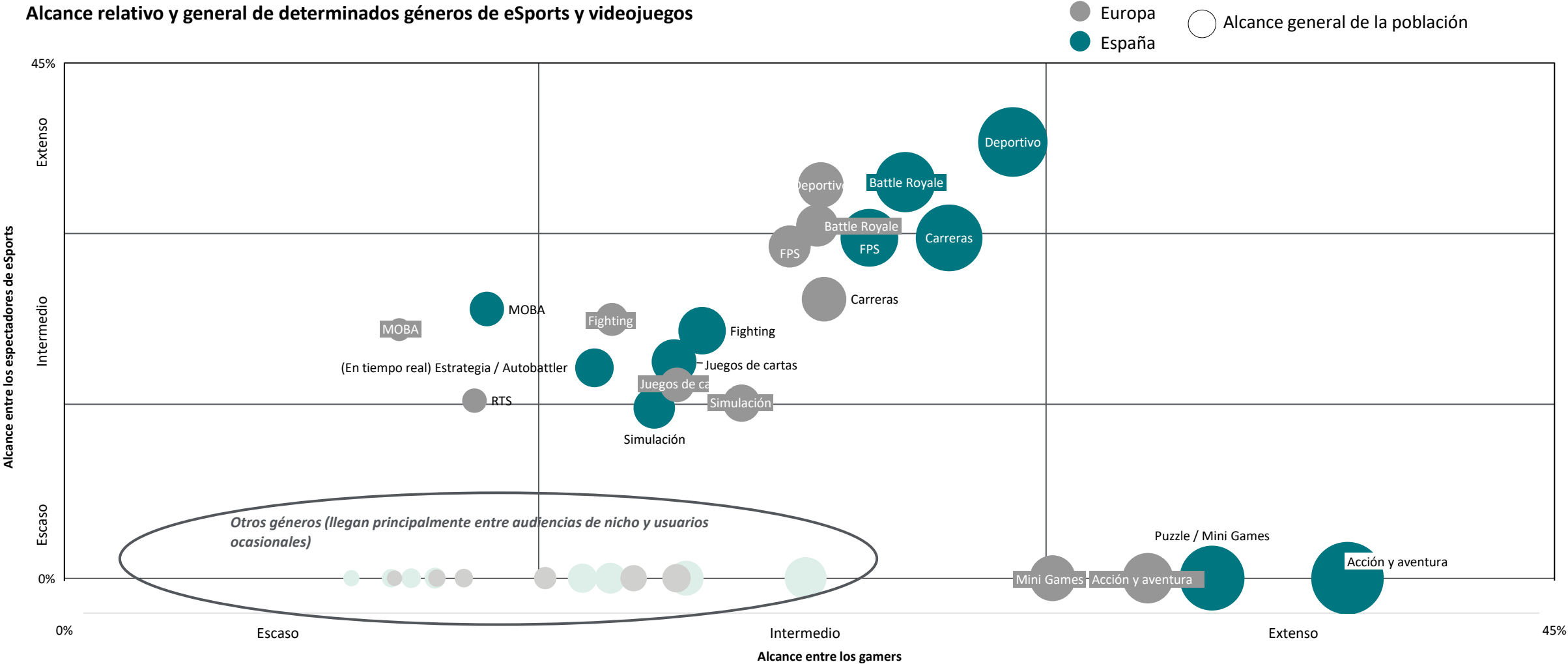
“Yo...



01 | Target español: oportunidades de negocio en videojuegos y deportes electrónicos (4/5)

Battle Royale, FPS, Racing y Sports pertenecen a los géneros de eSports que tienen el mayor alcance entre los consumidores y los gamers, tanto en España como en Europa en general.

Alcance relativo y general de determinados géneros de eSports y videojuegos



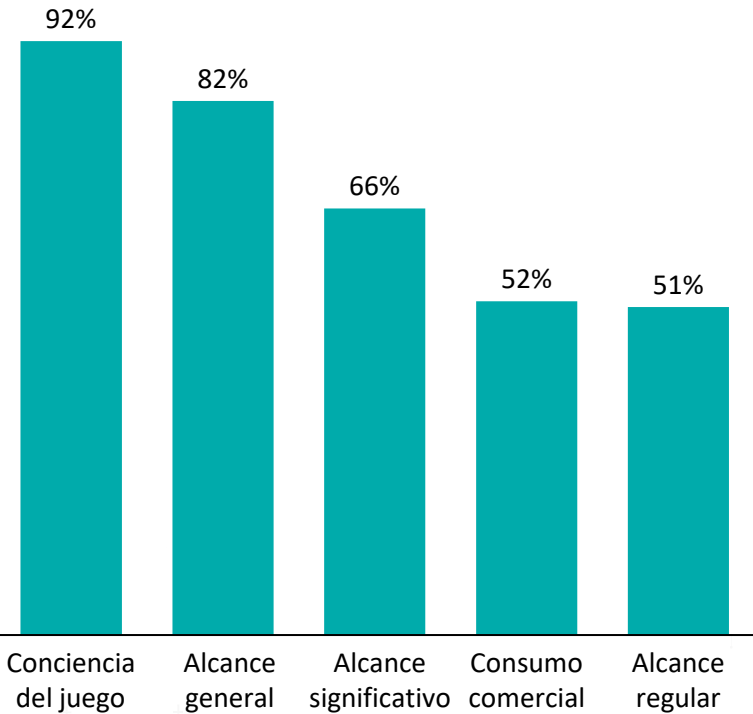
1) Algunos géneros de videojuegos no tienen una escena de eSports relevante y, por lo tanto, tienen un alcance de eSports del 0%
Fuente: Análisis de Deloitte

