

HOTWIRE BRAND MONITOR

GAMING EDITION

www.hotwireglobal.com

 [hotwire_es](https://twitter.com/hotwire_es)

 [/hotwire_es](https://www.instagram.com/hotwire_es)

HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY



¿QUÉ HEMOS ANALIZADO Y CÓMO?

Para este estudio hemos analizado menciones de los usuarios en plataformas online y perfiles de influencers en Twitter, todo referido a videojuegos.

- **Cuándo:** del 1 de septiembre al 2 de diciembre de 2019.
- **Dónde:** : menciones y perfiles geolocalizados en España.
- **Universo:** hemos analizado más de 2 millones de menciones (2.381.119 para ser exactos) y 193 perfiles de *influencers*.
- **Plataformas:** : Twitter, foros, blogs, medios online y comentarios en otras plataformas (Instagram y Facebook, entre otras)
- **Herramientas de monitorización online utilizadas:** Netbase, Graphext, Contexto, Traackr y Google trends.
- **Videojuegos analizados:**

Nintendo

- Pokemon: Pokemon Espada, Pokemon Escudo.
- Zelda: Link ´s Awakening, Breath of The Wild.
- Mario: Mario Kart, Luigi´s Mansion 3, Super Mario, Smash Bros Ultimate (distribuidora).
- Ring Fit Adventure.

Epic Games

- Fortnite

Blizzard

- Overwatch, Overwatch 2.
- World of Warcraft.
- Diablo III, Diablo IV.

EA

- FIFA 20.
- Star Wars: Jedi Fallen Order.
- Need for Speed Heat.
- Apex

Ubisoft

- Ghost Recon Breakpoint.
- Just Dance 2020
- Rainbow Six Siege
- Beyond Good & Evil 2

Crystal Dynamics

- Marvel´s Avengers

Bethesda

- Fallout 76

Valve

- Counter-Strike: Global Offensive

Activision / Infinity Ward

- Call of Duty: Modern Warfare

Bandai Namco

- Smash Bros Ultimate

Konami

- PES 2020

CD Projekt

- The Witcher 3
- Cyberpunk 2077

Riot Games

- League of Leends

Rockstar Games

- Red Dead Redemption 2

Mojang

- Minecraft

Naughty Dog

- Crash Bandicoot: Crash Team Racing
- The Last of Us, The Last of Us 2

2K Sports

- NBA 2K20
- WWE 2K20

Sony Interactive Entertainment (distribuidora)

