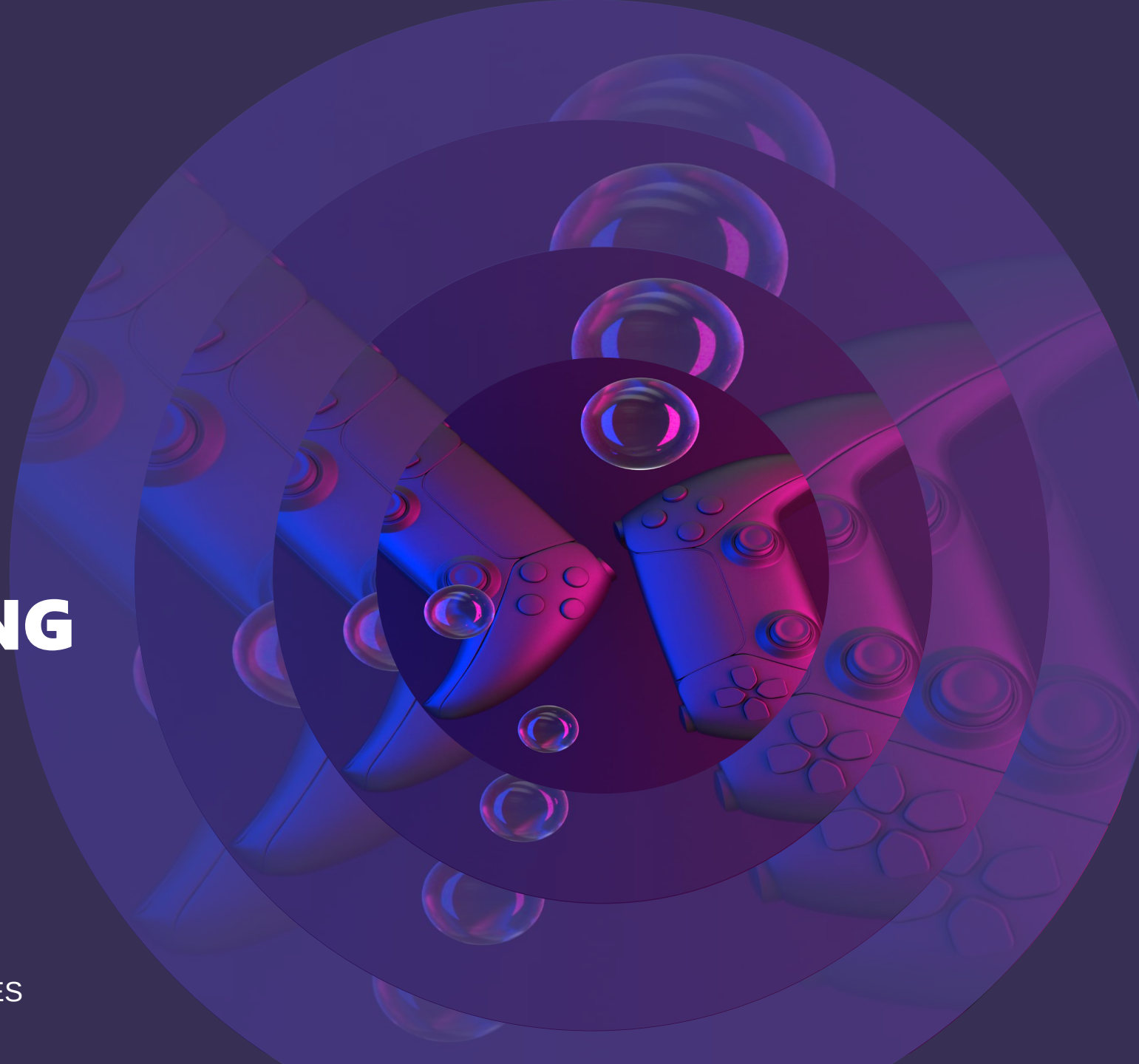
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

REPORTE ESPECIAL ESTADO DEL GAMING EN MÉXICO

Segundo semestre (ola) 2024



UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

CONTENIDO

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

METODOLOGÍA	3
CONTEXTO	4
GLOSARIO	5
ESTADO DEL GAMING EN MÉXICO	7
CONCLUSIONES	14
FUENTES	15

METODOLOGÍA

La primera parte del presente Reporte Especial consistió en una investigación de gabinete para conocer el **contexto económico y social**, tanto a nivel global como nacional, así como el **impacto de la industria de los videojuegos en México**.

