

# Padres Mobile Gamers en LATAM

Fuente: GWI Q1 2023



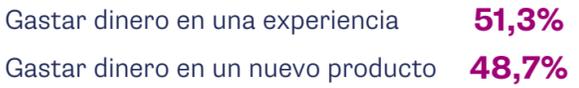
## Edad



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



## Producto vs Experiencia



## Familiaridad vs Precios



## Grandes retailers vs locales



## Intereses personales



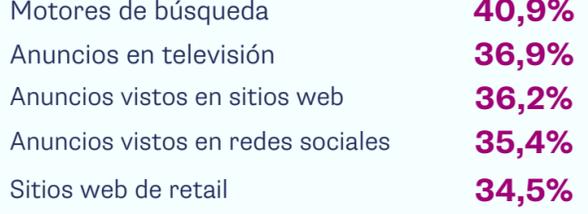
## ¿Cómo descubren una marca?



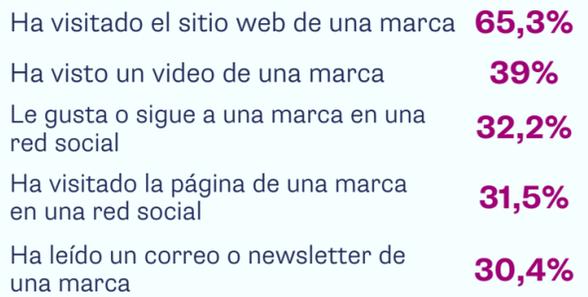
## ¿Cómo les motivan las marcas?



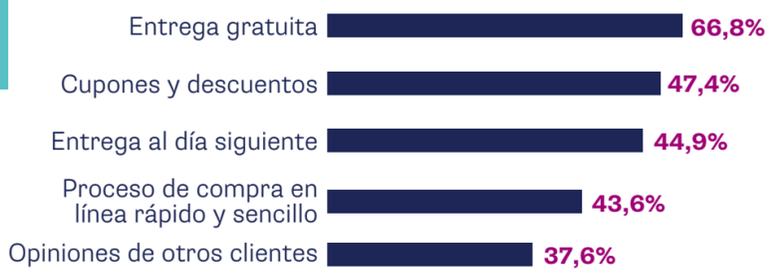
## ¿Cómo investigan un producto en Internet?



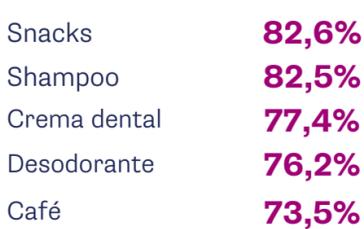
## ¿Qué acciones han realizado para interactuar con las marcas en el último mes?



## ¿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)