- Death Stranding
- MediEvil
- The Last of Us, The Last of Us 2

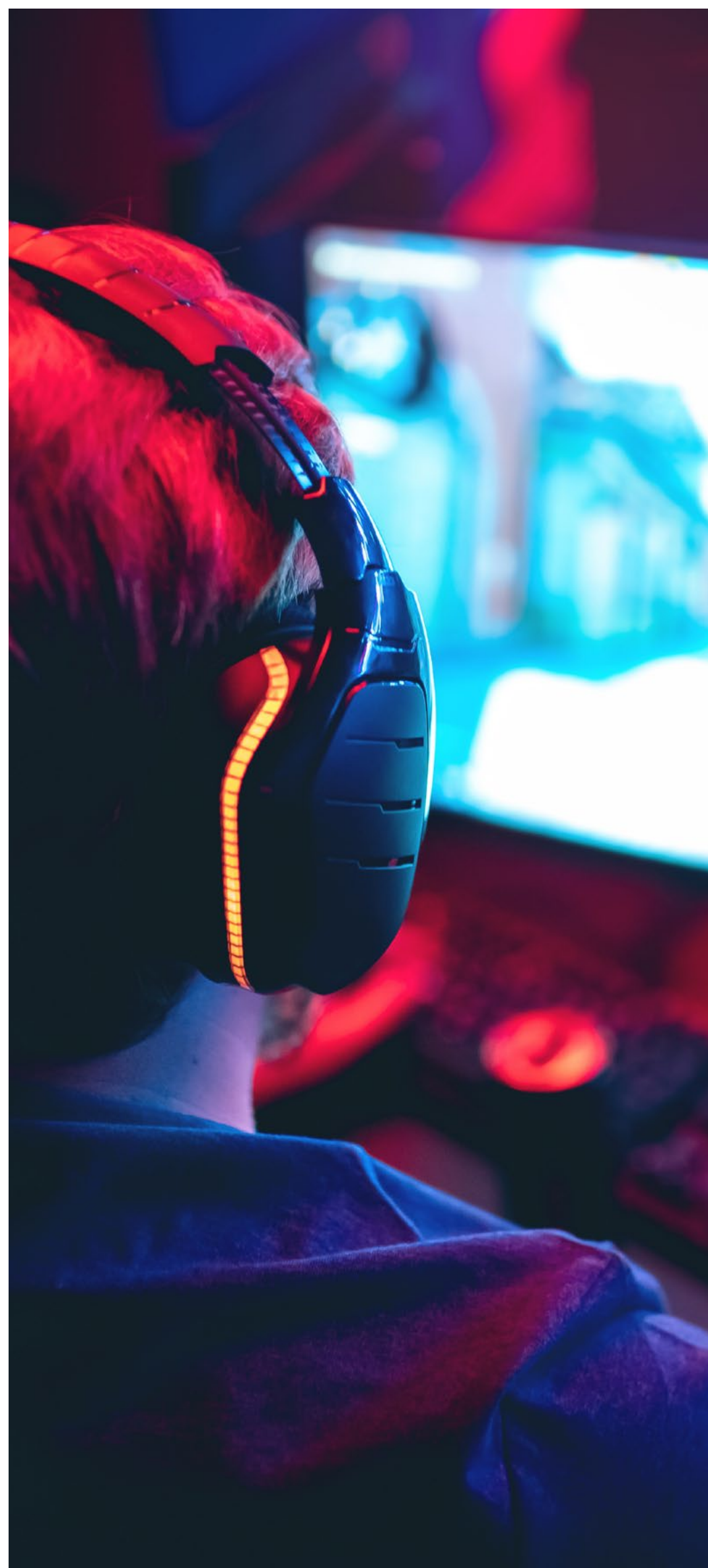
Otros títulos

- Gears of War 5
- Resident Evil 2
- Kingdom Hearts III
- Final Fantasy VII Remake
- Forza Motorsport 7
- Forza Horizon 4
- PUBG: PlayerUnknown´s Battlegrounds
- Destiny 2
- Rocket League
- The Outer Worlds
- Darksiders Genesis
- Terminator: Resistance
- Astroneer

- Baba is you
- Disco Elysium
- Katana Zero
- Outer Wilds
- Untitled Goose Game
- Papers, Please
- Gris
- Terraria
- Rime
- Stardew Valley
- TemTem
- A Place for the Unwilling
- Etherborn
- Blasphemous
- Shenmue III
- Astral Chain
- What Remains of Edith Finch
- Firewatch
- Gone Home
- Sekiro: Shadows Die Twice
- Sayonara Wild Hearts

**UNIVERSO
GAMING
EN REDES
SOCIALES**

GAME ZONE



¿Quiénes conforman el universo de los gamers en España? ¿Quién les influye? ¿Cuáles son los videojuegos más esperados por esta comunidad online? Estas son algunas de las preguntas que a las que responde esta investigación donde analizamos el perfil de los usuarios de videojuegos en las diferentes plataformas online en las que se relacionan.

Para conocer a la comunidad de gamers en España y cuáles son los videojuegos de los que más hablan y porqué, hemos utilizado el servicio **Hotwire Brand Monitor**. Gracias a él hemos podido saber no solo quiénes son los influencers de esta comunidad sino también sus gustos y pasiones. Para el análisis hemos escogido los últimos meses del año pasado, momento en el que la comunidad gamer aviva el debate sobre los mejores videojuegos y los lanzamientos más esperados.

Desde Hotwire ponemos en contacto a las marcas con sus audiencias y para ello, es fundamental conocer cómo son, qué les preocupa, qué les gusta y qué no. Y si hay una comunidad de usuarios online con poder de prescripción e influencia para las marcas, estos son los gamers. Su capacidad para hacer que un videojuego se convierta en todo un éxito o un fracaso es innegable. Las marcas lo saben y por eso, gran parte de sus esfuerzos de comunicación y marketing se centran en

conectar con esta audiencia.

Si quieres saber más sobre la comunidad gamer en España te invitamos a que descubras las conclusiones de este informe y conozcas un poco mejor a la comunidad gamer española en redes sociales.

¿QUIERES SABER MÁS?

Nuestro servicio Hotwire Brand Monitor puede ayudarte a gestionar la reputación online de tu marca y a conocer en profundidad a tus audiencias. Si quieres saber más sobre este servicio, ponte en contacto con nosotros:

digitalmedia@hotwireglobal.com

EL PERFIL GAMER EN ESPAÑA



¿CÓMO ES EL GAMER EN ESPAÑA?

La comunidad gamer española es una de las más numerosas y con más actividad digital. De su carácter destaca su gran espíritu crítico y que no se deja convencer fácilmente, así se desprende del análisis Hotwire Brand Monitor: Gaming Edition.

Según los datos que hemos encontrado, aunque el perfil de la comunidad gamer online en España es cada vez más heterogéneo, sigue predominando el público masculino entre 25 y 34 años. Además de los videojuegos, son fans del anime y los cómics, el arte y/o la música. Consumen multitud de contenidos en streaming; en música, se decantan por Spotify; en series/películas, por Netflix; en emisiones en directo, por Twitch.

Los gamers consumen productos asociados a videojuegos en marcas donde normalmente no lo harían - como decoración o alimentación - porque les llama la atención que los incluyan en su catálogo.

Los foros de los medios especializados como **Vandal o 3DJuegos** son un punto de encuentro para intercambiar opiniones sobre juegos y consolas, pedir recomendaciones o preguntar sobre regalos de Navidad.



