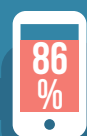


IMPACTOS POSITIVOS
DOS JOGOS
ELETRÔNICOS

SÃO PONTO DE CONEXÃO
ENTRE PAIS E FILHOS



DOS PAIS GAMERS SÃO A FAVOR DOS FILHOS JOGAREM



DOS PAIS JOGAM COM OS FILHOS

GAMES AGREGAM
CONHECIMENTO
E DESENVOLVEM HABILIDADES



ACHAM QUE GAMES CONTRIBUEM PARA O FUTURO DOS FILHOS DE ALGUMA MANEIRA

MEDOS »



VÍCIO - QUE PASSEM TEMPO DEMAIS JOGANDO



QUE SE ESTIMULEM PARA A VIOLÊNCIA



QUE PIOREM O APROVEITAMENTO ESCOLAR



QUE ALGUÉM USE O JOGO PARA SE APROXIMAR MALICIOSAMENTE DELES

CONTROLE »



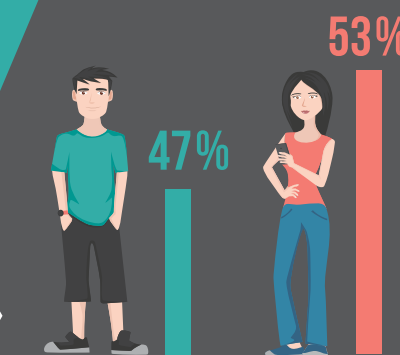
CONTROLA O TEMPO DE JOGO



CONTROLA O TIPO DE JOGO

PERFIL
DO GAMER
2017

GÊNERO »



FAIXA ETÁRIA

28%
16 A 24 ANOS

38%
25 A 34 ANOS

30%
35 A 54 ANOS

O PERFIL PREDOMINANTE DOS GAMERS NO BRASIL É DE MULHERES, COM IDADES ENTRE 25 E 54 ANOS, QUE MORAM EM SÃO PAULO E TEM UMA RENDA MENSAL DE R\$ 2.650,00 À R\$ 5.240,00

HÁBITOS E
FREQUEN-
CIA

SEM EXAGEROS »



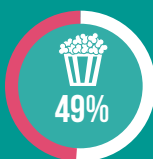
SE CONSIDERAM CASUAL GAMERS

ENQUANTO APENAS

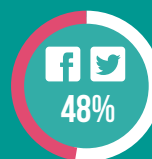


SÃO HARD CORE GAMERS

TEM OUTRAS ATIVIDADES ALÉM DE JOGAR



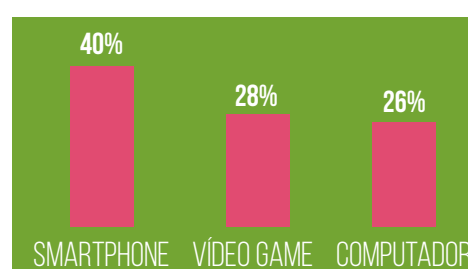
VÃO AO CINEMA



ACESSAM REDES SOCIAIS

**PLATAFOR-
MAS**

PLATAFORMA PREFERIDA »

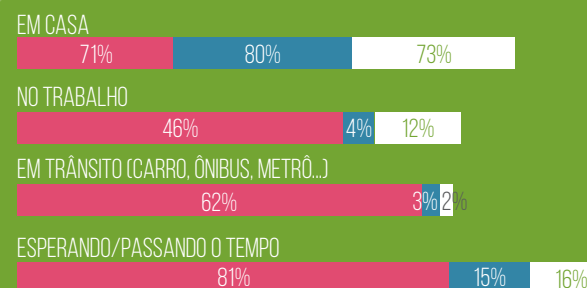


ONDE JOGA?

SMARTPHONE

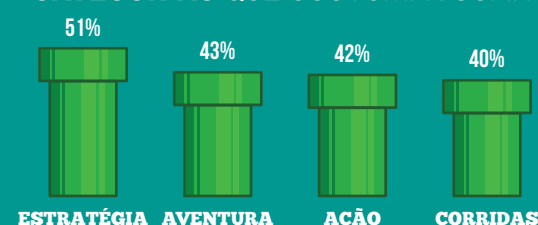
VÍDEO GAME

COMPUTADOR



CARACTERÍSTICAS
DOS JOGOS

CATEGORIAS QUE COSTUMA JOGAR



DESAFIOS PREFERIDOS »

DIVERSAS FASES, PARA IR PASSANDO DE NÍVEL 59%

PENSAR, DEFINIR UMA ESTRATÉGIA 48%

QUE SEJA DESAFIADOR 43%

**CONCLU-
SÃO**

A PESQUISA GAME BRASIL 2017 MOSTRA QUE O JOGO ELETRÔNICO É CADA VEZ MAIS POPULAR E BEM ACEITO NO BRASIL.

O domínio das mulheres entre as usuárias de games permanece em 2017, que preferem o celular como plataforma de jogo.

A grande descoberta é que pais adoram jogar com seus filhos e por este motivo, o Game é um ponto de conexão entre essas duas gerações. Os pais também acreditam que jogar contribui de uma forma positiva para o futuro de seus filhos uma vez que desenvolve habilidades de raciocínio e conhecimentos necessários. Embora os pais estejam cientes de que possam existir perigos, eles controlam de alguma forma o tempo e o tipo de jogo,

e portanto, não veem os jogos como um lazer prejudicial e viciante. Como categorias preferidas, estão os jogos que promovem estratégia, aventura e ação. Aqueles que promovem mais fases e recompensas são os que mais agradam.

A Blend New Research considera que a Gamificação gera uma nova tendência para o mercado corporativo. Por serem cativantes, desafiadores e manterem seus jogadores conectados e engajados, os games podem trazer valiosos aprendizados para para se explorar nos ambientes de negócios das empresas. Mais do que isso, os games podem gerar inovação para as empresas aplicarem em suas plataformas de negócios.

SAIBA
MAIS

GOSTARIA DE MAIS INFORMAÇÕES SOBRE O GAME BRASIL 2017? ENTÃO FALE COM A GENTE:

LUCASPESTALOZI@BLENDNEWRESEARCH.COM.BR
TEL. 11 3755 3009

» WWW.PESQUISAGAMEBRASIL.COM.BR
» WWW.BLENDNEWRESEARCH.COM.BR