Posteriormente, para conocer las características, **hábitos y composición del público *gamer*** en el país, el Instituto Federal de Telecomunicaciones a través del análisis realizado de la información del licenciamiento de servicios de la empresa *OMDIA*, en específico el *Consumer Research* en su apartado *Gamers Visualization*, obtuvo y analizó los datos recabados por el proveedor por medio de un panel compuesto por **2,406** personas encuestadas de entre **18 y 64 años**, en **noviembre del año 2024**.

Periodo analizado: segunda ola de 2024.

CONTEXTO

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

La importancia de generar información y análisis sobre la industria de los **videojuegos** no solo recae en que es una industria que ha crecido año con año, sino que es más relevante cada vez para las **generaciones más jóvenes,** y no únicamente para entretenimiento, sino también para la **profesionalización de estas generaciones** en diversas áreas de la industria. Este crecimiento lo destaca la información de la empresa de consultoría estratégica *THE COMPETITIVE INTELLIGENCE UNIT (The CIU),* al informar que en México había hasta el **primer semestre de 2024, 68.7 millones** de personas videojugadoras de 6 años o más, un **incremento anual de 1.3%**.Por su parte, la empresa de análisis, estadísticas e investigación, Statista, reveló que más del **91% de los usuarios de internet de entre 16 y 24 años** jugaban videojuegos.

De acuerdo con *Statista*, México es el segundo mercado latinoamericano más importante en términos de ingresos para la industria del *gaming* con más de **39 mil millones** de pesos en **2023,** un crecimiento de **3.9% anualmente**. Se estima que esta industria tuvo un valor de **282 mil millones** de dólares en **2024** y se espera que supere los **360 mil millones de dólares para 2027**.

Respecto de los hábitos de las y los *gamers*, la **Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) 2024**, del Instituto Federal de Telecomunicaciones, destaca que **24%** (2% más que la edición anterior) **de las personas encuestadas dijo jugar videojuegos** con un promedio de **2.2 horas al día**. Los dispositivos más utilizados para esta actividad son el **teléfono celular con 76%**, seguido de la **consola de videojuegos con 32%** y **computadora y tablets con 10%,** respectivamente. Además, los tipos de videojuegos que juegan con mayor frecuencia son: **Carreras 27%, Deportes 27%, disparos o shooters 26%, peleas 25%** y **Battle Royale 25%**.

GLOSARIO

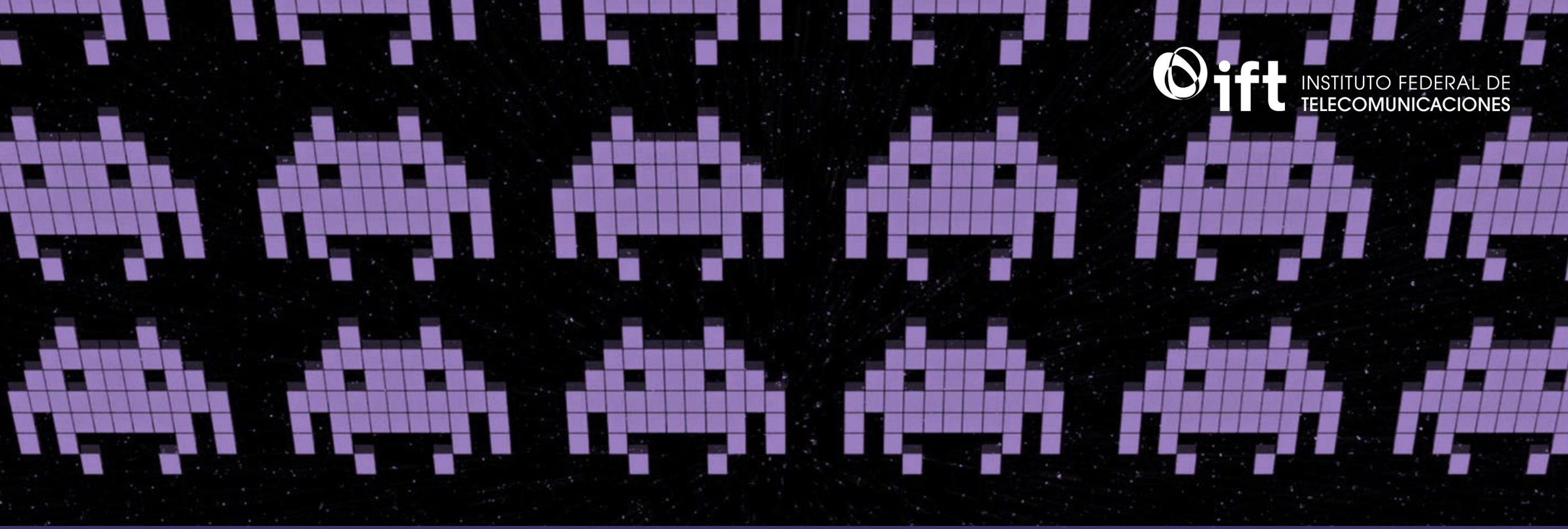
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

