

KANTAR IBOPE MEDIA

Data Stories

O mundo dos games

Março/2022

Press Start

Em muitos mercados em todo mundo, os games ganharam destaque e tiveram sua presença impulsionada nos últimos anos.

E o conceito de 'games' hoje é bastante abrangente, englobando diferentes modelos, desde os jogadores de consoles mais 'clássicos', até aqueles que preferem jogar via mobile.

Prova desse aquecimento do setor é que 3 dos 10 maiores negócios da história da indústria de videogames foram fechados nos primeiros meses de 2022, com destaque para a compra da Activision Blizzard pela Microsoft, por US\$ 68,7 bilhões em meados de janeiro*.

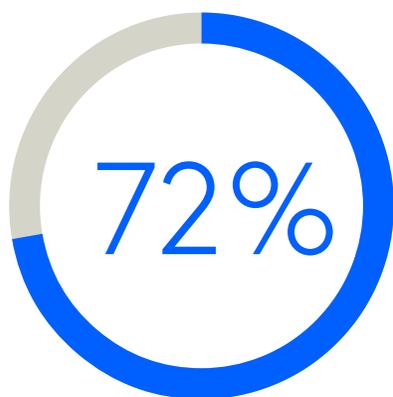
Nessa edição do Data Stories, traremos uma visão sobre quem joga hoje em dia, como isso ocorre ao redor do mundo e como os gamers se relacionam entre si e com outras atividades enquanto jogam.

Você está pronto para entrar nesse jogo?



Forte presença mundial

Globalmente a força dos games é muito clara, com uma presença bastante consolidada de jogadores quando observamos a média mundial. Entre os usuários de internet, mais de 7 em cada 10 jogam games.



dos usuários de internet
jogam Games

Entre os jogadores:

2h14

jogando games
diariamente

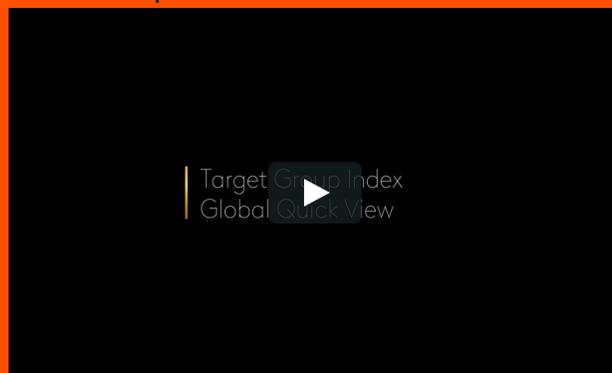
Analizando os TOP 15 países no mundo, percebemos que esse consumo acontece de maneira intensa, com destaque para países da Ásia e do Pacífico e com o Brasil marcando presença entre as principais nações Gamers (acesse o infográfico completo [clcando aqui](#)).

	País	% Joga Videogame	Tempo Médio diário (entre jogadores)
	Média Global	72%	2h14
1	China	90%	2h02
2	Arábia Saudita	89%	3h01
3	Filipinas	88%	2h58
4	Indonésia	88%	2h35
5	Tailândia	84%	2h44
6	Índia	84%	2h17
7	Taiwan	82%	2h28
8	Hong Kong	79%	1h56
9	Egito	76%	2h23
10	Turquia	76%	2h15
11	México	74%	1h59
12	EUA	72%	2h38
13	Singapura	69%	2h14
14	Espanha	68%	1h47
15	Brasil	67%	2h30

Sobre o Target Group Index Global Quick View

O Target Group Index Global Quick View fornece dados globais comparáveis sobre o consumidor conectado em 35 mercados chave para que você, de forma rápida e fácil identifique, defina e crie perfis dos seus principais targets, compreenda as principais diferenças e semelhanças entre os países e reconheça tendências de conectividade global e o impacto nas categorias e marcas.

<https://vimeo.com/675820294>



Quer saber mais? Entre em contato em digital@kantaribope.com

Heavy Players

No Brasil, o hábito de jogar é intenso.



dos Gamers jogam **todos os dias da semana**.

