ZOOM VIDEOJUEGOS Y MUNDO GAMER

EL IMPACTO DEL CORONAVIRUS

Entendiendo sus efectos a nivel humano y económico
y cómo algunas marcas actúan al respecto.

IMPACTO EN LOS MEDIOS

Qué se observa en el consumo del individuo y en el individuo interesado en Esport.

Fuente:Movistar/Telefónica a través del elespanol.com

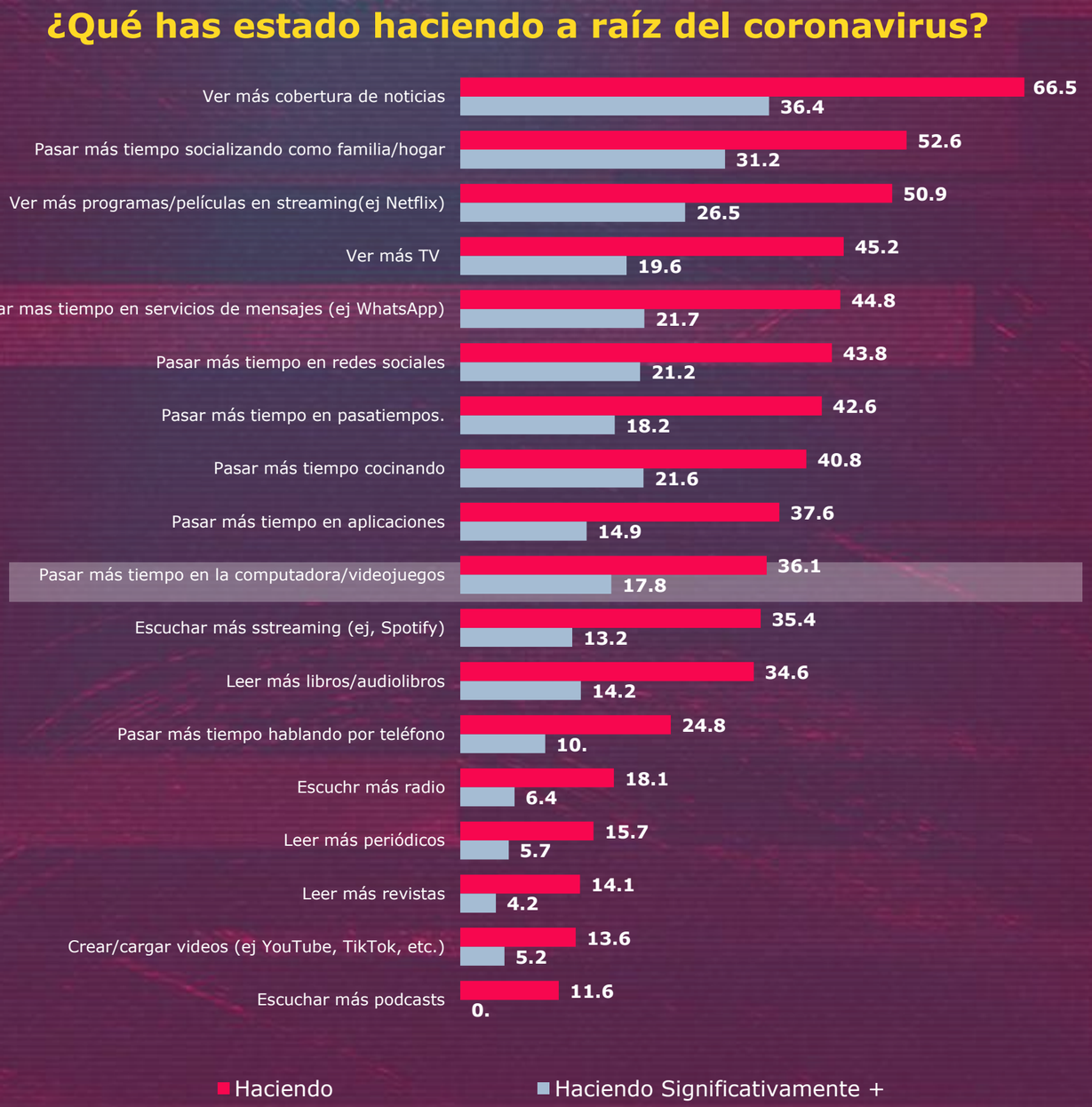
Incremento de su tiempo jugando

95% de los individuos dicen que pasan más tiempo en actividades/consumo de medios en el hogar.

