Publicado en México el 14/08/2020

# [Adsmovil presenta estudio de Mobile gaming 2020: El 69% de los adultos mexicanos juegan en sus dispositivos](http://www.notasdeprensa.es)

## Los jugadores mexicanos pasan más de 4 horas al día en su dispositivo móvil. Películas, música y tecnología son los principales intereses personales de los jugadores

 El mobile gaming se disparó durante el aislamiento social como una de las actividades de ocio más importantes y preferidas por los mexicanos. Y sin lugar a dudas, el 2020 ha sido un punto de inflexión para esta industria que ya no será la misma. Los juegos ya no son medios de consumo esporádicos, sino que ahora son la base de nuevas comunidades masivas en línea. Están evolucionando hacia "terceros espacios", un lugar que no es el hogar o trabajo, sino donde los jugadores pueden socializar en sus propios términos. Los juegos móviles recibirán un gran impulso con la expansión de la red 5G, lo que permitirá que los juegos en línea en tiempo real se acerquen aún más a la experiencia de la consola doméstica. Hacer que los jugadores escapen de su vida cotidiana sigue siendo la clave de los videojuegos, y una, que las franquicias de videojuegos continuamente intentan dominar. Un reciente estudio presentado por Adsmovil, realizado por Globalwebindex para Adcolony, da a conocer cuál es el perfil del gamer mexicano, así como sus hábitos de consumo, donde se refleja que los contenidos a través de Internet son el rey, y algunas de las actividades favoritas son el uso de las redes sociales, chatear y mirar videos. Análisis del perfil de los jugadores y sus hábitos en MéxicoLa mayoría de los adultos en México pasan tiempo jugando en sus dispositivos móviles (69%). Cuando se analiza a los grupos por edad en México, se ve que la masa de jugadores móviles se extiende sobre un amplio rango de edades, diferente a lo que sucede con los juegos de computadora y consola. La razón por la cual a las diferentes generaciones les gustan los juegos móviles es que existen varios tipos de juegos que atraen a todos: siendo los preferidos los juegos de acción y aventura con un 68,3%, seguidos por los de rompecabezas con 52,8% y de carreras 52%. El 84% de los usuarios de internet juegan por lo menos en un dispositivo y los jugadores móviles mexicanos pasan más de 4 horas al día en su dispositivo móvil. Respecto al sistema operativo, el 86% de los jugadores tienen Android y el 14% iOS. Otro de los aspectos importantes que se destacan en el estudio son las actividades online que realizan los jugadores móviles en México, entre ellas: redes sociales, uso de aplicaciones de mensajería, visitas a motores de búsqueda y reproducciones de videos como lo más frecuente. Mirar TV es parte de las actividades de los gamers, pero ya no se realiza de manera tradicional. Hoy el gamer es multipantalla, es decir que consumen contenido por varias pantallas al mismo tiempo. En México los usuarios usan sus teléfonos móviles a una tasa de 94.5% mientras mira televisión, 67.7% de los que ve televisión también pasa tiempo en sus computadoras y la tasa de quienes usan tablets mientras miran televisión es del 24,9%. En esa “2da pantalla” las actividades más frecuentes son usar redes sociales, chatear y leer correos electrónicos. Entre otros intereses de los gamers mexicanos figuran el cine 87,3%, la música 82,7%, la tecnología 76,6%, el cuidado personal 68,4%, comida y bebidas 66,1%. Seguidos por libros y literatura con el 62.3%, viajes con 61.5%, y deportes con 58,5%. Invitan a descargar la infografía del estudio: https://bit.ly/3hQ11YP Acceso al reporte completo aquí Sobre AdsmovilAdsmovil es la compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad móvil en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. Fundada en 2009, es uno de los actores más premiados en la industria de la telefonía móvil, con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, México y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles, Chicago y Nueva York). La empresa desarrolla campañas integradas, con un fuerte brazo Ad Tech, que permite la compra programática, la segmentación avanzada y la creación de audiencias específicas basadas en DATA. Los pilares de la compañía están basados en soluciones programáticas, así como componentes tecnológicos de geolocalización, atribución física y herramientas de segmentación mobile, ofreciendo a las marcas formatos de alto impacto y video instant play HD a través de su plataforma de DSP y un Mobile AdExchange (SSP). La compañía fue fundada por Alberto Pardo, actual CEO. Para más información visitar: www.adsmovil.com o @Adsmovil en Facebook, Twitter e Instagram.

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-presenta-estudio-de-mobile-gaming\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Marketing Juegos E-Commerce Dispositivos móviles Gaming



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