02 | Videojuegos en España (1/2)

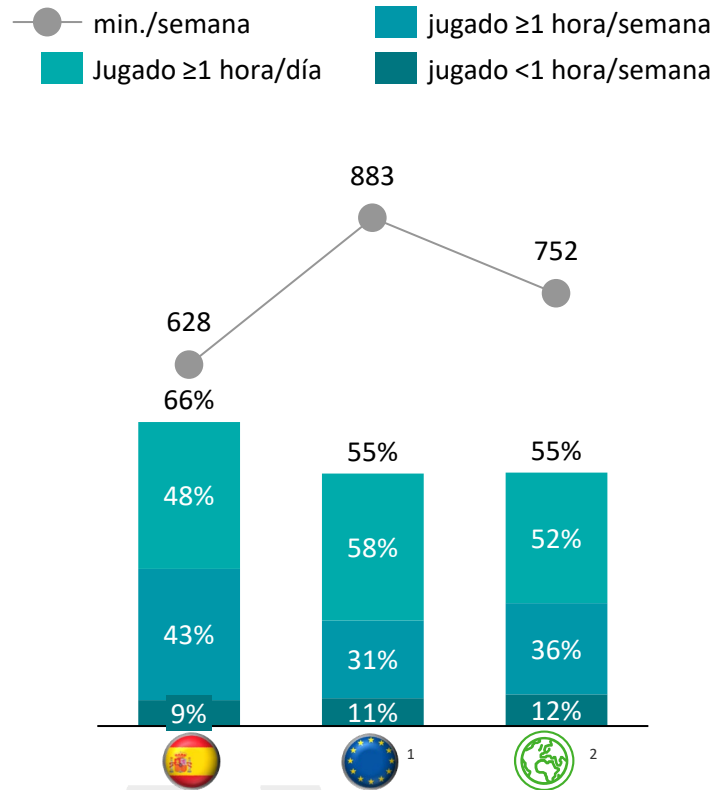
Mientras que el 92% de los españoles conoce los videojuegos, el 52% lo consume comercialmente. Los números de gasto mensual relacionados con los videojuegos ascienden a 23€ por persona en promedio.



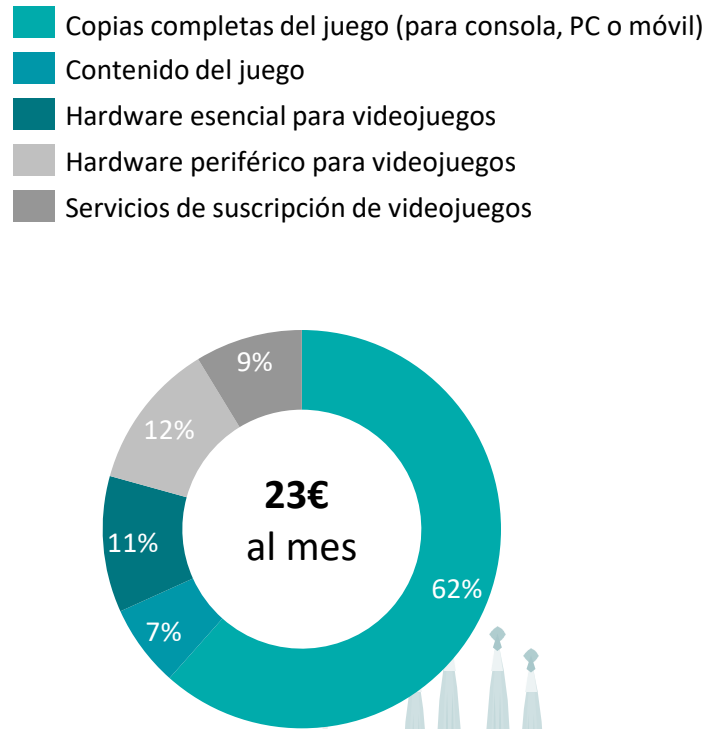
Grado de madurez de los videojuegos en 2022
% de españoles a los que se aplican las siguientes categorías



Tiempo de consumo semanal de videojuegos
Entre españoles en los últimos 6 meses



Gasto mensual relacionado con los videojuegos (distribución)
entre los gamers españoles en los últimos 6 meses

