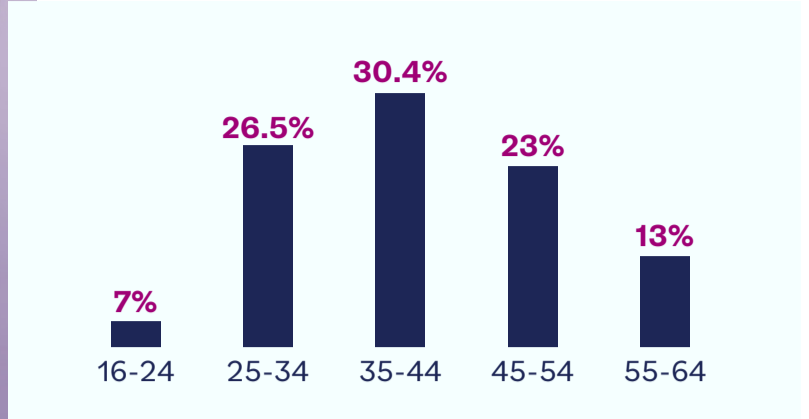


Padres Mobile Gamers en LATAM

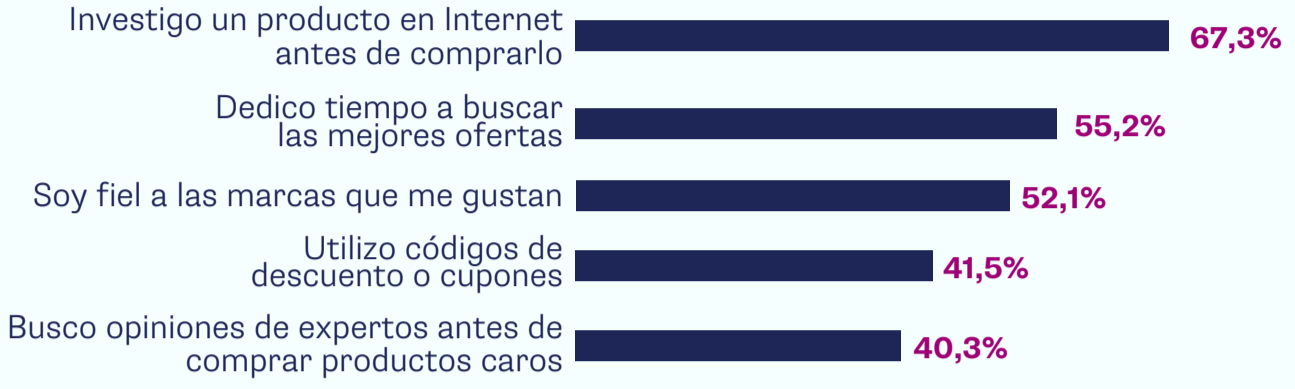
Fuente: GWI Q1 2023



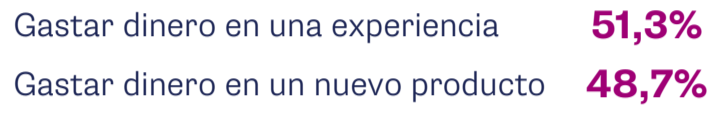
Edad



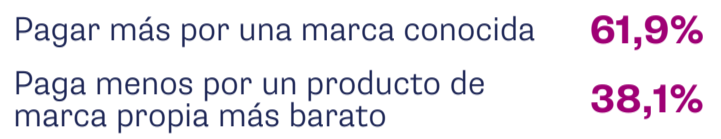
¿Qué tipo de consideraciones tienen sobre las relaciones con las marcas?