¿QUIÉN INFLUYE A QUIÉN?¹

¹En esta sección se han analizado todos los tweets publicados por estos perfiles durante el periodo de tiempo de análisis, no solo los tweets sobre videojuegos.





De los influencers analizados en Twitter se extrae que hay

dos grupos bastante diferenciados entre sí.

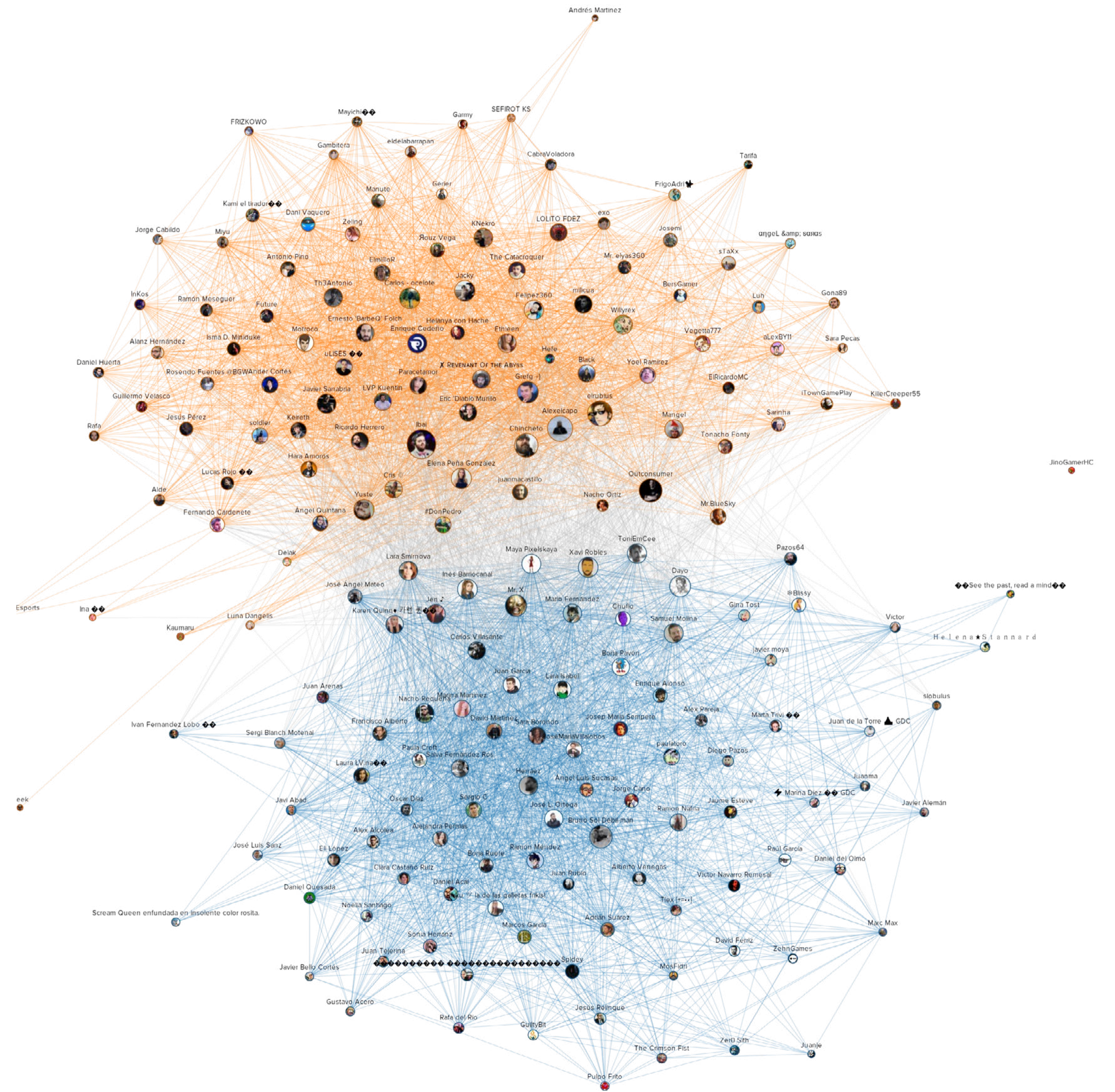
Por un lado, están los periodistas, desarrolladores de juegos, social media managers de desarrolladoras/tiendas gamers/medios u otros expertos en la materia (lo llamaremos Grupo 1); por otro, están los youtubers, streamers y otras personalidades más del mundo de internet (Grupo 2).

Dentro del grupo 1 los perfiles más influyentes por número de conexiones son **Bruno Sol Débil-Man (@YeOLDeNemesis)**, **Xavi Robles (@xavirobles)** y **Mr. Némesis (@enriquegper)**.

En lo que respecta al segundo grupo de influencers, **Ibai (@LVPibai)**, **Alexelcapo (@EvilAFM)** y **El Rubius (@rubiu5)** son los más destacados.