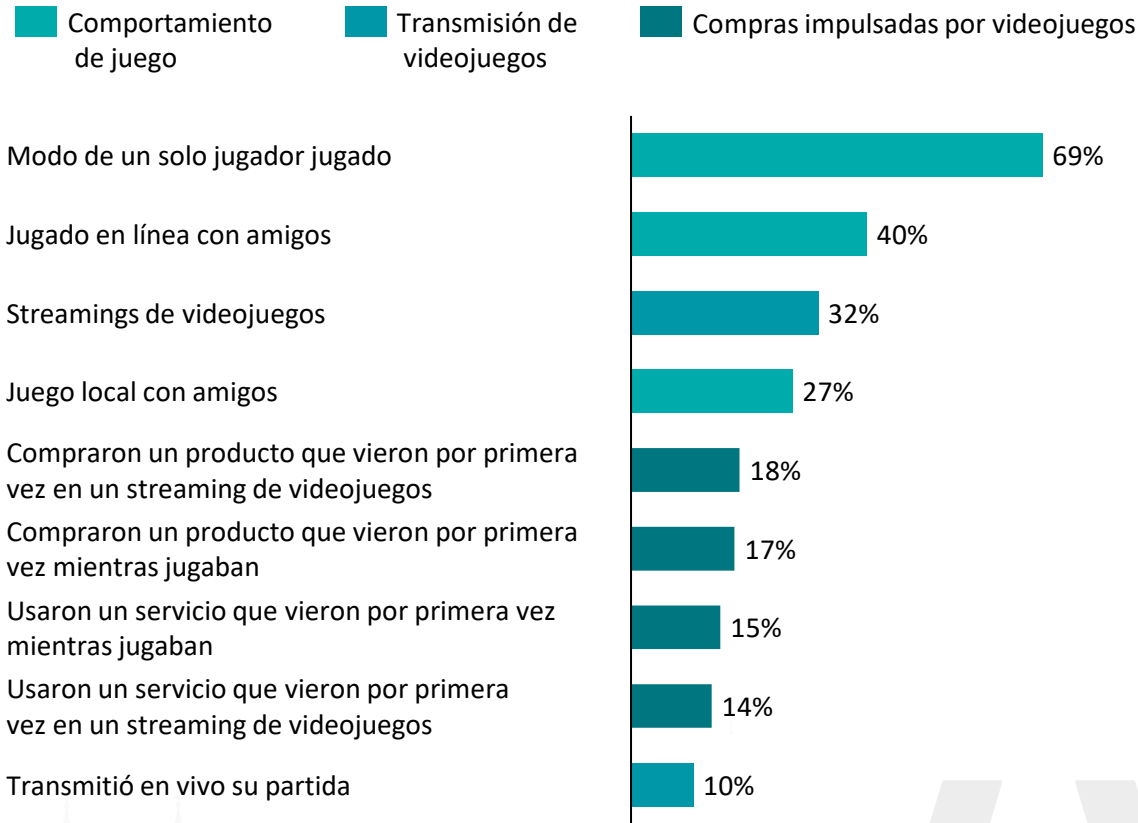


1) "Europa" se refiere a los países europeos incluidos en la encuesta de consumidores; 2) "Global" se refiere a todos los países incluidos en la encuesta de consumidores

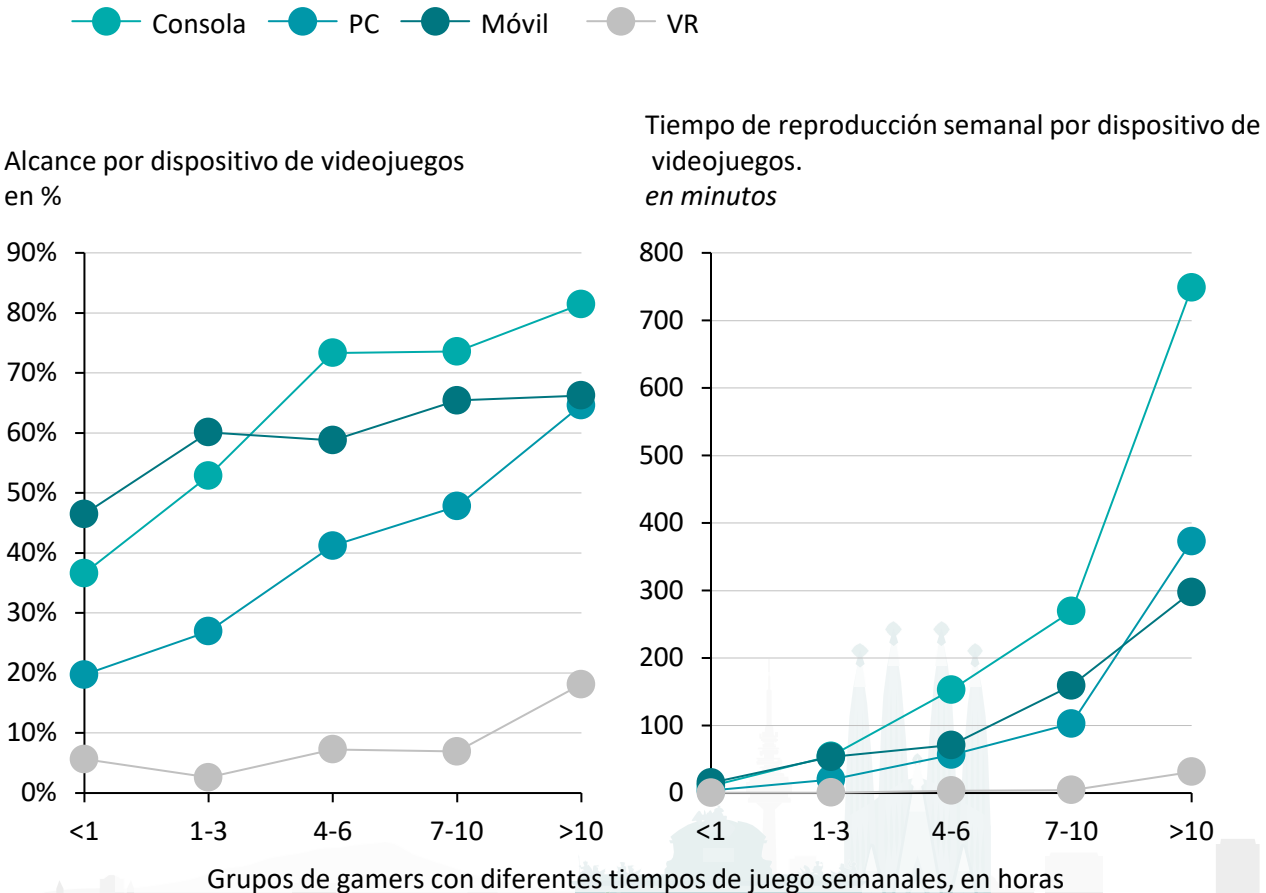
02 | Videojuegos en España (2/2)

