Publicado en México el 24/05/2023

# [Adsmovil: el consumo digital en las mujeres mexicanas lidera el mobile gaming](http://www.notasdeprensa.es)

## Según una encuesta realizada de forma exclusiva por Adsmovil 50,6% de las jugadoras tiene entre 16 y 34 años

 El mundo ha cambiado y de la misma manera surgen nuevas formas de interacción entre los consumidores. Dentro de este paradigma del ecosistema digital se consolidan nuevos hábitos de consumo, socialización y ocio, donde el mobile gaming ocupa un lugar más que relevante entre estos. En el mundo según datos de Statista, se proyecta que los ingresos en el mercado del mobile gaming alcancen los US$286.500 millones en 2023, además que ascienda la cantidad de usuarios a 2320 millones para 2027. Estimando que la penetración de usuarios será del 25,1% en 2023, se espera que alcance el 29,2% para 2027. El alcance cada vez es mayor y los modelos de gamificación se convierten en una excelente oportunidad para llegar a más consumidores de una manera efectiva y generando muy buenos resultados a los anunciantes. "El mobile gaming ofrece un entorno seguro así como una mejor predisposición y atención del usuario al momento de jugar - espacio de ocio y relajación -estos son algunos de los factores que hacen, sumado a su alcance, que sea parte de la estrategia publicitaria de las empresas", sostiene Alberto Pardo CEO and Founder de Adsmovil. Por lo enumerado anteriormente es importante que las marcas conozcan el perfil de los consumidores y ante este escenario Adsmovil, empresa adtech que permite la compra de publicidad programática multipantalla basada en una segmentación avanzada, ha realizado un análisis y difundido un estudio compartido por Digital Turbine, su representante exclusivo para el mercado latinoamericano acerca de las mujeres gamers mexicanas en relación a los sus hábitos de consumo online. El estudio refleja que el 50,6% de las jugadoras tiene entre 16 y 34 años. Y que al momento de realizar una compra el 62,9% tienen en cuenta que la entrega sea gratuita y el 50,7% que las marcas ofrezcan cupones y descuentos. El 77.1% de las gamers mexicanas centran sus intereses personales en películas, cine y música, mientras que el 73,1% en cocina y en temas relacionados con la salud personal, y el 67,3% en belleza y cosmética. Conocer cómo descubren una marca es primordial para poder establecer estrategias para los consumidores. En este aspecto el 38,4% llega a la marca a través de los anuncios en redes sociales, el 36,4% a partir de recomendaciones de familiares y amigos, y el 31% desde los motores de búsqueda. "Que los anunciantes conozcan las preferencias de contenido asociado al juego, así como otras actividades que realizan los gamers al momento de jugar y que puedan saber si están interesados en los anuncios que aparecen en estos y qué productos son los que más captan su atención es importante para que puedan generar  el mensaje adecuado para captar su atención y además hacerlo en el momento exacto, esto principalmente con el objetivo de impulsar la compra de productos a partir del interés según el perfil del consumidor, obteniendo un retorno de la inversión maximizado", cerró el vocero.  Según la encuesta, los consumidores afirman que antes de comprar un producto lo investigan principalmente a través de las redes sociales (60,2%), los motores de búsqueda (50,4%), reseñas de consumidores (44,7%) y sitios de comparación de precios (27,6%). Las gamers mexicanas sostienen en cuanto a la interacción con las marcas que entre los principales canales priorizan el sitio web (62,2%), seguirla en una red social (45,8%), ver un video de la marca (30,1%), y utilizar un código QR  (20,4%). Es importante comprender que al momento de realizar la compra tienen en cuenta los productos que consideran de alta calidad (62,4%), recompensas y descuentos ofrecidos (49,6%) y la atención recibida (47,1%).

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

+54 9 11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-el-consumo-digital-en-las-mujeres](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Entretenimiento Innovación Tecnológica Gaming



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