

Gamers: El 16% de peruanos son usuarios de videojuegos

La pandemia trajo consigo cambios en la interacción social de las personas a fin de preservar la salud y una migración al mundo digital. De esta forma, tanto en Perú como en el mundo, hay una mayor cercanía a los videojuegos debido a la explosión del uso de dispositivos móviles, señala la consultora global GfK.

Es así que en el 2022, el 16% de peruanos declaró que juega videojuegos en comparación a solo al 9% durante el 2021, indicó el estudio de *GfK Consumer Life*.

La versatilidad y la fácil accesibilidad a los **videojuegos** es una de las principales razones de la continua expansión del sector. Y es que, al día de hoy, no es necesario tener una consola o invertir grandes cantidades de dinero en hardware, puesto que se puede jugar desde celulares, televisores inteligentes, tabletas o computadoras.

Jeanette Yañez, MI Lead de GfK Perú, consideró que la tendencia de gaming, a pesar de ser un segmento aún pequeño en el Perú, tiene gran potencial para poder crecer y ser explorado en la actualidad y el futuro cercano.

«Los gamers tienen tendencias de comprar mucho equipo especializado y enfocado en mejorar su experiencia como consumidores, lo cual abre muchas posibilidades para distintas industrias que contribuyen en este sentido, desde escritorios

especializados hasta sillas ergonómicas y protectores de pantalla para cuidar la vista”, recalcó Yañez.

Mobile computing

El *mobile computing* es una categoría que encontramos dentro del mercado Tecnología de la Información (TI), que abarca: laptops gamers, 2 en 1 (híbridas), Ultra Thin, tradicionales y ha expresado un crecimiento exponencial durante el 2021 llegando a 46%, según el estudio de **GfK, consultora global que ofrece conocimiento a partir de datos y perspectivas.**

“Si nos referimos solo a *mobile computing* esta tiene un share de 81% en valores a mayo del presente año”, expresó Jeanette Yañez.

Gaming

Si hablamos de Gaming and Leisure Devices ha habido un crecimiento, no solo en equipos, sino también en los accesorios que los acompañan. Y aunque diversas actividades se siguen manteniendo en la virtualidad, no estábamos preparados si hablamos de infraestructura tecnológica.

“Los hogares en el país tuvieron que adquirir tecnología para desarrollar sus labores en casa. En muchos casos optaron por máquinas gamers debido a la versatilidad de las mismas y eso ha traído consigo que casi todas las marcas del mercado lancen equipos gamers”, precisó Richard Lira, Product Assistant de

GfK Perú.

Según cifras de GfK, el 61% de peruanos trabajó desde casa en pandemia. “Las personas que adquieren estos equipos no solo son *gamers*, sino también usuarios que necesitan un dispositivo portátil robusto que pueda cumplir con las expectativas de la carga laboral en su casa como si se encontraran en un centro de trabajo”, comentó el ejecutivo.