El perfil de **Outconsumer (@Outconsumer)** es el puente por excelencia entre ambos grupos. Además de él, hay otros dos perfiles que también funcionan como nexo, aunque en menor medida: **Elena Peña (@elena_minervae)** e **Inés Barriocanal (@inesbarriocanal)**.

Los influencers más activos por número de publicaciones proceden del Grupo 2, lo cual favorece que los dominios que más se comparten entre ambos grupos sean los de **YouTube, Twitch e Instagram**. Fuera de estas plataformas, lo más compartido procede de Spotify, El País y Amazon.





PlayStation España es la desarrolladora o distribuidora más seguida por los influencers. En el TOP 2 está Koch Media España y en tercera posición Xbox España, esta última igualada con Bandai Namco España.

Lo más comentado entre los influencers es todo lo relacionado con

Nintendo y sus juegos.

(13% de comentarios). En segunda y tercera posición se encuentran Blizzard y Sony Interactive (5,6% y 5,4%, respectivamente). No obstante, sumando las menciones de las dos no igualan el volumen de comentarios generados por Nintendo.

Death Stranding

es el videojuego más comentado por la comunidad de influencers española (4% de comentarios).

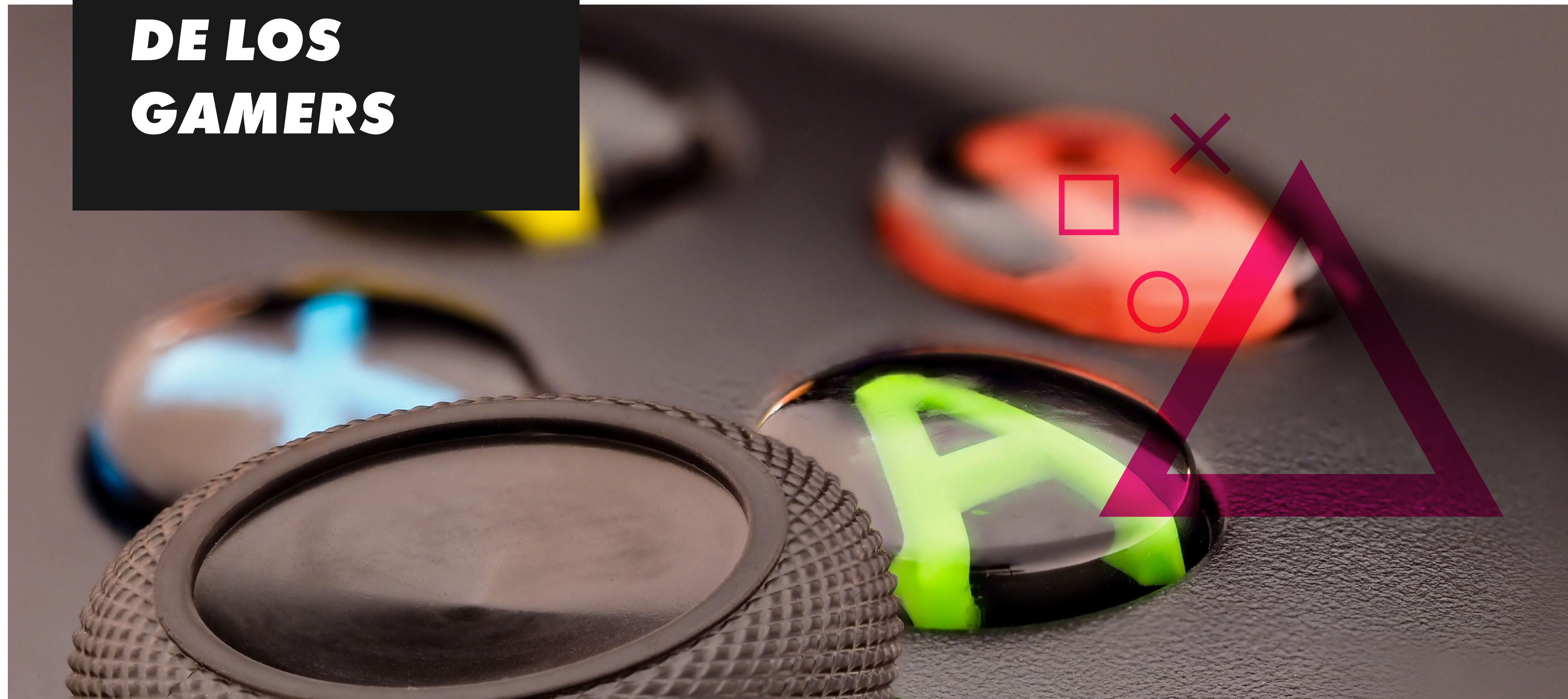
Los videojuegos indies entran en la cuarta posición del ranking de lo más comentado (3,8%), destacando sobre todo Blasphemous. El volumen de menciones a juegos indies es mayor entre los influencers del sector que en la comunidad gamer en general, lo que demuestra que estos perfiles son fundamentales para dar a conocer este tipo de títulos.