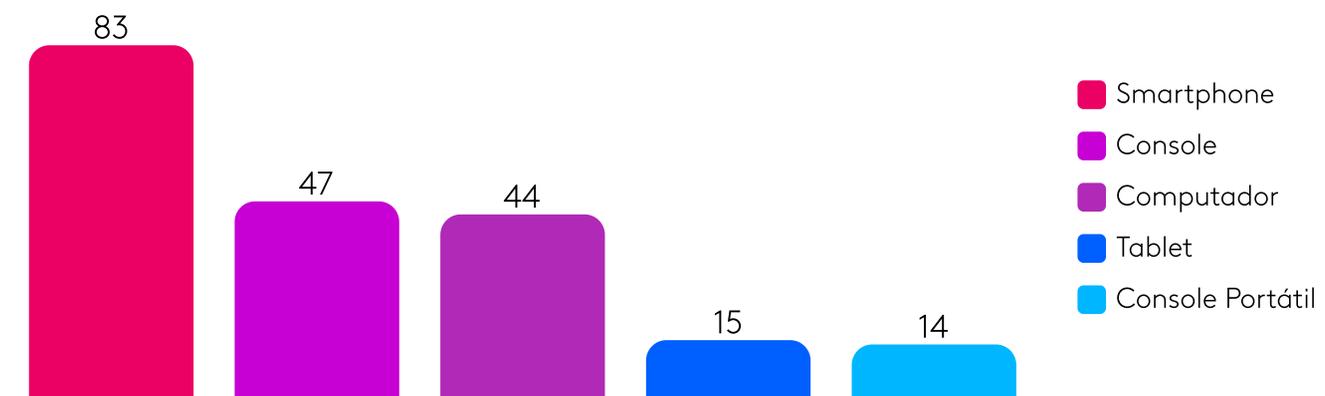


Repertório amplo

Os jogadores de games têm diferentes hábitos de consumo e jogam nas mais diversas telas.

Devices usados para jogar

Entre jogadores de Games no Brasil

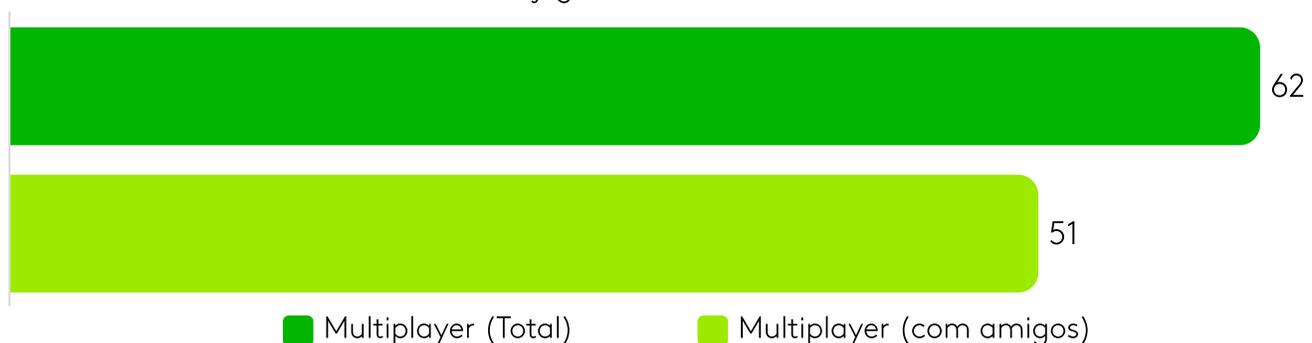


Jogar é melhor acompanhado

O repertório amplo de consumo de games também se traduz na forma de jogar. 54% deles afirmam que jogar é melhor com outras pessoas.

