Publicado en México el 29/10/2021

# [ADSMOVIL: Mobile gaming 2021, el 51% de los jugadores mexicanos son hombres](http://www.notasdeprensa.es)

## Una encuesta realizada arrojó que el 74% de los adultos mexicanos juegan en sus dispositivos, entre 2 y 3 veces por día lo hacen el 66% de los encuestados

 El año pasado, la forma de trabajar, relacionarnos y consumir cambió para siempre. La digitalización traspasó todas las esferas sociales y el canal online pasó a ser el preferido para comprar, trabajar, estudiar, relacionarse y entretenerse. Los hábitos de consumo han cambiado y continuarán haciéndolo de la mano de la tecnología. A medida que evolucionó el aislamiento mundial, los consumidores modificaron la forma de interactuar y consumir contenido, cuya tendencia se ha mantenido hasta el día de hoy. El mobile gaming se disparó durante ese período como una de las actividades de ocio más importantes y preferidas por los mexicanos y ¡esta tendencia llegó para quedarse! Los juegos ya no son medios de consumo esporádicos, sino que ahora son la base de nuevas comunidades masivas en línea. Un reciente estudio realizado por Adcolony y difundido por Adsmovil, su partner exclusivo en Latinoamérica, da a conocer cuál es el perfil del gamer mexicano, así como sus hábitos de consumo, donde se refleja que ha aumentado la periodicidad y cantidad de veces que se accede al dispositivo móvil para jugar, pues el 66% de los encuestados juega entre 2 a 3 veces al día y el 28% tiene al menos 2 juegos diferentes. >>> Perfil de los jugadores y sus hábitos en México: La mayoría de los adultos en México pasan tiempo jugando en sus dispositivos móviles (74%). Cuando analizamos los grupos por edad en México, se ve que la masa de jugadores móviles se extiende sobre un amplio rango de edades que van desde los 14 a los 65 años y entre los juegos preferidos se destacan los que son tipo acción y aventura 71%, shooting 71%, combate 53% y puzzle/trivia/word 52%. Entre las principales razones para jugar están: la relajación 67%, entretenimiento 58% y porque el jugador es bueno 56%. Otro de los aspectos importantes que se destacan en el estudio son las actividades online que los jugadores móviles en México realizan mientras utilizan el dispositivo móvil, entre ellas: escuchar música, mirar TV, navegar en redes sociales y comunicarse con otros a través de ellas. “Es importante para los anunciantes conocer no solo la preferencia de contenido asociado al juego y otras actividades que realizan los gamers mientras juegan, 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 la idea es impactar no solo con el mensaje relevante en el momento justo sino impulsar la compra de productos de interés según el perfil del consumidor para que las marcas logren maximizar los beneficios de la inversión realizada”, afirmó Alberto Pardo Fundador and CEO Adsmovil. Según la encuesta, el 59% de los jugadores está dispuesto a ver anuncios con recompensa para avanzar en los juegos, y las categorías en las que se encuentran interesados son productos de cuidado personal, productos de limpieza, leche y café, entre otras. >> Para conocer más acerca del perfil del jugador mexicano invitan a descargar la infografía del estudio: https://adsmovil.com/wp-content/uploads/mobile-gaming-research-mexico-2021.pdf

**Datos de contacto:**

Virginia Sassone

www.somosraku.com

+5491164105227

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-mobile-gaming-2021-el-51-de-los](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Marketing Juegos Entretenimiento E-Commerce Software Dispositivos móviles Ciudad de México Gaming



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