En cuanto a las cuentas a las que más mencionan estos influencers, el pódium se lo lleva YouTube, presumiblemente por la actividad en redes sociales de los youtubers. En segundo lugar, se encuentra la cuenta de LoL en España (@lol_es) y, en tercer lugar, la plataforma Facebook Gaming.

Los hashtags más utilizados por los influencers son #worlds2019, #league10 y #deathstranding. Los dos primeros hacen referencia al mundo de los eSports, también muy comentado por la comunidad gamer en general; el segundo está ligado al título más mencionado por los influencers.



PERCEPCIÓN DE LOS GAMERS





Además de analizar a la comunidad gamer en España, hemos descubierto cuáles son los videojuegos que más han mencionado o los más esperados. Para el análisis hemos escogido los últimos meses del año pasado, momento en el que la comunidad gamer aviva el debate sobre los mejores videojuegos y los lanzamientos más esperados.

JUEGOS MÁS MENCIONADOS POR LOS GAMERS EN ESPAÑA

1. **Fortnite:** 212.700 menciones (8,93% del total)
2. **FIFA 20:** 152.050 menciones (6,39% del total)
3. **Minecraft:** 67.462 menciones (2,83% del total)
4. **Death Stranding:** 54.884 menciones (2,30% del total)
5. **Pokémon Espada y Pokémon Escudo:** 42.574 menciones (1,79% del total)

El juego con mayor número de menciones es Fortnite seguido de FIFA 20 y Minecraft. En cuarta posición se encuentra el último juego de Hideo Kojima y, por último, los nuevos títulos de la franquicia Pokemon.

Así, el top 3 de juegos se compone de títulos con un fuerte componente online y multijugador

(Minecraft y FIFA 20 también se disfrutan en solitario), mientras que los restantes que forman la clasificación están enfocados a un disfrute individual, pese a las opciones online/multijugador que incorporan.

FORTNITE

Fortnite es el líder en lo que a menciones se refiere y cuenta con una legión de seguidores. La percepción general de los gamers, sobre todo de los detractores, es que Fortnite es un juego para **niños** de entre 9 y 13 años. Actualmente es uno de los videojuegos más populares en **streaming**: aproximadamente el 50% retransmiten en Twitch y el otro 50% en YouTube, con especial relevancia para #PS4Live.

A pesar de que Apex intentó robarle el trono, **más del 70%** de los jugadores españoles que hablan de sus preferencias sigue escogiendo Fortnite. Entre las razones principales destacan la comunidad de jugadores ya afianzada, las temporadas y los desafíos temporales.

FIFA 20

“¿Cuándo sale **FIFA 20**?” ha sido la sexta tendencia de búsqueda de “¿Cuándo...?” en Google en España en 2019. De este modo, no es de extrañar que el segundo videojuego con más menciones en redes sociales ha sido precisamente este. Con respecto a las valoraciones de los usuarios de redes sociales, FIFA 20 ha superado a PES2020. **Más del 50%** de los gamers españoles consideran que el *gameplay* de PES es mejor por ser más realista y plasmar mejor la sensación de un partido real, pero en todo lo demás gana FIFA.

Según los jugadores españoles que hablan de PES, la falta de opciones offline, la limitación del juego online y los pocos clubes oficiales que incluye el título son las razones mayoritarias por las que se considera un juego inferior a FIFA.

Precisamente, entre los aspectos que más valoran de FIFA los gamers se encuentran sus numerosos modos de juego, además de las posibilidades que ofrece de jugar a fútbol sala y fútbol callejero. La ambientación también resalta (tanto por los comentaristas y sonidos de ambiente, como por la parte más visual en relación con las gradas y reacciones en los partidos), así como las licencias (nombres, diseños de personajes, número de equipos,





estadios, etc.) y la cantidad de servidores para jugar online.

MINECRAFT

El perfil del jugador que habla de Minecraft en RRSS es el de un hombre (67% de las cuentas que mencionan el juego) de entre 25 y 34 años (19%) que se define a sí mismo como un amante de los videojuegos en su biografía.

En cuanto al tipo de comentarios que realiza, destacan las menciones que hacen referencia al mundo del *streaming* o de los vídeos de YouTube (en torno al 25% del total) y quienes hablan de que han vuelto a jugar al juego o quieren jugar a él (aproximadamente el 10% de los comentarios).

DEATH STRANDING

De acuerdo con el análisis de las menciones en redes sociales, **más del 60%** de los comentarios que valoran **Death Stranding** son positivos y proceden de *gamers* que aseguran que no pueden esperar a jugarlo (antes de su salida) o que les ha encantado (tras haberlo jugado).

Y, ¿qué les gusta? El apartado visual, la experiencia de juego, y la profundidad y numerosas opciones de la historia. Además, **Death Stranding es el videojuego más comentado** por la comunidad de *influencers* española (4% de comentarios).