Entre los gamers españoles, alrededor del 18% compró un producto que vio por primera vez mientras jugaba o veía una transmisión. La consola y el teléfono móvil son los dispositivos más comunes en términos de alcance y tiempo de juego.

 **Hábitos de participación con contenido de videojuegos**
entre los gamers españoles en los últimos 6 meses



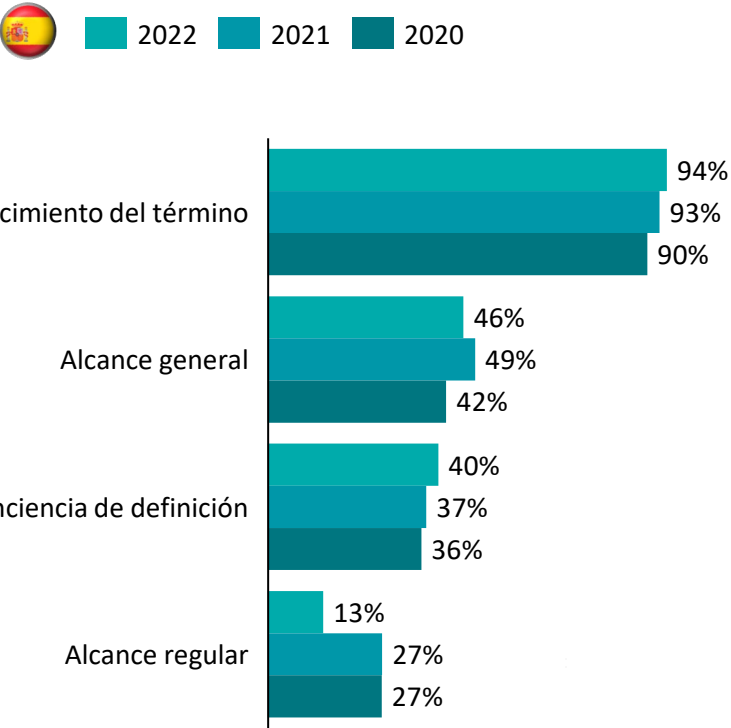
 **Uso de dispositivos de videojuegos seleccionados por tipo de consumidor**
entre los gamers españoles en los últimos 6 meses



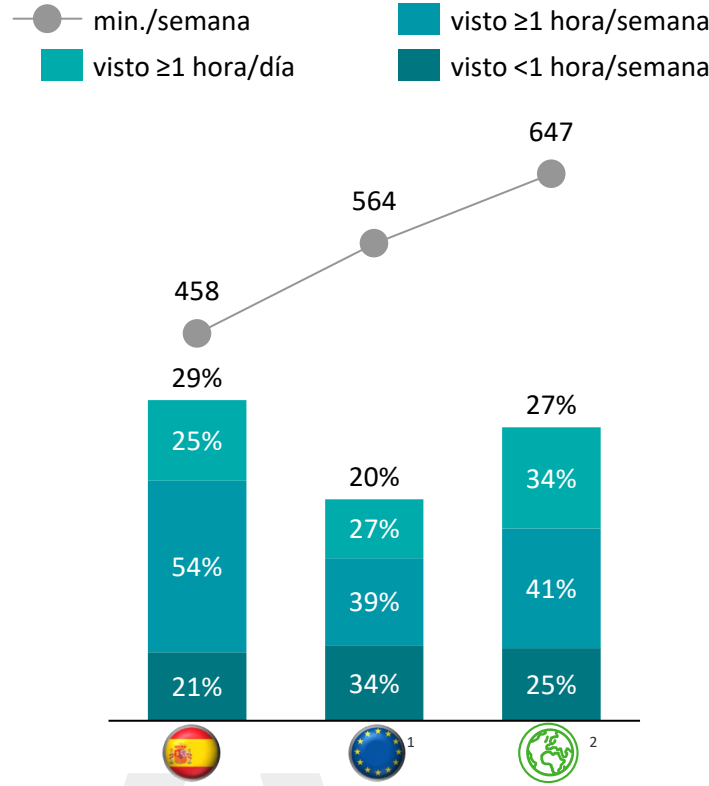
03 | eSports en España (1/2)

El 94% de los españoles está familiarizado con el término "eSports", el 46% conoce la definición. Un consumidor de eSports promedio gasta mensualmente alrededor de 17 € en artículos relacionados con los eSports, principalmente en asistir a eventos y en merchandising.