Formas de jogar

Entre jogadores de Games no Brasil

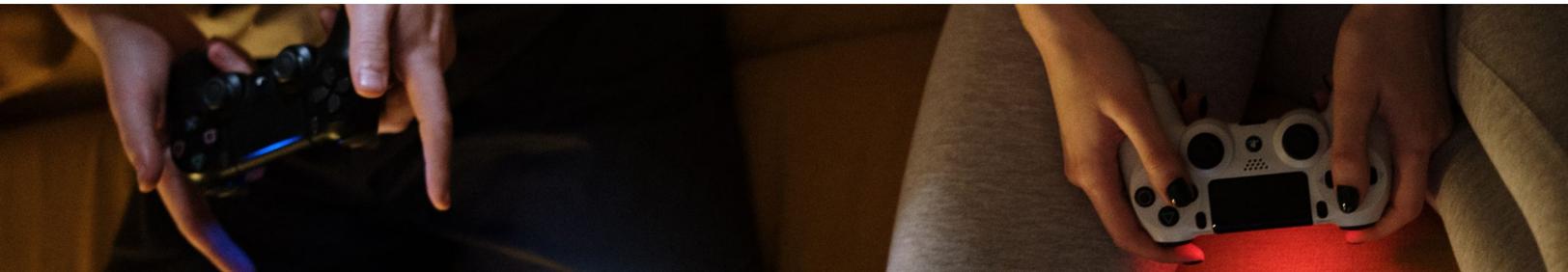
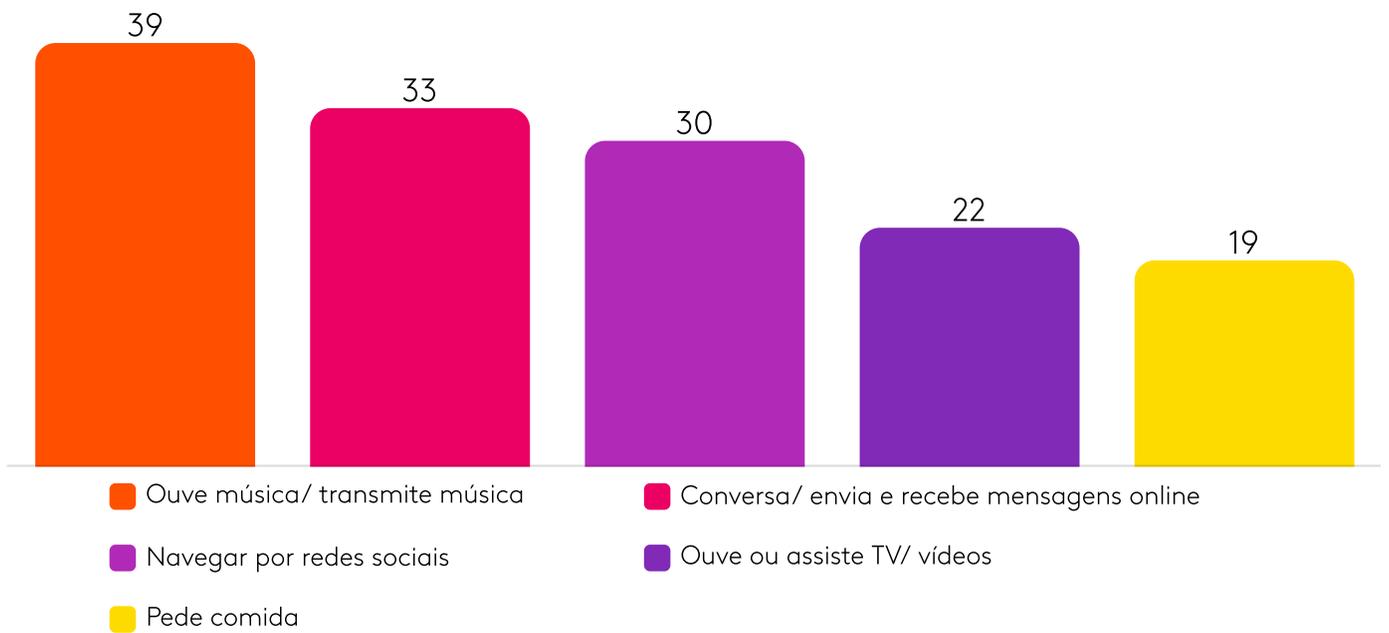


Joga e...

Jogar não é um ato isolado. Além da atenção voltadas para os games, os jogadores também realizam diferentes atividades enquanto jogam.

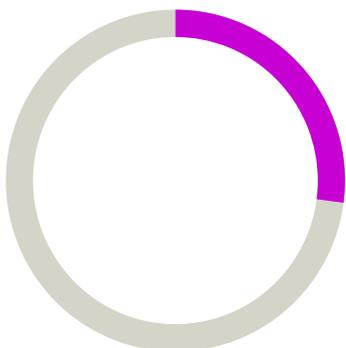
TOP 5 atividades enquanto joga

Entre jogadores de Games no Brasil



Stream or not to stream?

Essa busca pela socialização e interação através dos games fica clara quando percebemos que mais de um quarto dos Gamers fazem streaming de seus jogos.



27%

dos jogadores no Brasil compartilharam suas experiências de jogo online, seja por meio da gravação do jogo, screenshots ou o stream.