- **Consola de videojuegos**: Dispositivo que ejecuta juegos electrónicos contenidos en discos compactos, cartuchos, tarjetas de memoria u otros formatos.
- **Gamers / Videojugadores y videojugadoras**: Es la persona que se dedica regularmente a jugar videojuegos en cualquier dispositivo. Los *gamers* participan en esta actividad como un pasatiempo, forma de entretenimiento o profesionalmente.
- **Gaming**: Ejecución de aplicaciones especializadas conocidas como juegos electrónicos o videojuegos en consolas de videojuegos o en computadoras personales (en cuyo caso la actividad se conoce como juego en línea).
- **Videojuego**: Software creado para el entretenimiento en general y basado en la interacción entre una o varias personas, mediante un aparato electrónico que ejecuta dicho videojuego; este dispositivo electrónico puede ser una computadora, una máquina arcade, una videoconsola.
- **Battle Royale**: Juegos que se caracterizan por desarrollarse en un mapa de mundo abierto que se hace cada vez más pequeño, en el que se realiza una batalla de todos contra todos, ya sea en solitario o equipo, y la partida termina cuando queda un jugador o equipo en pie (ejemplos: Warzone, Apex o Fortnite).

GLOSARIO

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

- **Videojuegos de carreras**: Juegos enfocados en la simulación de conducción de vehículos en una competencia (ejemplos: Forza Motosport, NASCAR, Formula 1 o Gran Turismo).
- **Shooter / videojuego de disparos**: Es un subgénero de videojuegos de acción donde el personaje hace uso de armas continuamente para abrirse paso en cada nivel. Estos juegos pueden ser en primera persona (visto desde los ojos del personaje) o en tercera persona (visto desde atrás del personaje). Ejemplos: Halo, Doom o Call of Duty.
- **Videojuegos de deportes**: Consisten en cualquier evento deportivo existente en la realidad o ficticia con reglas para ambos equipos (ejemplos: Madden, FIFA, WWE, UFC o NBA).
- **Videojuegos de peleas**: Es un subgénero de los videojuegos de acción que consiste en batallas jugador contra jugador, generalmente tratan de artes marciales de cualquier tipo, inclusive con armas blancas o armas de fuego (ejemplos: Mortal Kombat, Super Smash Bros o Street fighter).



INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

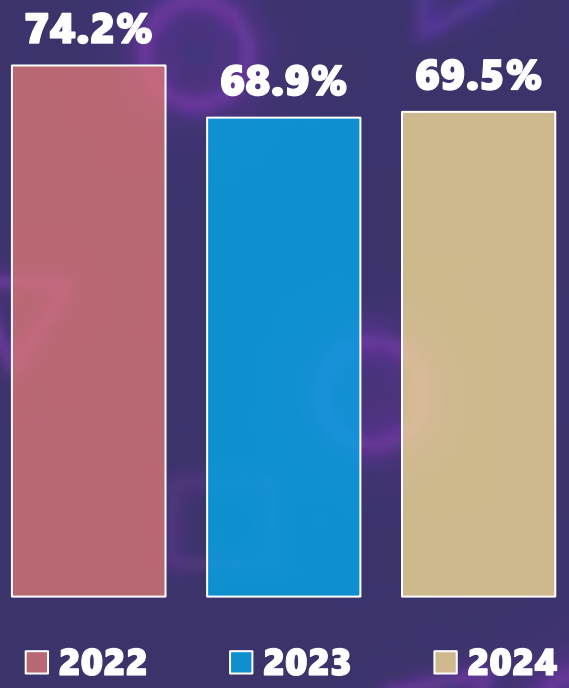
ESTADO DEL GAMING EN MÉXICO

UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

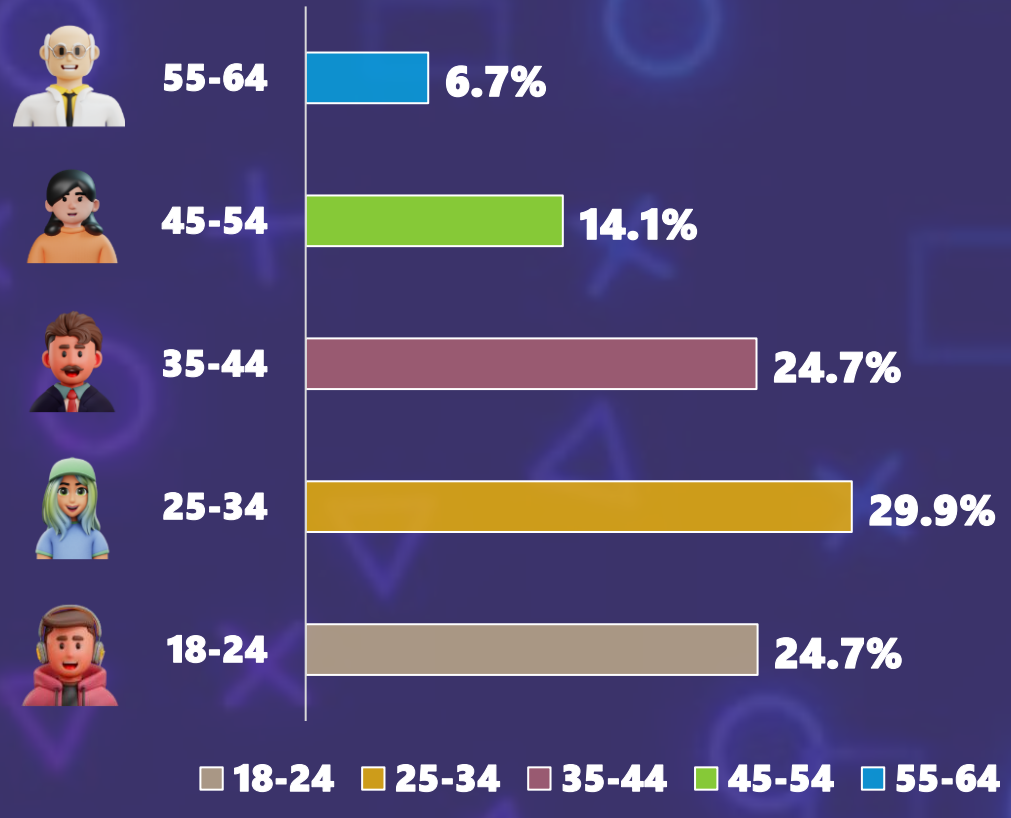
GAMERS

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