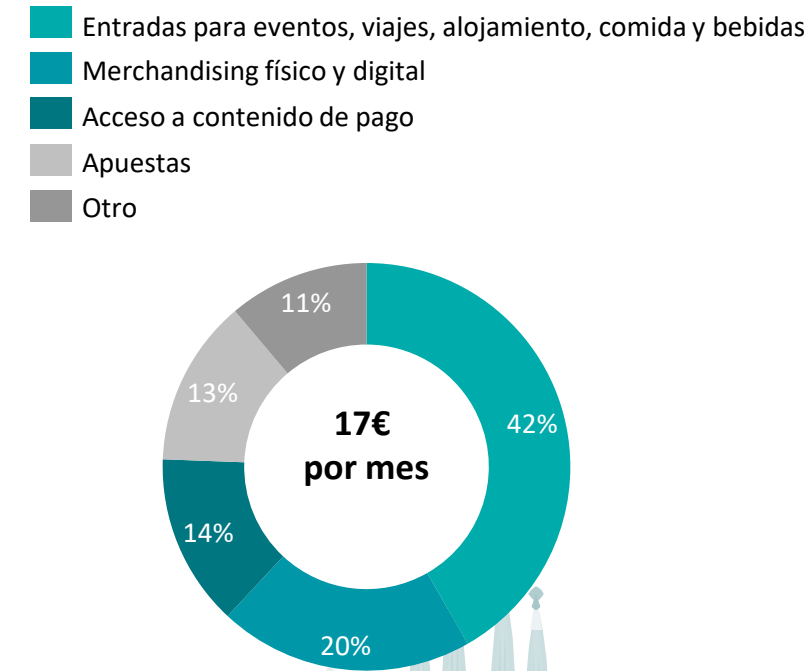
Grado de madurez de los eSports
% de españoles a los que se aplican las siguientes categorías



Alcance de los eSports y tiempos de consumo semanal
Entre españoles en los últimos 6 meses



Gasto mensual relacionado con los eSports (distribución)
entre los consumidores españoles de eSports en los últimos 6 meses

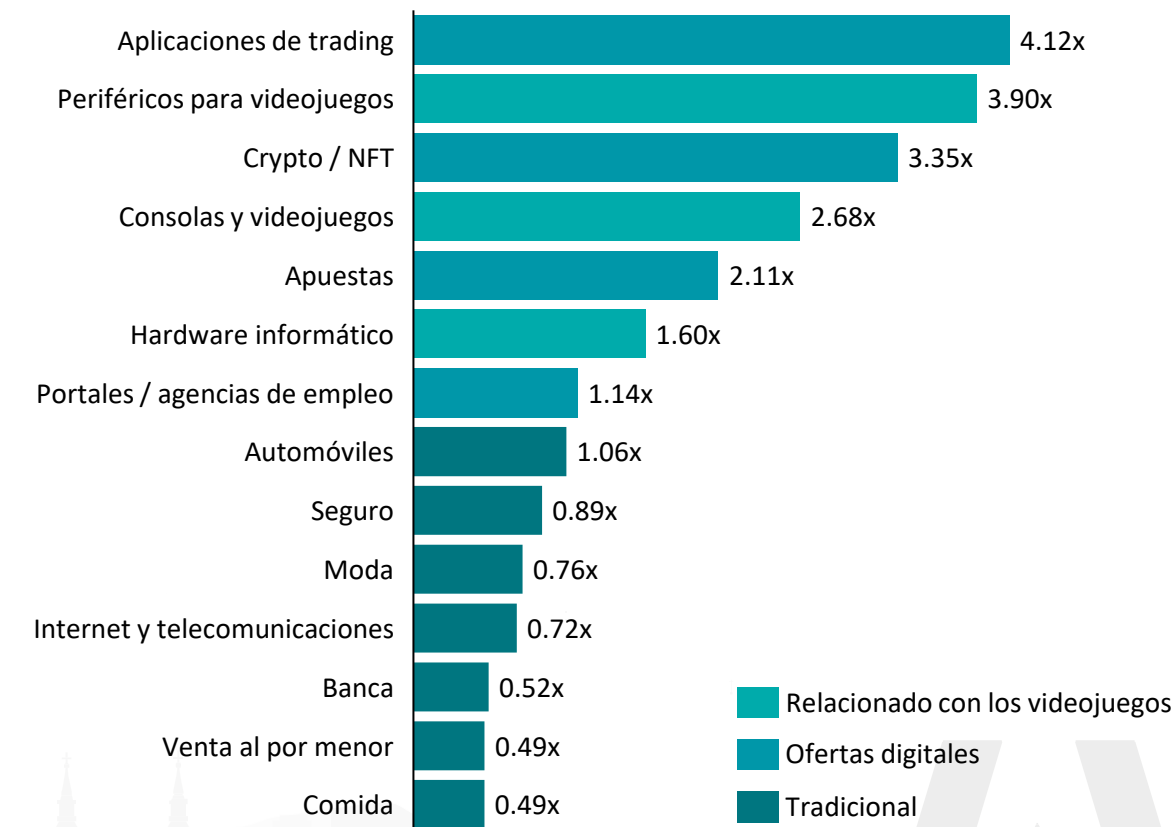


1) "Europa" se refiere a los países europeos incluidos en la encuesta de consumidores; 2) "Global" se refiere a todos los países incluidos en la encuesta de consumidores