En los 13 países evaluados un **36%** de las personas dicen dedicar más de su **tiempo a videojuegos** y de éstos la mitad lo hace significativamente más.

Fuente: REBOLD powered by GWI March 16-20/2020

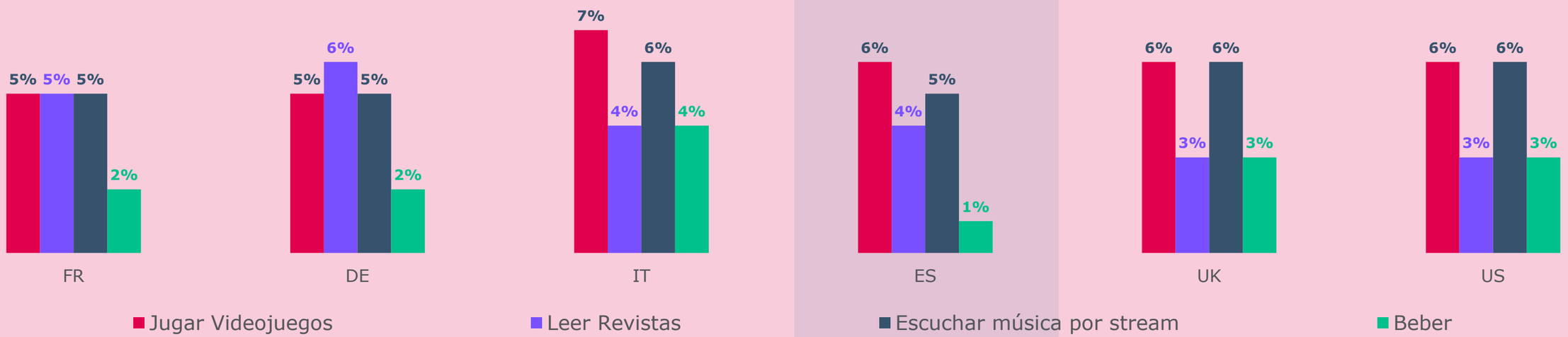
Países: AU BR CN FR DE IT JP PH SG ZA SP UK USA



6% DE LOS ESPAÑOLES DECLARA QUE ESTÁ JUGANDO MÁS A VIDEOJUEGOS A RAÍZ DEL COVID-19

- Los españoles están dedicando más tiempo a jugar a videojuegos que a actividades como lectura de revistas, beber alcohol o incluso escuchar música vía streaming.
- Los españoles dedican más tiempo a videojuegos que países como Francia o Italia

¿Cuál de las siguientes actividades estás haciendo más que antes a raíz del COVID-19?