DECLARARON JUGAR VIDEOJUEGOS



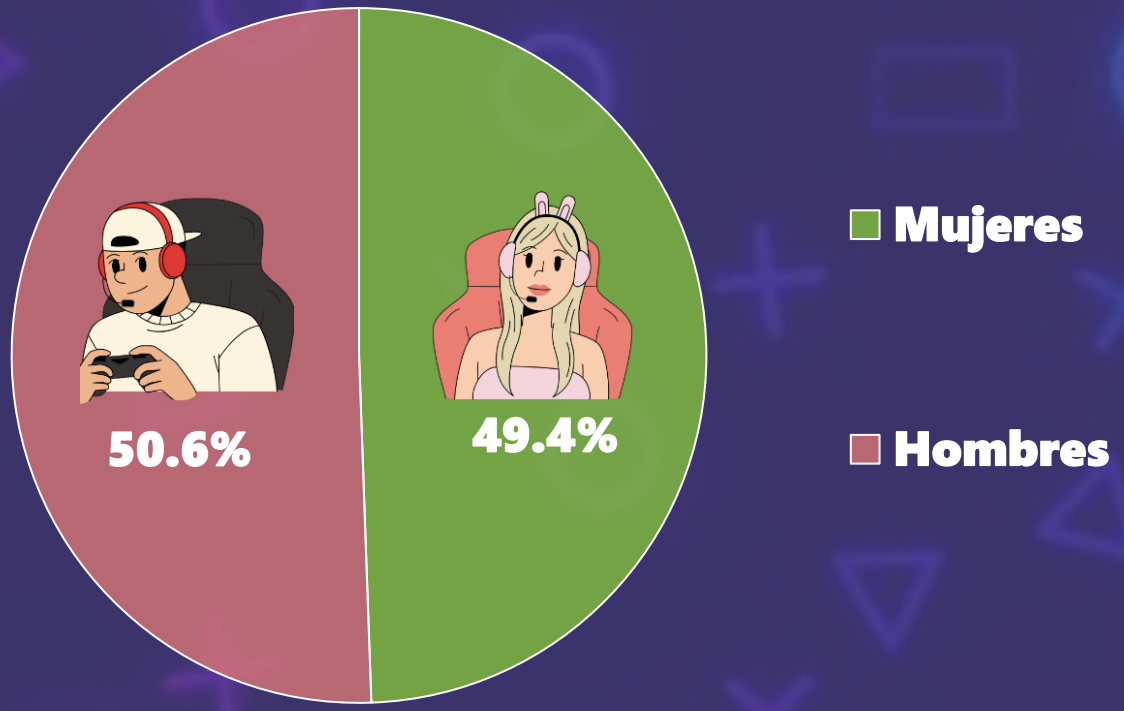
EDAD DE LOS GAMERS



Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos.

SEXO DE LOS GAMERS

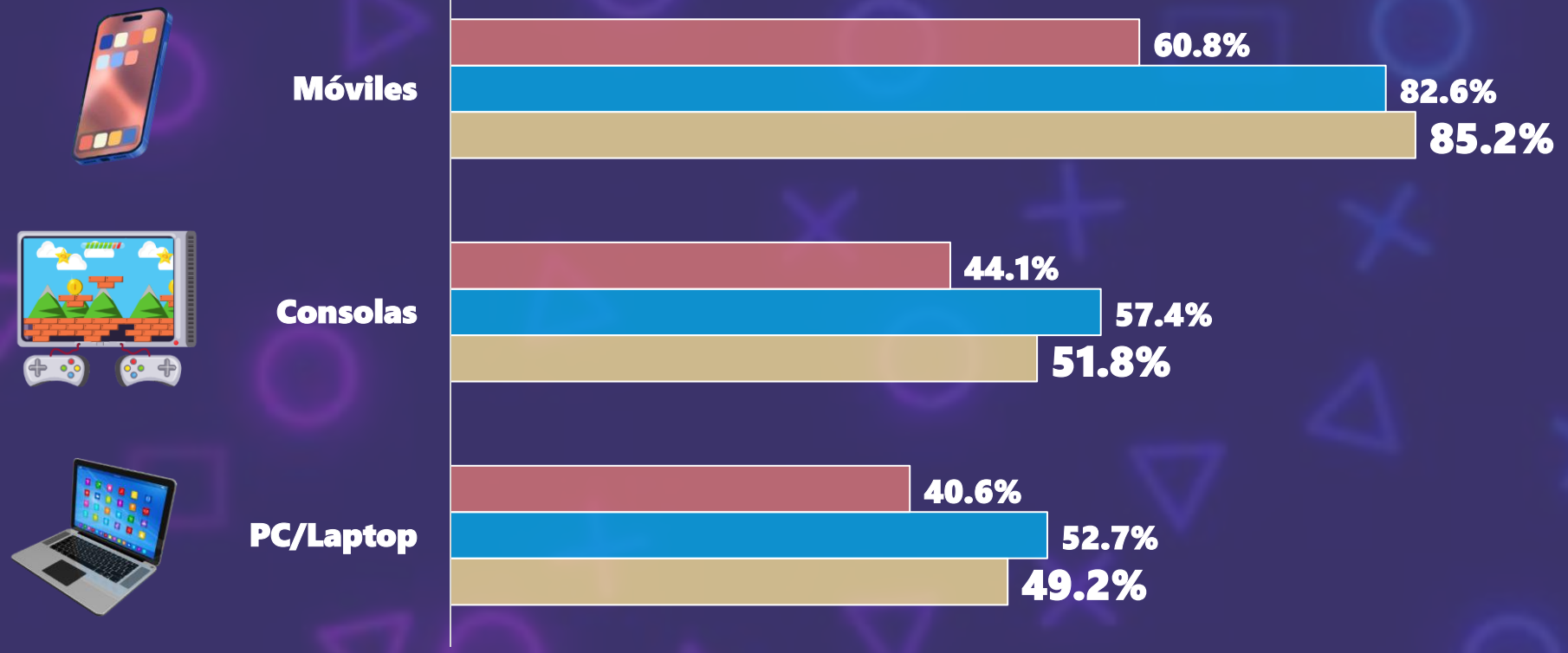
ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos.

