Publicado en Mexico el 04/01/2023

# [Adsmovil: El 51% de los mobile gamers en México son mujeres](http://www.notasdeprensa.es)

## La totalidad de los encuestados prefiere el smartphone como dispositivo para jugar

 La digitalización hace parte de la vida cotidiana de los mexicanos, el canal online se consolidó como el preferido para comprar, trabajar, estudiar y relacionarse, e incluso como medio de entretenimiento y ocio. En este sentido ven que los hábitos de consumo se consolidan con mayor fuerza en el ecosistema digital, por lo que la interacción del consumidor con la marca también está en constante transformación y adaptación a los canales digitales. Actualmente el mobile gaming se posiciona como una de las actividades de ocio más importantes y preferidas por los mexicanos, una tendencia que sigue en auge y crecimiento constante. Es importante entender que los juegos ya no son medios de consumo esporádicos, sino que existen comunidades masivas en línea, constituyendo un consumidor atento e interactivo, al que las empresas deben conocer para implementar y ejecutar sus campañas publicitarias en este entorno de manera efectiva. Un reciente estudio realizado por Digital Turbine y difundido por Adsmovil de forma exclusiva en Latinoamérica, da a conocer cuál es el perfil del gamer mexicano, así como sus hábitos de consumo, donde se refleja que durante las actividades de juego en el último mes el 49% de los mexicanos ha jugado o descargado un videojuego de manera gratuita. Perfil de los jugadores y sus hábitos en MexicoLa investigación da a conocer que la mujeres representan el 51% de los mobile gamers; que el 79% de los jugadores tiene entre 16 y 44 años. Y que entre los juegos preferidos se destacan los que son tipo acción y aventura 71%, tirador 66%, acción y plataforma 58%, battle royale 50% y puzzle con el 49%. Los gamers mexicanos juegan desde cualquier dispositivo, sin embargo, el smartphone es el preferido de todos. Mientras que el 56% desde la consola de juegos y el 47% juega a través de la PC/Laptop. Otro de los aspectos importantes que se destacan en el estudio son las preferencias y relación con las marcas que tienen los mexicanos al momento de elegir un producto online, donde el 59% dice que investiga en internet antes de realizar la compra, y el 41% utiliza códigos y cupones de descuento. Conocer las preferencias e intereses de los jugadores es clave para que los anunciantes puedan captar su interés. En este aspecto el 78% de los gamers mexicanos manifiesta interés en las películas y el cine, el 77% en música y el 72% en tecnología. "Es importante para los anunciantes conocer no solo la preferencia de contenido asociado al juego y otras actividades que realizan los gamers al momento de jugar, sino saber si están interesados en los anuncios que aparecen en estos y qué productos son los que más captan su atención. De esta manera se puede impactar no solo a través del mensaje adecuado en el momento justo sino principalmente impulsar la compra de productos de interés según el perfil del consumidor para que las marcas logren maximizar el retorno de la inversión realizada", afirmó Alberto Pardo, CEO y Fundador de Adsmovil.  Según la encuesta, los consumidores afirman que descubren las marcas en línea a través de los motores de búsqueda (36%), los anuncios en las redes sociales (36%) y las recomendaciones de voz a voz (33%). Los gamers mexicanos afirman que, al comprar en línea los factores que aumentan la probabilidad de comprar un producto son: la entrega gratuita (65%), los cupones/descuentos (47%), la entrega al día siguiente (46%) y la facilidad del proceso de compra en línea (42%). Para conocer más acerca del perfil del jugador mexicano los invitamos a descargar la infografía del estudio: aquí

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-el-51-de-los-mobile-gamers-en-mexico](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Telecomunicaciones Sociedad Juegos E-Commerce Dispositivos móviles Gaming



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)