POKÉMON

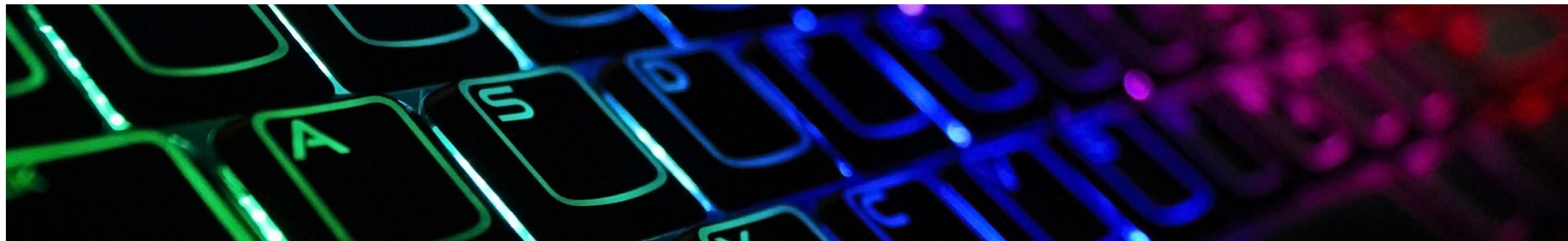
Todos los comentarios analizados sobre la banda sonora de Pokémon Escudo y Pokémon Espada son positivos. La música y el cambio que ha supuesto respecto a entregas anteriores es otro de los comentarios que más destaca entre la comunidad de gamers online.

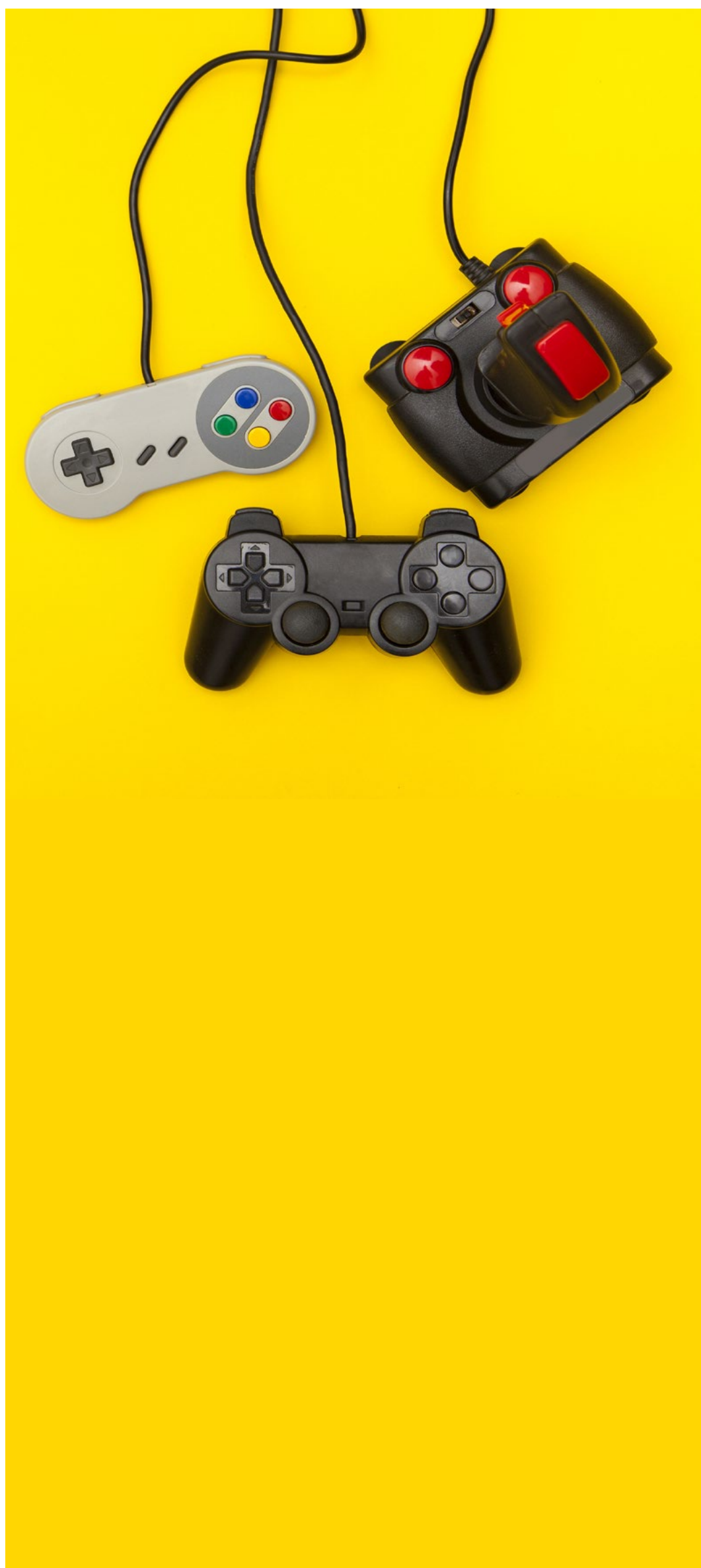
Además, también es reseñable que dos tercios de los comentarios sobre el lanzamiento de ambos juegos giraron en torno a la polémica sobre el aspecto gráfico, con quejas sobre baja calidad de las texturas, sombras y reflejos. Conforme pasaron los días, la jugabilidad y el entretenimiento ganaron.