Fuente: Dynata March 2020

14 Países: AU BR CN FR DE IT JP NL PH SG ZA SP UK USA

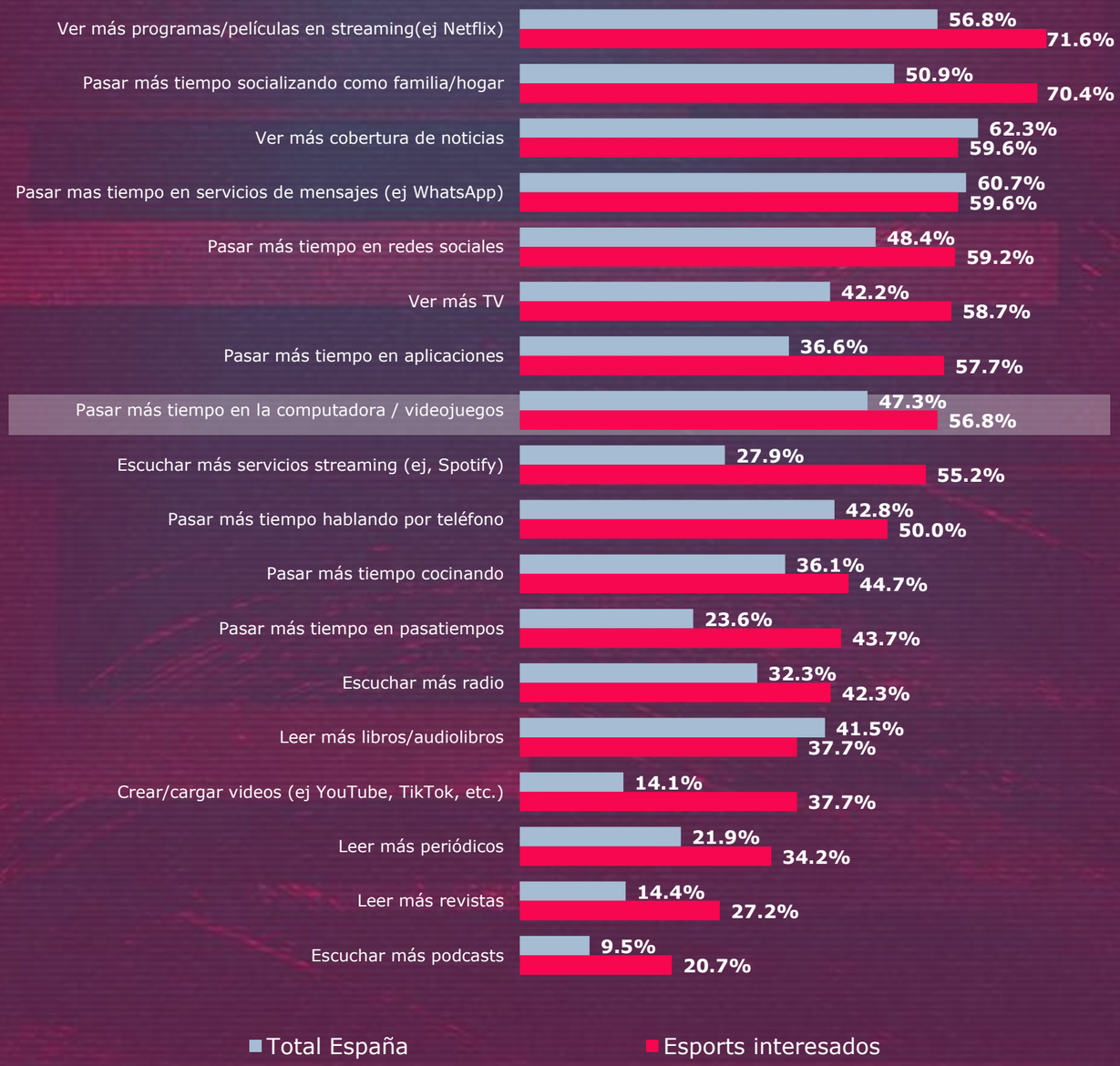
A su vez los interesados en esports declaran que

están pasando un 35,5% más de su tiempo en videojuegos

Fuente: REBOLD powered by GWI March 16-20/2020

País: ES. Peso interesados en Esports: 17% del total de la muestra

¿Qué has estado haciendo en casa a raíz del coronavirus?



