Publicado en Mexico el 03/10/2022

# [Adsmovil: La generación Z y los Millennials pasan más tiempo jugando en el celular](http://www.notasdeprensa.es)

## Las personas dedican 3.5 horas diarias a los dispositivos móviles, de las cuales el 11% corresponde a videojuegos móviles

 El Mobile Gaming es sin duda una tendencia que llegó para quedarse, y que hoy en día trasciende a todas las generaciones. Según el informe Gamer Generations 2022 compartido por Digital Turbine, partner exclusivo de Adsmovil, se estima que para el 2023 habrá 7.000 millones de Mobile Gamers en todo el mundo. Es un sector que se mantiene sólido y cuyos ingresos tienden al crecimiento, según cifras de Udonis ya que el gasto de los consumidores de videojuegos móviles alcanzó los 116.000 millones de dólares el año pasado, y se prevé que para el 2025 ascienda a 138.000 millones de dólares. Ante este contexto favorable, el avance de la tecnología, la penetración de Internet y en especial el aumento del uso de dispositivos móviles, permite que las personas tengan mayor acceso a los videojuegos, haciendo que el gaming forme parte de las actividades diarias de entretenimiento de todas las generaciones y sea una oportunidad de visibilidad para las marcas.  La postura de cada generación frente al gamingMuchos consumidores jóvenes piensan que el juego tiene un valor práctico y cultural. Según el informe de Gaming attitudes by generation compartido por  Adsmovil y realizado por GWI: el 40% de los jugadores de la generación Z y el 37% de los millennials afirman que interactúan con los videojuegos a menudo, ya sea hablando de ellos, visitando comunidades en línea, sitios web y blogs, o escuchando podcasts. A su vez, las generaciones mayores como la generación X y los boomers juegan principalmente para distraerse. Sin duda, los juegos son una forma importante de entretenimiento para todos, y los estudios ratifican que el gaming forma parte de las actividades diarias de todas las generaciones. Según Informe de Newzoo sobre las generaciones de gamers – 2021, puedan analizar como interactúan las personas con los juegos a través de sus dispositivos móviles, según a la generación que pertenezcan:  Los usuarios dedican 3.5 horas diarias a los dispositivos móviles, de las cuales el 11% corresponde a videojuegos móviles. La generación Z dedica un 25% de su tiempo libre a los videojuegos, mientras que los baby boomers dedican un 10%. El 67% de los jugadores millennial juegan y ven contenidos de videojuegos, frente al 51% de la generación X. El 92% de los baby boomers que juegan lo hacen para relajarse. "Creemos que el desafío de las marcas, está en llegar en el momento correcto con contenido de valor que sea atractivo para todas las generaciones que juegan en sus dispositivos móviles. En este sentido, los anunciantes que están en el entorno de los videojuegos, pueden aprovechar la visibilidad que se ofrece a través de diferentes formatos, contenido y temáticas para entablar relaciones con todas  las generaciones de acuerdo a sus intereses. De esta manera reafirmamos que el Mobile gaming es una pieza clave dentro del mix de medios en la publicidad digital", afirma Alberto Pardo, Fundador and CEO de Adsmovil.  La industria del Mobile Gaming es una de las más exitosas hasta el momento y presenta una tendencia en crecimiento en donde las marcas pueden beneficiarse y tener la oportunidad de planificar sus estrategias de comunicación, dirigidas a múltiples audiencias desde niños hasta adultos mayores en un mismo canal.

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-la-generacion-z-y-los-millennials](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)