Mobile Gamers en Centroamérica

Fuente: Encuesta sobre el inventario de DT, Q3 2022

adsmovil

#### Género

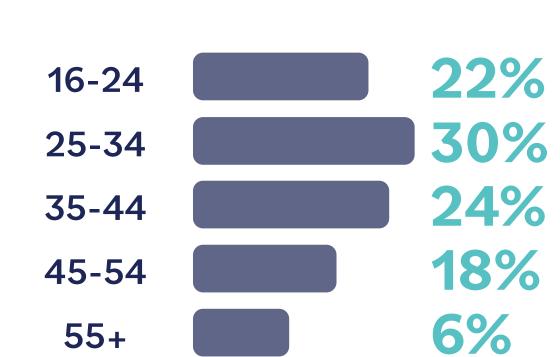


Femenino 52%



Masculino 48%

### Edad



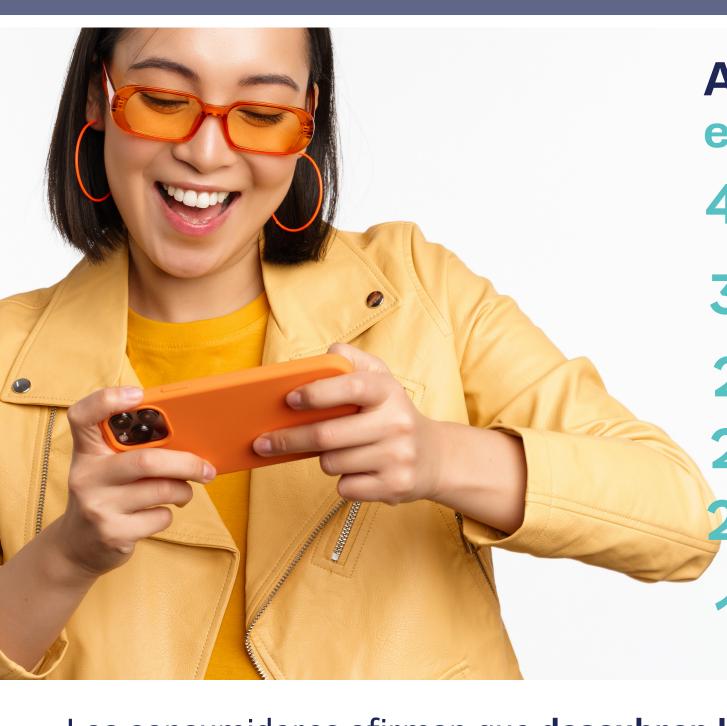
### Intereses de los Mobile Gamers

Películas / Cine Música Tecnología Comidas y bebidas Salud personal 87% 82% 69% 65% 62%

Televisión Cocinar Comer fuera Comida saludable 58% 52% 46% 43%

# Géneros de juego preferidos

50% 56% 65% 57% 47% **Tirador** Acción / Acción / **Puzzle Deportes Plataforma Aventura** 38% 43% 41% 26% 35% Lucha Simulación **Battle** Supervivencia Carreras Royale



# Actividades de juego

en el último mes

48% Ha jugado o descargado un videojuego gratuito

Ha jugado en línea con sus amigos de la vida real

Ha visto una transmisión de juegos en directo

Ha usado un servicio de suscripción como XBOX LIVE, PlayStation Plus o Steam

20% Ha visto un torneo de esports

Ha jugado mediante una plataforma de juego en la nube/servicio de streaming

Los consumidores afirman que descubren las marcas en línea a través de:

45% Motores de búsqueda

43% Anuncios vistos en las redes sociales

40% Anuncios vistos en sitios web

38% Anuncios vistos en aplicaciones móviles

32% Recomendaciones de voz a voz

27% Sitios web de marcas/productos

24% Sitios web de retail

22% Recomendaciones en las redes sociales

O/ Drogra

21% Programas de televisión / películas

A la hora de comprar por Internet, las características que aumentan la probabilidad de que los mobile gamers compren un producto son:

67% Entrega gratuita

**62%** Cupones y descuentos

54% Proceso de compra en línea sencillo

53% Entrega al día siguiente

43% Reseñas de otros clientes

39% Política de devoluciones sencilla

32% Puntos de fidelidad

28% Posibilidad de diferir los pagos sin intereses añadidos

¿Quieres más información? Contáctanos