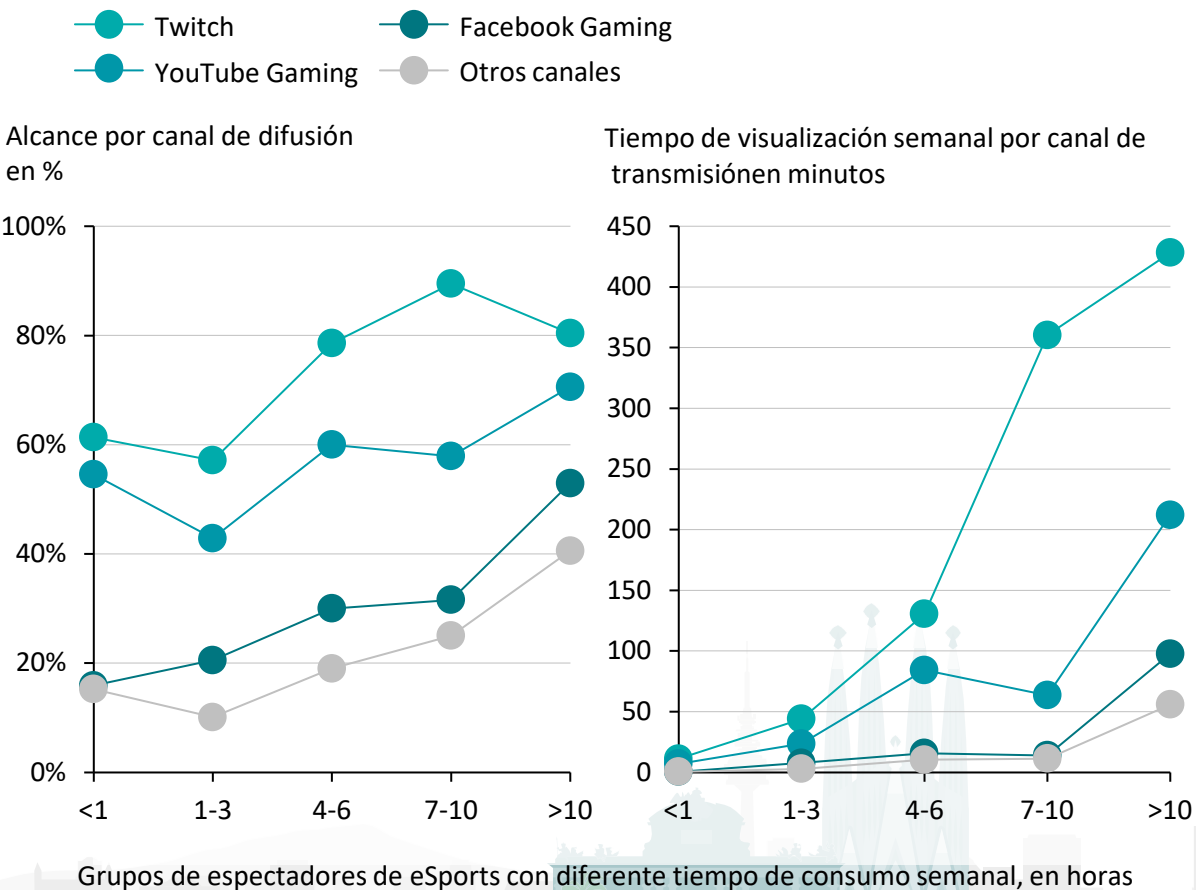
03 | eSports en España (2/2)

Crypto/NFT, aplicaciones de trading y apuestas son más relevantes para los consumidores de eSports españoles en comparación con los no consumidores. En términos de canales de transmisión de eSports, Twitch domina el mercado en alcance y tiempo de visualización.

 **Relevancia de las categorías de productos**
entre los consumidores españoles de eSports vs. los no consumidores



 **Uso de canales de retransmisión de eSports por tipo de consumidor**
entre los consumidores españoles de eSports en los últimos 6 meses



1) Las cifras indican el factor por el cual la relevancia de las respectivas categorías de productos es mayor entre los espectadores de eSports que entre los no espectadores (los valores <1 indican una mayor importancia entre los no espectadores)
Fuente: Análisis de Deloitte

04 | Glosario (1/4)

Acción y Aventura

Los videojuegos de acción y aventura cuentan con una mezcla de elementos que desafían al jugador a resolver problemas y reaccionar a eventos y ocurrencias en tiempo real. Los videojuegos pueden comprender historias y situaciones de combate que, sin embargo, no prevalecen en todos los títulos del género.