DISPOSITIVOS UTILIZADOS

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

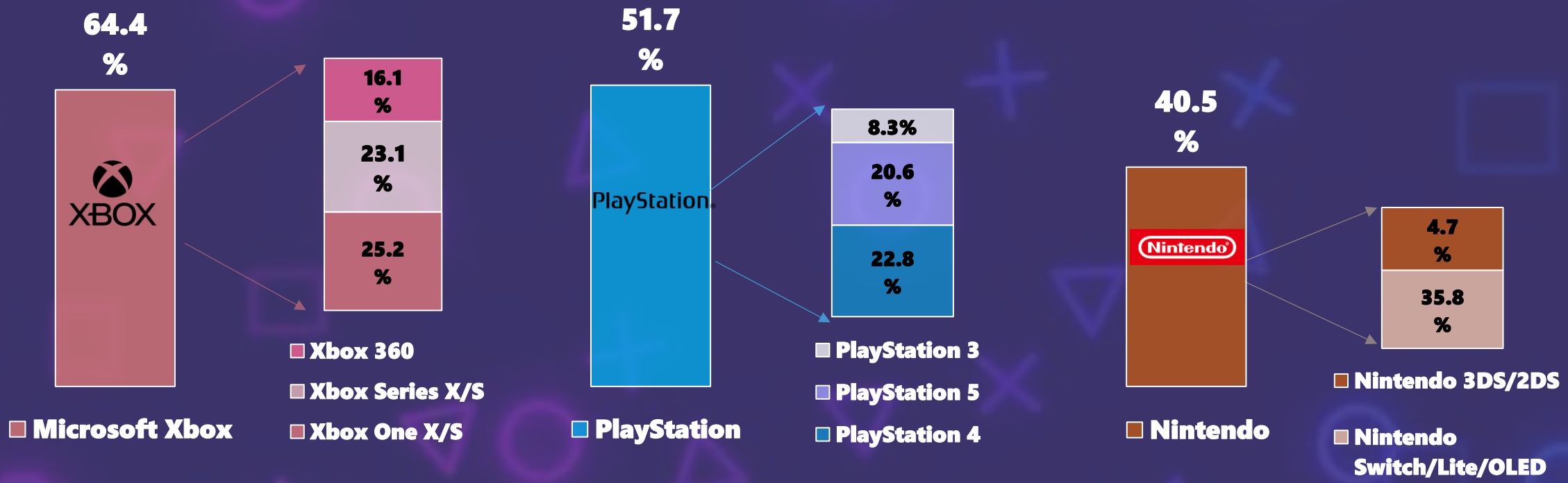


Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos.