REBOLD · SHAKERS · ANTEVENIO

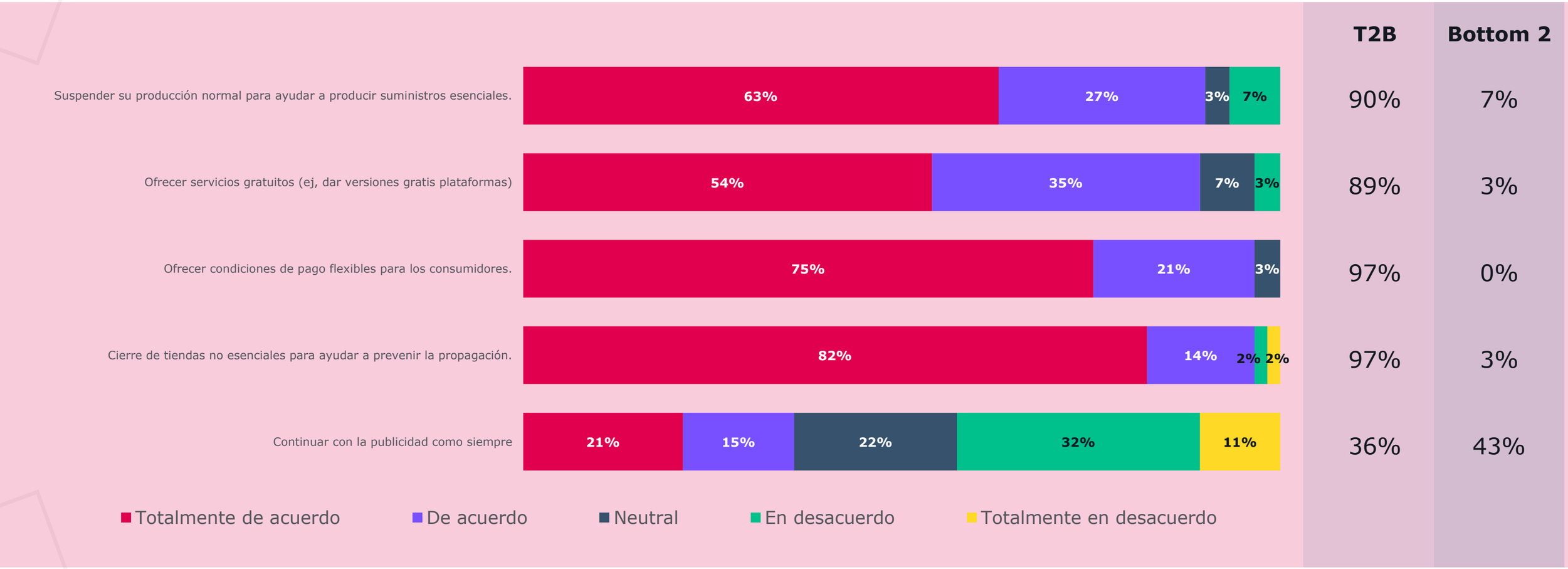
Individuos con intereses en Esports declaran un mayor uso en la mayoría de los medios que el total de los españoles

Estos individuos están dedicando especialmente su tiempo a ver programas en streaming, compartir tiempo con su familia, informarse y con videojuegos y aplicaciones

Fuente: REBOLD powered by GWI March 16-20/2020

País: ES. Peso interesados en Esports: 17% del total de la muestra

Los españoles interesados en Esports reclaman un rol solidario y comprometido de las marcas, con mensajes empáticos y en sintonía con la situación del COVID-19.



Fuente: Dynata March 2020

14 Países: AU BR CN FR DE IT JP NL PH SG ZA SP UK USA

T2B: Corresponde a la sumatoria de las 2 calificaciones más altas (Totalmente de acuerdo + De Acuerdo)

Bottom 2: Corresponde a la sumatoria de las 2 calificaciones más bajas (Totalmente desacuerdo + Desacuerdo)

QUÉ HA SUCEDIDO EN EL MUNDO GAMER

Siguen queriendo estar conectados ahora más que nunca.

UNA AUDIENCIA QUE SE MANTIENE ACTIVA Y RECEPTIVA

Menor volumen de publicaciones pero los niveles promedio de interacciones se **mantienen.**

De todos los perfiles evaluados, **AuronPlay** es el que genera el mayor volumen de interacciones en todas sus redes.

La audiencia responde al contenido en todas las redes, sin embargo, **Youtube** e **Instagram** son las que capitalizan las reacciones.