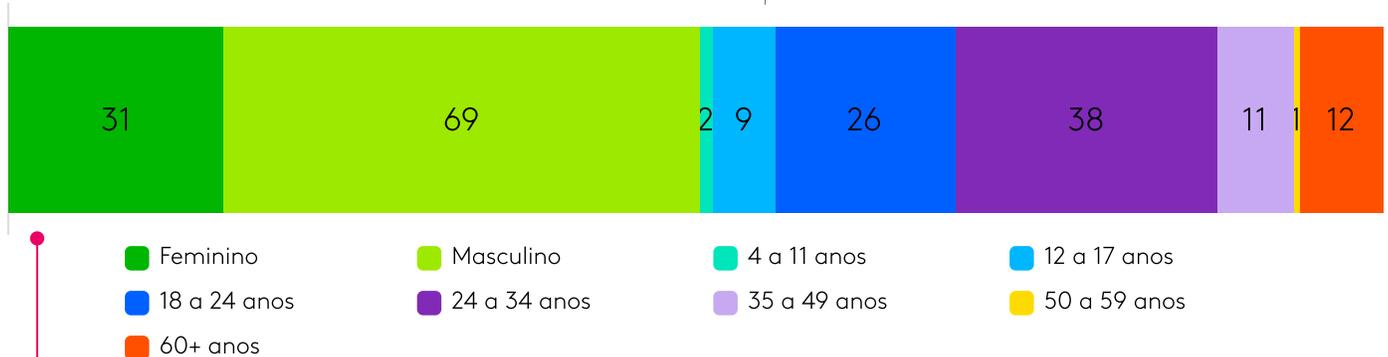


Stream for all

Não só compartilhar, mas também assistir streaming de jogos vem se tornando uma atividade popular e realizada por diferentes públicos, em vários devices. Percebemos essa variedade ao analisar o perfil do tempo de consumo domiciliar da Twitch, uma das principais plataformas de streaming de games, através do Video Streaming Report.

Distribuição do consumo da Twitch

%Total Minutes Spent



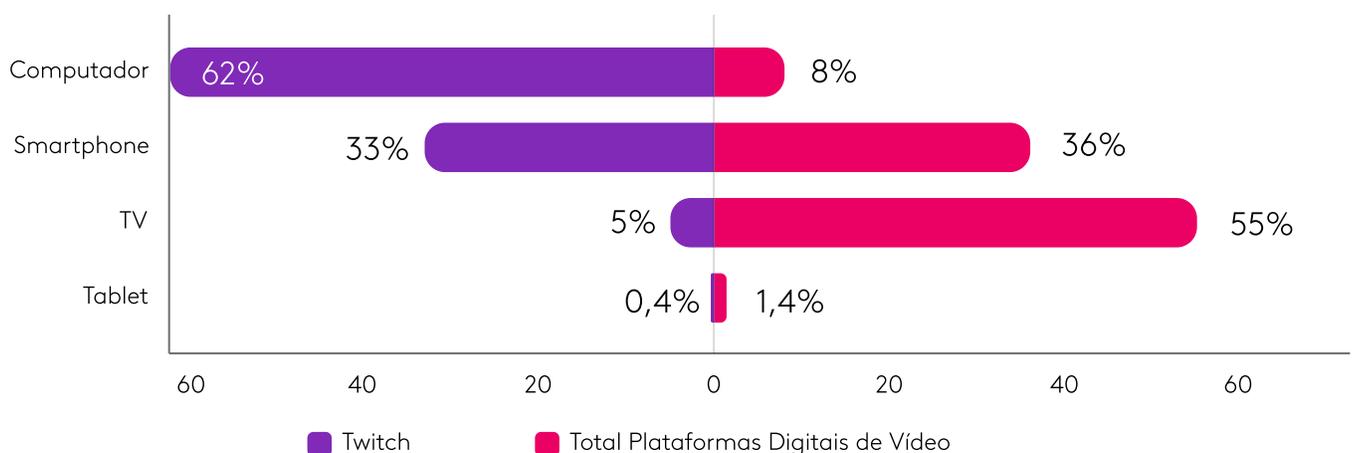
Considerando o consumo Twitch dentro do domicílio, 69% do tempo foi consumido por homens, e 31% por mulheres.

Em todas as telas

Quando comparado em relação ao Total de Plataformas Digitais de Vídeo, o consumo domiciliar da Twitch se destaca, especialmente, através do Computador.

Devices

Para assistir a Twitch x Total Plataformas Digitais de Vídeo



Sobre o Video Streaming Report

Com o Video Streaming Report é possível obter em um único painel os dados dos serviços de TV Linear e Video on Demand como Netflix, YouTube e Globoplay, entre outros; análise de ranking, visualização de dados por target; compreensão do consumo de vídeo por dispositivos (Desktop, Tablet, Smartphone e Smart TV); curvas de audiência por dia e hora; e tempo gasto e compartilhamento por plataforma. Também haverá atualizações diárias de dados, para facilitar as análises dos clientes.

Quer saber mais? Entre em contato em digital@kantaribope.com.



Sobre o Data Stories:

Esta é a vigésima edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantariopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

<http://kantariopemedia.com/>