CONSOLAS

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

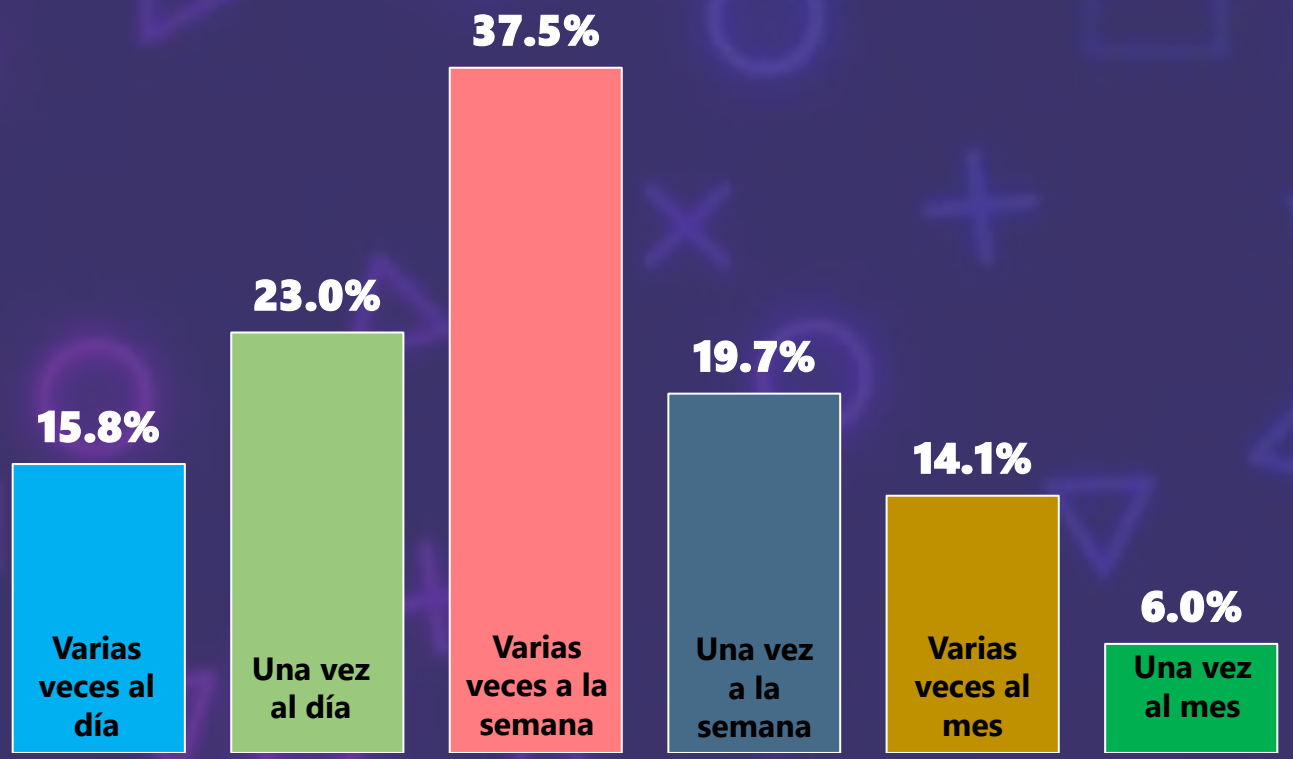
59% De las y los encuestados dijo tener o acceder a una consola de videojuegos en su hogar



Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos.

FRECUENCIA DE USO DE CONSOLAS (CUALQUIER USO)

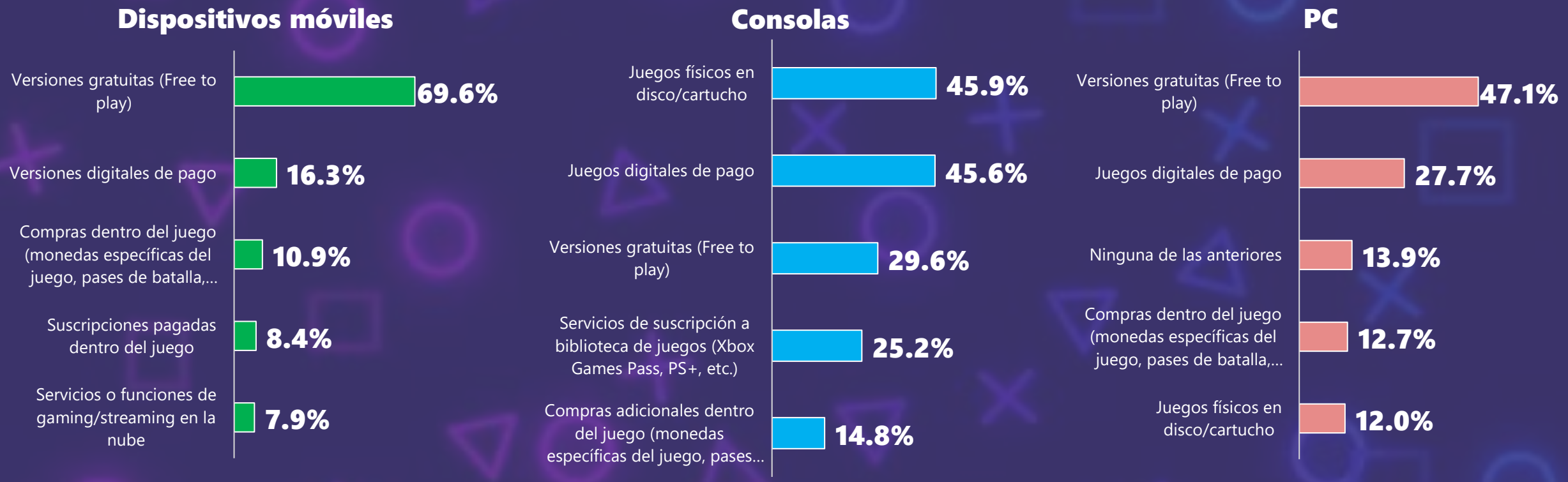
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos.