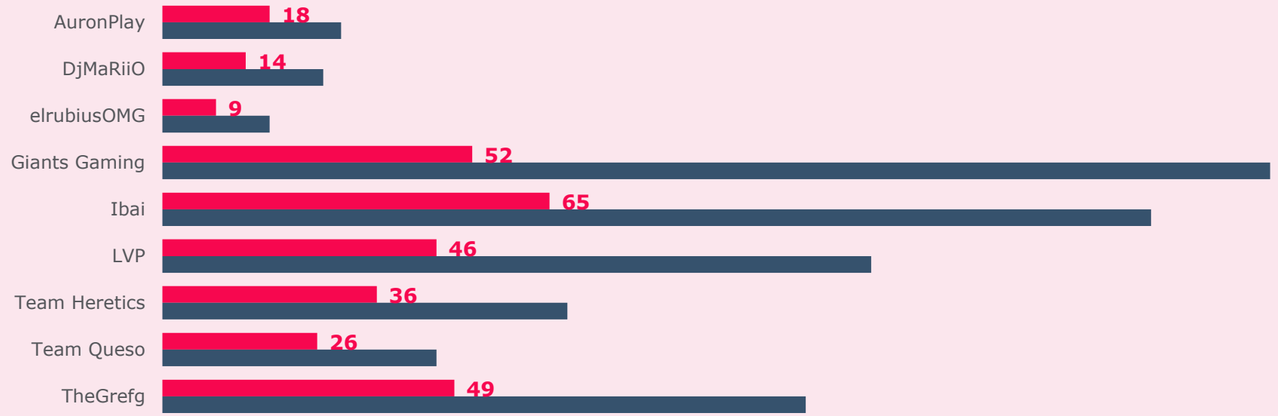
Dentro del contenido que destaca durante el periodo de crisis, el que hace referencia al **coronavirus** se encuentra en el top.

A pesar del decrecimiento del volumen de publicación el promedio de interacciones se mantiene y para algunos perfiles crece.