Baby Boomers

Encuestados de 57+ años

Battle Royale

En una partida de Battle Royale, varios jugadores compiten en el mismo mapa, comenzando con un equipo mínimo. El objetivo es ser el último jugador restante en el mapa después de que todos los demás hayan sido eliminados, ya sea por combate o por estar "atrapados" fuera de una "zona segura" cada vez más pequeña en el mapa.

Juegos de cartas

Los juegos de cartas traen los juegos clásicos de cartas coleccionables al mundo digital, a menudo basados en las mismas reglas que los juegos analógicos.

Consumo Comercial

Porcentaje de encuestados que han pagado dinero por contenido, productos o servicios relacionados con los deportes electrónicos en los últimos seis meses, ya sea para ellos mismos o para otra persona (por ejemplo, como regalo o pagando una tarifa para amigos y familiares)

Grado de madurez de los deportes electrónicos

Etapas de desarrollo de los mercados individuales de eSports con respecto al conocimiento de términos y definiciones, alcance general, alcance significativo, alcance regular y conversión comercial

Empresas endémicas

Empresas cuyos productos y servicios principales están relacionados con videojuegos y/o deportes electrónicos

Deportes electrónicos

Este estudio define los deportes electrónicos como jugar videojuegos de pc, móvil y consola a nivel competitivo profesional, con equipos o individuos jugando entre sí dentro de ligas o torneos. Aparte de las competiciones, los deportes electrónicos son principalmente un producto para espectadores y son vistos por el público en Internet, en la televisión y en el sitio en eventos en vivo. Los deportes electrónicos son una subcategoría de la industria general del juego, que incluye el juego activo y de ocio de los videojuegos.

Ecosistema / Sector de eSports (partes interesadas)

El ecosistema de los deportes electrónicos gira en torno a los impulsores de valor clave y los orquestadores de competiciones, productos, servicios y contenido de los deportes electrónicos. Además de las principales partes interesadas creadoras de valor (organizadores de ligas, anfitriones de eventos y equipos y jugadores de deportes electrónicos), incluye partes interesadas del segmento de editores, medios tradicionales y plataformas en línea, y socios estratégicos. Además, la audiencia de eSports es una parte interesada clave en el ecosistema de eSports.

Conciencia del término de eSports

Proporción de encuestados que conocen el término 'eSports', independientemente de la capacidad de definir el término correctamente

Géneros de eSports

Categoría de juegos clasificados por estructura, diseño y objetivos de los juegos específicos que están relacionados con la competición de videojuegos.

Conciencia del término de eSports

Porcentaje de encuestados que conocen el término 'eSports', independientemente de la capacidad de definir el término correctamente



04 | Glosario (2/4)

Títulos de eSports

Títulos de juegos individuales en los que se celebran las competiciones. Por lo tanto, en el contexto de los deportes electrónicos, son comparables a las "disciplinas" en los deportes tradicionales

Consumidores de eSports

Encuestados que han visto deportes electrónicos profesionales en los últimos seis meses en Internet, en televisión o en un evento en vivo

Hardware esencial para videojuegos

Consolas de videojuegos y PC para juegos

Fighting

En los juegos de lucha, dos o más jugadores participan en batallas, principalmente con elementos de combate cuerpo a cuerpo.

FPS / Shooter en primera persona

Los juegos FPS se centran en el combate basado en armas entre equipos o individuos desde una perspectiva en primera persona. Hay diferentes modalidades con objetivos distintos, por ejemplo, ocupar la base del oponente.

Conciencia del juego

Porcentaje de encuestados que conocen al menos un videojuego

Consumidor de streaming gamer

Encuestados que han visto contenido de streaming relacionado con videojuegos en los últimos seis meses

Generación X

Encuestados de 42 a 56 años

Gen Z

Encuestados de 16 a 24 años

Usuario incondicional

Espectadores de eSports que vieron contenido de eSports al menos una hora al día en los últimos seis meses

Heavy User

Espectadores de eSports que vieron contenido de eSports entre 4 y 6 horas por semana en los últimos seis meses

Ciudad grande

100.000 a 499.999 habitantes

Alcance significativo de los eSports

Porcentaje de encuestados que han visto contenido profesional de deportes electrónicos al menos una vez en los últimos seis meses

Ciudad de tamaño medio

50.000 a 99.999 habitantes

Millennials

Encuestados de 25 a 41 años

Mini Juegos

Los mini juegos son videojuegos pequeños, a menudo simplistas para uso casual, con diferentes elementos de juego.

MOBA / Multiplayer Online Battle Arena

En MOBA, dos equipos compiten entre sí desde una base de operaciones en diferentes mapas con características distintas. Los jugadores, que controlan a un personaje con fortalezas y debilidades específicas, colaboran como un equipo para ejecutar su estrategia general. El objetivo es destruir la base del equipo contrario

NFT / Token no fungible

Una identificación digital no copiable, no modificable y no subdivisible almacenada en una cadena de bloques, utilizada para verificar la propiedad

Empresas no endémicas

Empresas cuyos productos y servicios principales no están relacionados con los videojuegos y/o los deportes electrónicos



04 | Glosario (3/4)

No espectadores

Encuestados que nunca han visto eSports profesionales

Usuario ocasional

Espectadores de eSports que vieron contenido de eSports menos de una vez por semana en los últimos seis meses