PREFERENCIA DE ACCESO A VIDEOJUEGOS (CUALQUIER DISPOSITIVO)

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



Fuentes: OMDIA *Consumer Research - Gamers Visualization*. Base del panel de 2,406 encuestados durante noviembre de 2024. 1,671 afirmaron ser jugadores de videojuegos, de los cuales 865 declararon ser videojugadores en consolas, 822 en PC y 1,423 en dispositivo móvil. Se muestran las principales menciones.

UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

PRINCIPALES HALLAZGOS

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

- De acuerdo con datos de *Statista*, se estima que la industria de los videojuegos generó más de 282 mil millones de dólares en 2024. Además 91% de las y los usuarios de internet de entre 16 y 24 años jugaban videojuegos.
- De acuerdo con *The CIU*, en México había, al primer semestre de 2024, 68.7 millones de *gamers* de 6 años o más.
- De acuerdo con la encuesta *Consumer Research* de la empresa *OMDIA*, 69.5% dijeron jugar videojuegos, de las cuales 49.4% son mujeres y 50.6% son hombres.
- En el rango de 25 a 34 años se concentra el mayor porcentaje de *gamers* (29.9%). Mientras que los rangos de 18 a 24 y de 35 a 44, se ubican en segundo lugar con 24.7%.
- El teléfono móvil (85.2%) sigue siendo el dispositivo más utilizado para consumir este tipo de contenidos, seguido por las consolas de videojuegos (51.8%).
- Del total de la muestra analizada, 59% dijo tener o acceder a una consola de videojuegos en su hogar, 5.9% más que el año anterior.
- Las personas encuestadas dijeron que *Nintendo Switch, Xbox One y Xbox Series,* en sus diferentes versiones, son las consolas que más poseen o a la que tienen acceso en su hogar.
- Las y los *gamers* de dispositivos móviles y PC/Laptop prefieren acceder a las versiones gratuitas de los videojuegos (69.6% y 47.1%, respectivamente), mientras que en las consolas se prefiere adquirir las versiones físicas de los juegos (45.9%) y las digitales de pago (45.6%).

FUENTES

- OMDIA Consumer Research - Gamers Visualization
- Piedras, A. (2024, 2 septiembre). #DíadelGamer 2024: Evolución del gaming móvil — The CIU. The CIU. https://www.theciu.com/publicaciones-2/2024/9/2/dadelgamer-2024-evolucin-del-gaming-mvil#:~:text=Panorama%20General%20de%20la%20Industria%20de%20Videojuegos%20en%20M%C3%A9xico&text=dispositivos%20de%20juego.-,A%20la%20primera%20mitad%20de%202024%2C%20se%20estima%20que%20en,de%202023%20(67.8%20millones) Consultado el 27 de febrero de 2025
- Statista. (2024, 11 noviembre). Global gaming penetration Q2 2024, by age and gender. https://www.statista.com/statistics/326420/console-gamers-gender/#statisticContainer Consultado el 27 de febrero de 2025
- Statista. (2024, 16 octubre). Valor de mercado global del videojuego 2017-2027. https://es.statista.com/estadisticas/598622/valor-de-mercado-del-videojuego-en-el-mundo/ Consultado el 27 de febrero de 2025
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2024). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2024. Estudios y reportes de análisis de medios y contenidos audiovisuales. (s. f.). https://umca.ift.org.mx/site/contenido?id=1 Consultado el 27 de febrero de 2025