Volumen

-59%

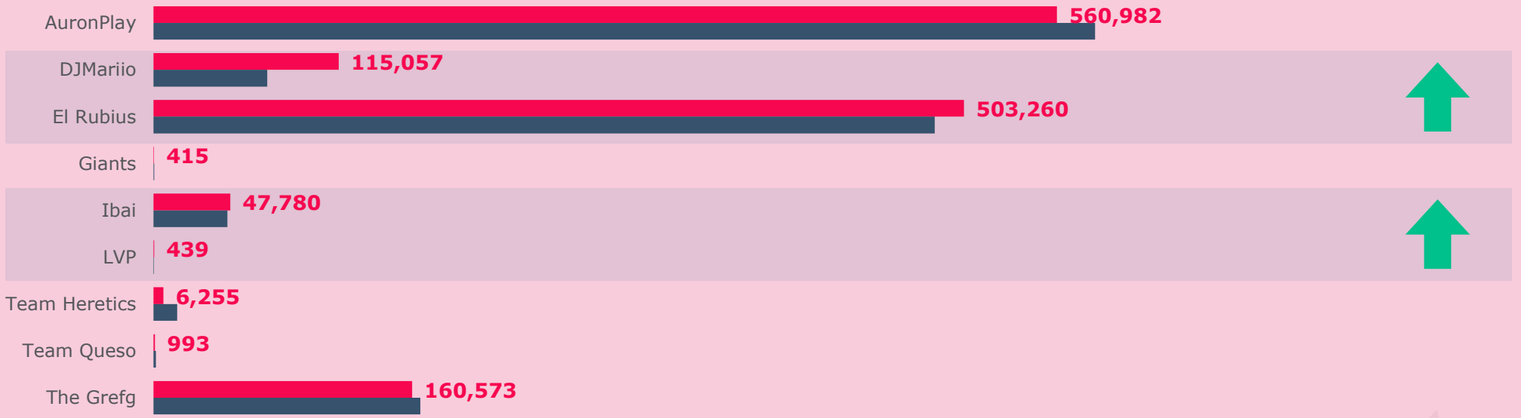
volumen en promedio



Promedio de interacciones

+2%

Interacciones en promedio



Resumen general por perfil

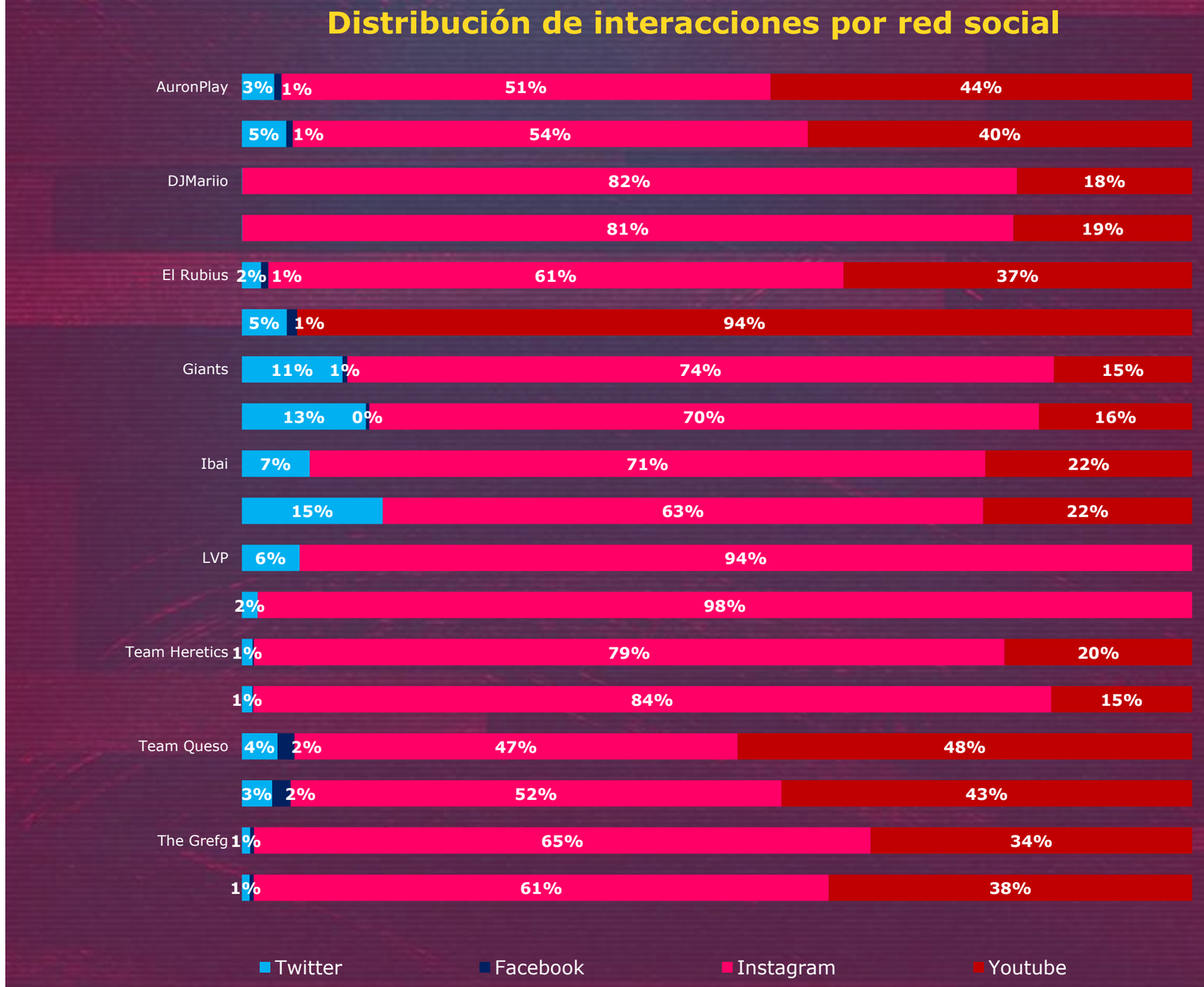
Crisis

Pre-Crisis

Reciben interacciones en todas las redes donde crean contenido, sin embargo, Youtube e Instagram son los que concentran el mayor volumen de interacciones