Producto vs Experiencia



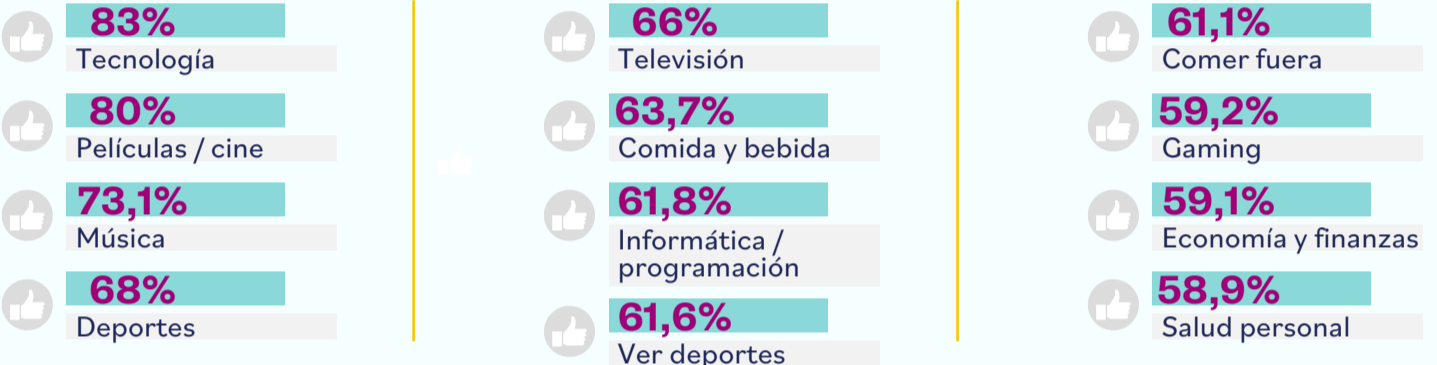
Familiaridad vs Precios



Grandes retailers vs locales



Intereses personales



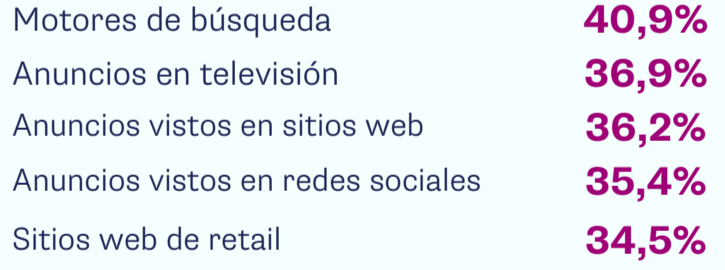
¿Cómo descubren una marca?



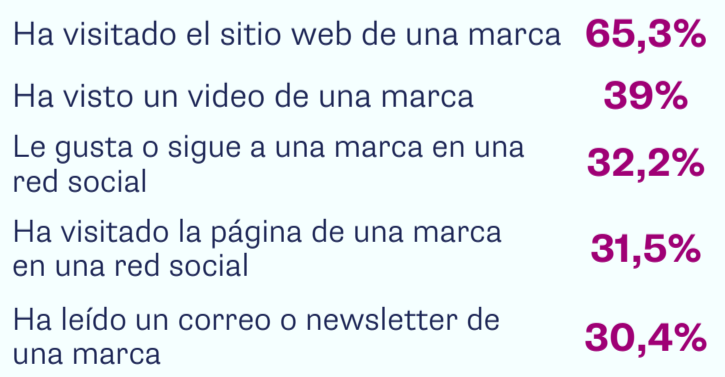
¿Cómo les motivan las marcas?



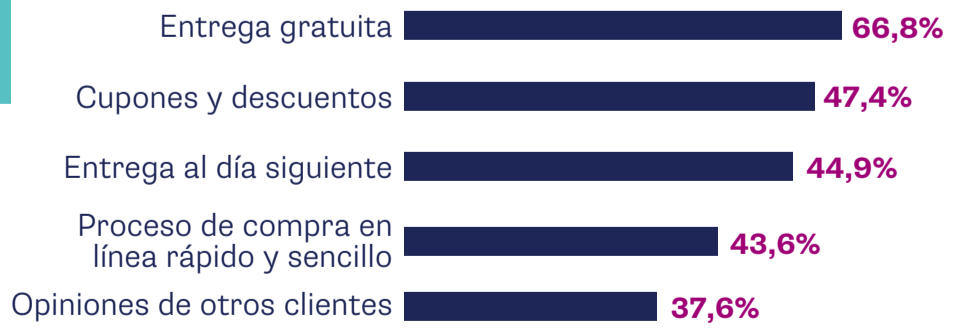
¿Cómo investigan un producto en Internet?



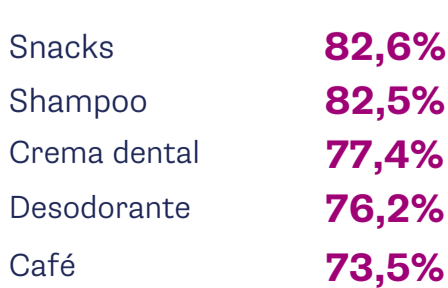
¿Qué acciones han realizado para interactuar con las marcas en el último mes?



¿Qué características de la marca les motivan a comprar por Internet?



En el último mes, ¿cuáles de estos productos han comprado? (Menor)



En el último mes, ¿qué productos ha comprado? (Mayor)