Alcance general de los eSports

Porcentaje de encuestados que han visto contenido profesional de deportes electrónicos al menos una vez en el pasado

Tasa de penetración

Alcance de un contenido, producto o servicio dentro de un mercado predefinido

Racing

Los videojuegos de carreras simulan competiciones de carreras basadas en una amplia variedad de vehículos

Interacción regular con los deportes electrónicos

Porcentaje de encuestados que han visto contenido profesional de deportes electrónicos al menos una vez por semana en los últimos seis meses

Usuario regular

Consumidor de eSports que vieron contenido de eSports entre 1 y 3 horas por semana en los últimos seis meses

RTS / Estrategia en tiempo real

En los juegos de estrategia en tiempo real, los jugadores desarrollan activos como infraestructura, recursos o tropas en un intento de superar a sus oponentes.

Simulación

El género de simulación tiene como objetivo simular / copiar actividades del mundo real

Pequeña ciudad o zona rural

menos de 50.000 habitantes

Deportivo

Las simulaciones deportivas llevan los deportes al mundo de los videojuegos adaptando deportes del mundo real en su entorno de juego original o adaptando elementos específicos de los deportes en un entorno más abstracto.

STEM

Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas

Ciudad muy grande

más de 499.999 habitantes

Gamers

Encuestados que han jugado videojuegos en los últimos seis meses en consola, PC, dispositivos móviles o dispositivos de realidad virtual

Videojuegos

Juego activo de videojuegos como actividad de ocio

Periféricos para videojuegos

Productos de videojuegos complementarios como controladores, sillas de juego y auriculares

Streamer de videojuegos

Encuestados que crean una transmisión en línea de videojuegos

Servicios de suscripción de videojuegos

Oferta de títulos de videojuegos basada en suscripción



04 | Glosario (4/4)

Streaming relacionado con videojuegos

Transmisión de contenidos de videojuegos dentro de una red online. El contenido transmitido se relaciona con el tiempo libre / juegos de ocio y a menudo contiene elementos de entretenimiento. Por lo tanto, es distinto de los deportes electrónicos. Las personas pueden participar activamente (transmitiendo su propio juego) o pasivamente (viendo contenido generado por otras personas) y la participación está abierta a todas las personas interesadas.

VR

Dispositivo de realidad virtual



05 | Metodología

25,000 personas de 22 mercados globales fueron encuestadas entre agosto y septiembre de 2022 con respecto a su consumo de videojuegos y eSports. Además, se entrevistó a 53 expertos del mercado europeo

Encuesta al consumidor:



Encuesta representativa entre ~25,000 participantes a nivel mundial



22 mercados globales



1| Consumo de videojuegos, eSports y streaming de juegos

Encuesta de expertos:



Entrevistas en línea w/ 53 Expertos en el mercado

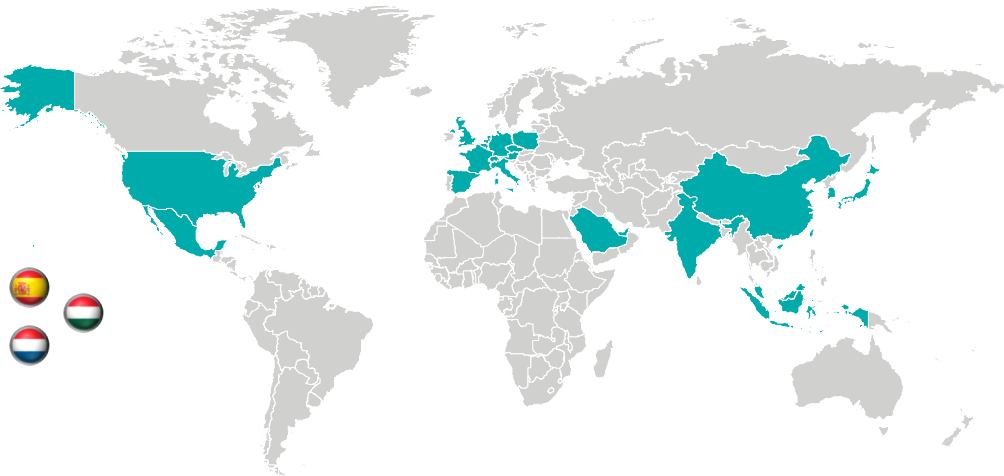
- Teams
- Anfitriones de ligas y eventos
 - Otros stakeholders



15 países europeos



- 1| Situación económica de Equipos y anfitriones de eventos
- 2| Evaluación de las tendencias actuales del mercado



Países incluidos en la encuesta de consumidores

06 | Para más información, contáctanos

Concha Iglesias
Socia responsable del sector de Medios,
Entretenimiento y Sports y líder de
Sostenibilidad y Cambio Climático de
Deloitte España
coiglesias@deloitte.es

Christian Herreruela
Founder
Deloitte Gaming
+34 911577188
cherreruela@deloitte.es





Deloitte hace referencia a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») y a su red global de firmas miembro y sus entidades vinculadas, ya sea a una o a varias de ellas. DTTL (también denominada «Deloitte Global») y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Para obtener más información, consulte la página www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, legal, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 445.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la “Red Deloitte”), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2023 Deloitte