Promedio de interacciones por red social

*Interacciones en Youtube están basadas en comentarios y likes



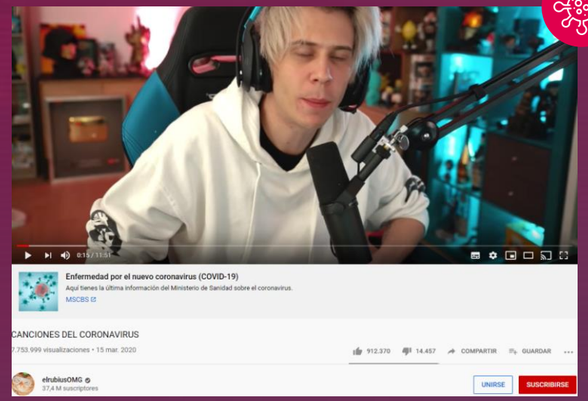
EL 7% DEL CONTENIDO HACE REFERENCIA AL COVID-19, DENTRO DEL CONTENIDO CON MAYOR INTERACCIONES EN LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES DESTACA EL QUE MENCIONA DE ALGUNA FORMA AL CORONAVIRUS

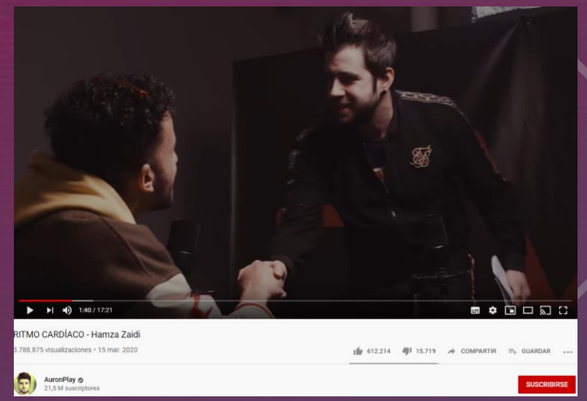
45 de los 260 post publicados durante la crisis hacen mención al COVID-19

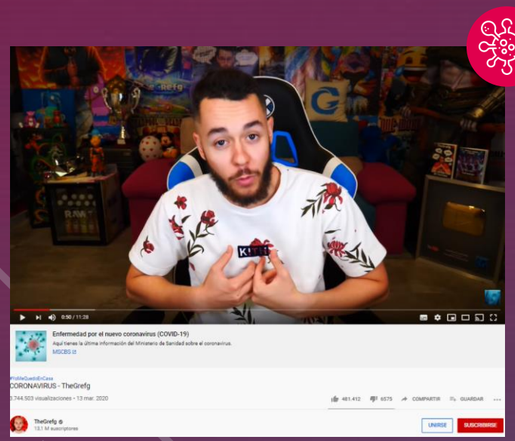
*Hacer click en la imagen para ver el video

DE LOS 44 VIDEOS PUBLICADOS DURANTE LA CRISIS, 3 DE LOS 5 PRIMEROS HACEN REFERENCIA AL CORONAVIRUS; DISTINTO TONO PERO UNA MISMA TEMÁTICA

Videos con mayor número de interacciones (me gusta + comentarios)







*Hacer click en la imagen para ver el video

EN CONCLUSIÓN

El confinamiento y el teletrabajo provocado por le coronovirus **disparan el uso de todo el entorno del videojuego.**

+ 10% Se ha detectado un incremento del tráfico cursado en su red **IP de 1000 Gigabit por segundo (1 Terabit)** más que en los días previos, lo que supone un crecimiento del 10%

Motivado principalmente por un incremento fuerte en el tráfico de gaming. Las fuentes de gaming que más han crecido han sido **Playstation, Blizzard y Xbox.**

También se observa crecimiento en el tráfico de WhatsApp, el cual se ha duplicado en los últimos días, al igual que el tráfico de Skype y de Webex, según informa Telefónica.

Por otro lado, RuneHeads y otras compañías ofrecen juegos gratis por la crisis del coronavirus.

Fuente: Movistar/Telefónica a través del elespanol.com

REBOLD
Antevenio
Shakers
antevenio
¡GRACIAS!