LOS MÁS ESPERADOS

JUEGOS DE 2020 O SIN FECHA DE LANZAMIENTO MÁS MENCIONADOS:

1. **Overwatch 2**: 11.008 menciones
2. **Final Fantasy VII Remake**: 9.575 menciones
3. **The Last of Us Part II**: 8.433 menciones
4. **Cyberpunk 2077**: 4.208 menciones
5. **Diablo IV**: 2.123 menciones





OVERWATCH 2

Este es el videojuego que aún no ha salido al mercado que más menciones ha generado entre la comunidad gamer, más de 11,008 y muy por delante del segundo.

Prevía a la presentación en la Blizzcon de noviembre, los gamers españoles señalaban que el desarrollo de Overwatch 2 no era una buena decisión puesto que podría dividir a la comunidad en dos juegos en lugar de atraer nuevos players al juego ya existente, considerándolo, así, como innecesario.

Tras el anuncio en la convención de que el cliente será el mismo para Overwatch que para Overwatch 2, con algún contenido bloqueado para los usuarios del primer título, los jugadores confían más en el nuevo desarrollo, pero algo más del 15% sigue viendo el juego como innecesario al considerar que no es material suficiente para una entrega, solo para una actualización o una expansión.

FINAL FANTASY VII REMAKE

Pese a que la mayoría de las menciones que hablan de por qué se espera con tanta ansia tienen un *sentiment* neutral (95%), las positivas copan el tanto por ciento restante (4,5%). Entre estas, destacan los comentarios que califican el tráiler, entre otras palabras del estilo, como “espectacular”, y que aquellos que han podido probar el juego lo describen como, por ejemplo, “extraordinario”.

En general, los fans de Final Fantasy VII Remake destacan del título que se publicará en 2020 que hayan cambiado el combate, pero que también incluya un modo clásico para los más tradicionales. También señalan el apartado visual, mucho más moderno y espectacular.

Además, la opinión más popular de quienes han podido probar el juego, en especial durante la Madrid Games Week, es que es un muy buen juego y no pueden esperar a jugarlo tras su salida.

THE LAST OF US PART II

Muchos gamers esperan con ansia la llegada de The Last of Us Part II. Más del 75% aseguran que el hype se debe a lo excelente que fue la primera entrega. A finales del mes de octubre Naughty Dog y PlayStation anunciaron que el juego se retrasaba hasta mayo de 2020. Esto generó una ola de comentarios en RRSS, en su mayoría considerados neutrales (+85%), pero alrededor del 10% lo vio de forma negativa porque tenía muchas ganas de jugarlo y no podía esperar más tiempo para ello. La conversación que más destaca entre las menciones recogidas trata sobre la posibilidad de que el juego salga remasterizado para PS5, tal y como ya ocurrió con la primera entrega. En este sentido, un tercio de sus jugadores señala que están interesados en esa versión por las posibles mejoras gráficas que traería consigo.



CYBERPUNK 2077

De entre las conversaciones sobre los juegos más esperados para 2020, Cyberpunk 2077 se encuentra en el top 3 de las menciones analizadas. De las menciones que hacen referencia a por qué es tan esperado, solo hay 68 consideradas como positivas y 8 como negativas; el resto son neutrales.

Así mismo, más del 50% de las menciones que se recogen sobre el juego son comparativas entre este juego tan ansiado y The Witcher, de los mismos creadores. Los jugadores esperan que Cyberpunk 2077 sea igual de bueno que The Witcher 2 y 3, y tienen las expectativas sobre su historia, estética y jugabilidad muy altas.

DIABLO IV

El 25% de los jugadores que espera la salida al mercado de Diablo IV tiene pensado jugar en cuanto esté disponible. A pesar de que los gamers lo desean con ganas, en torno al 30% de quienes han comentado en redes sociales y foros por qué lo esperan indican que prefieren que Blizzard se tome las cosas con calma y que el desarrollo sea mejor que el de Diablo III.

Los fans de la saga Diablo consideran positivo el hecho de que Blizzard haya escuchado el feedback de la comunidad sobre los fallos de Diablo III y vaya a tenerlo en cuenta en Diablo IV. Además, consideran que esta acción debería extrapolarse a otras sagas o a títulos en versión beta.

JUEGOS MÁS NOMBRADOS CUANDO SE HABLA DE LA INFANCIA

1. Saga Pokémon
2. Saga Super Mario
3. MediEvil
4. Saga Crash Bandicoot
5. Saga Zelda

Nintendo es la reina de los títulos que recuerdan a la infancia, ocupando con sus juegos tres de los cinco puestos del ranking.

Si los adultos actuales disfrutaron de sus videojuegos cuando eran pequeños, la tónica actual sigue siendo la misma y la compañía continúa a la cabeza del segmento de videojuegos enfocados al entorno familiar y a los niños. Tal es así, que **más del 50%** de

las personas que compra los títulos de Mario Bros lo hace pensando en jugar con amigos o familia. Además, los juegos de Nintendo y la Nintendo Switch son el **regalo gamer** más buscado para niños de menos 10 años por la cantidad de opciones de juegos que hay para su edad.

Por otro lado, quienes mencionan MediEvil como uno de sus juegos de la infancia indican también que quieren jugar al remake de PS4 o que lo han hecho ya y lo han disfrutado como antaño.

En cuanto a Crash Bandicoot, las menciones destacan la primera entrega de la famosa trilogía de Naughty Dog y la última, y la mitad de los gamers comenta de forma muy positiva el remake de 2017.

TENDENCIAS A SEGUIR EN EL UNIVERSO GAMER





A TODO EL MUNDO LE GUSTAN LOS INDIES

A diferencia de los juegos AAA, que generan un 35% de Net Sentiment (68% positivo y 32% negativo), en el caso de los juegos indies esta cifra aumenta considerablemente, alcanzando un 61% de Net Sentiment². Además, los comentarios negativos se reducen prácticamente a la mitad (19%) y los positivos se incrementan hasta el 81%.

JUEGOS INDIES MÁS MENCIONADOS

1. **Blasphemous:** 11,492 menciones
(35,59% del total de juegos indies)
2. **Shenmue III:** 5,445 menciones
(15,44% del total de juegos indies)
3. **Untitled Goose Game:** 5,381 menciones
(15,26% del total de juegos indies)
4. **Stardew Valley:** 2,101 menciones
(5,96% del total de juegos indies)
5. **Gris:** 2,051 menciones
(5,82% del total de juegos indies)

²El Net Sentiment es un indicador de la percepción que los consumidores tienen de una marca o producto y puede ser positivo o negativo. En este caso, el 65% de las menciones online a estos juegos son neutrales y este 35% refleja una percepción positiva o negativa.

La clasificación la abre un juego que salió al mercado este mismo mes de septiembre y que su origen data de un Kickstarter de 2017, Blasphemous. Este juego español de estilo Metroidvania está inspirado en la tradición religiosa de Andalucía, lo cual ha sido uno de los puntos que más ha llamado la atención de los jugadores.

La segunda posición se encuentra otro juego popularizado por su campaña de Kickstarter, Shenmue II, del que hay sentimientos encontrados en redes sociales: hay quien está defraudado por el juego ya que esperaba más de él tras tanto tiempo de desarrollo, y quien está encantado.

Untitled Goose Game, el famoso juego del ganso, ocupa la tercera posición, muy cerca de Shenmue III. Los jugadores en redes sociales destacan su diversión por encima de otros factores.

Stardew Valley y Gris cierran el ranking con prácticamente el mismo número de menciones. Ninguno de los dos títulos es de 2019, pero los gamers españoles continúan hablando sobre ellos en redes sociales y foros.

GAMERS CADA VEZ MÁS CONCIENCIADOS

Nuestro estudio ha puesto de manifiesto que los gamers españoles están cada vez más concienciados. Un claro ejemplo de esto son las críticas a las máquinas tragaperras y ruletas que se muestran en **NBA 2K20**, teniendo el título una calificación PEGI 3.

Además, aunque es una conversación minoritaria (<10% de las menciones sobre la compañía), hay un grupo de jugadores que ha comentado las últimas noticias sobre la **discriminación y sexismo** en Riot Games, pidiendo a la desarrolladora que cambie su cultura de trabajo en aras de una sociedad más igualitaria.

Por último, tampoco parece gustar mucho que algunos streamers y youtubers de CSGO promocionen casas de apuestas teniendo en cuenta que una buena parte de su audiencia es menor de edad o que a esos vídeos pueden llegar niños.





SOBRE HOTWIRE

Hotwire, la agencia de comunicación global, ayuda a los directores de marketing a entender y conectar mejor con sus consumidores. Desde Sidney hasta San Francisco, trabajamos con una filosofía de trabajo sin fronteras en 22 mercados incluyendo Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia y Australia, y en colaboración con las agencias Yellow Communications en Holanda y Bélgica, Active DMC en Oriente Medio y con VIANEWS en Brasil, así como otros socios afiliados. Para más información, por favor, visita:

www.hotwireglobal.com

🐦 [/hotwire_es](https://twitter.com/hotwire_es)
in [/company/hotwireespana](https://www.linkedin.com/company/hotwireespana)
📷 [/hotwire_es](https://www.instagram.com/hotwire_es)
f [/hotwireglobal](https://www.facebook.com/hotwireglobal)





INSERT COIN

Hotwire

Digitalmedia@hotwireglobal.com

HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY