

**INFORME DE MERCADO**  
**para Videojuegos en Estados Unidos**



**Promperú, 2025**

**Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo**

**Subdirección de Inteligencia de Mercados**

**Departamento de Inteligencia de Mercados**

**Coordinador:** Franck Pucutay

**Elaborado por:** Pérez, Marcela

**Diseño de portada y contraportada:** Promperú

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos

# Mercado de los Videojuegos

## Estados Unidos

### I. Introducción

El mercado de videojuegos alcanzó un valor de alrededor de USD 221,71 mil millones en 2024. Se prevé que el mercado crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta del 13% entre 2025 y 2034, para alcanzar un valor de USD 651,54 mil millones en 2034.

El mercado de videojuegos está impulsado por varios factores como los avances tecnológicos, la innovación y la creciente promoción de los juegos en línea por parte de diversos influencers y jugadores profesionales. A nivel mundial, hay más de 3 090 millones de jugadores de videojuegos.

La creciente evolución del hardware y software de juegos, incluidas las consolas de juegos avanzadas, las PC de alto rendimiento y los teléfonos móviles de gama alta, ha llevado a una mayor demanda de videojuegos. Estos dispositivos proporcionan mejores gráficos, lo que aumenta aún más el interés y la participación de la población joven y adulta.

Entre las tendencias emergentes dentro de esta industria, se encuentran el gaming en la nube, que permite a los jugadores acceder a juegos de alta calidad sin necesidad de hardware especializado, y el 5G, que facilita experiencias de juego más rápidas y fluidas. Además, se observa una creciente demanda de juegos más inmersivos y la interoperabilidad entre diferentes plataformas.

Asia Pacífico es también una de las regiones más grandes del mercado de videojuegos. China es el país líder en la región debido a su creciente digitalización y disponibilidad de teléfonos inteligentes a precios asequibles. China, Japón y Corea del Sur se encuentran entre los primeros diez países del mundo con el mayor gasto de juego a nivel mundial.

Asimismo, se espera que Norteamérica registre un crecimiento significativo en los próximos años debido al rápido aumento de la población de jugadores en esta región. La presencia de los principales actores del mercado, el aumento de la inversión en el desarrollo de las industrias del juego y los diversos eventos promocionales organizados para promover el juego están apoyando la expansión del mercado. La enorme comunidad de juegos en línea y las frecuentes competiciones y ligas favorecerán el mercado en esta región. La llegada de la tecnología 5G, que ofrece una conexión a internet de alta velocidad, fiable y segura, está contribuyendo a un mayor crecimiento de la industria de videojuegos. Además, el crecimiento también puede atribuirse a la creciente popularidad de varios creadores de juegos en las plataformas sociales, lo que influye en la expansión del mercado. Los estudios

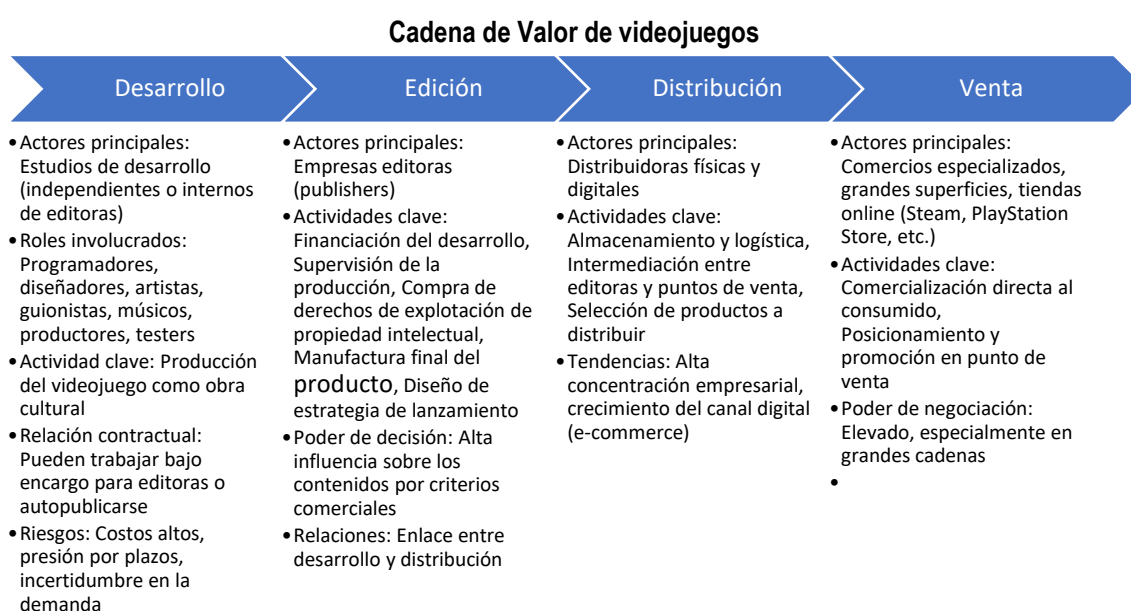
demuestran que los jugadores en los hogares estadounidenses son más propensos a utilizar un ordenador, consola doméstica o dispositivo de juego portátil. <sup>1</sup>

Estados Unidos representa una gran oportunidad para que las empresas peruanas de videojuegos establezcan vínculos estratégicos con compañías estadounidenses. Al ser el mercado más grande de consumo de videojuegos en el mundo, ofrece un entorno ideal para la colaboración, la inversión y la internacionalización de proyectos. Además, la presencia de ferias y eventos como la GDC facilita el networking y la visibilidad de estudios latinoamericanos. Las empresas peruanas pueden aprovechar este contexto para ofrecer servicios de desarrollo, arte o QA, así como buscar publishers interesados en propuestas con identidad propia y culturalmente diversas. En un entorno global cada vez más abierto a la cooperación internacional, conectar con el ecosistema de videojuegos en Estados Unidos puede marcar un antes y un después para el crecimiento del sector en el Perú.

## II. Perfil de la Industria

### Cadena de Valor <sup>2</sup>

La cadena de valor de la industria de videojuegos está compuesta por múltiples actores que interactúan desde la creación de contenidos hasta la llegada del producto al consumidor final. A continuación, se presenta un esquema visual y explicativo de las principales etapas y roles involucrados:



Fuente: Telos Fundación Telefónica

<sup>1</sup> Informe de Expertos – “Mercado Global de Videojuegos”

<sup>2</sup> Telos – “Estructura y desafíos de la industria de videojuegos”

## Mercado Global <sup>3</sup>

En 2024, la industria global de videojuegos sigue evolucionando con fuerza en áreas clave. Los juegos móviles destacan con ingresos de 118.51 mil millones de dólares, consolidándose como uno de los motores principales del sector y mostrando una recuperación tras la baja de 2022.

El gaming hardware también experimenta un crecimiento importante, alcanzando los 161.66 mil millones, impulsado por el lanzamiento de nuevas consolas y avances tecnológicos en dispositivos de juego.

En contraste, las ventas físicas de videojuegos continúan su tendencia a la baja, situándose en 11.28 mil millones, confirmando el cambio definitivo de los consumidores hacia los formatos digitales y las plataformas de descarga.

Estos resultados reflejan cómo la industria se adapta a nuevos hábitos de consumo y tecnologías, con un mercado cada vez más enfocado en la innovación y la experiencia digital.

**Ingresos del Mercado de Videojuegos 2019 – 2024 (USD mil millones)**

Mercado	2020	2021	2022	2023	2024	Var. %
						2024/2023
Gaming Hardware	114	129	127	145	162	11,3
Mobile Games	114	123	110	111	119	6,4
In-game Advertising	51	73	83	95	110	16,0
Online Games	21	24	24	26	28	7,0
Download Games	17	18	18	20	21	7,4
Gaming Live Streaming	7	8	10	12	14	16,7
Physically Sold Video Games	15	13	11	11	11	-0,3
Cloud Gaming	1	2	3	4	7	59,4
Gaming Networks	3	3	3	4	4	8,5

Fuente: Statista

Se espera que el mercado global de videojuegos llegue a un valor de 321.000 millones de dólares en 2026 <sup>4</sup>. Este crecimiento será impulsado por avances como la realidad virtual, la inteligencia artificial y los juegos en la nube. En este panorama, Estados Unidos se destaca no solo como líder en ingresos, sino también como un referente en creatividad, generación de empleo y desarrollo tecnológico dentro de la industria.

### III. Mercado Seleccionado: Estados Unidos

#### Perfil del Consumidor <sup>5</sup>

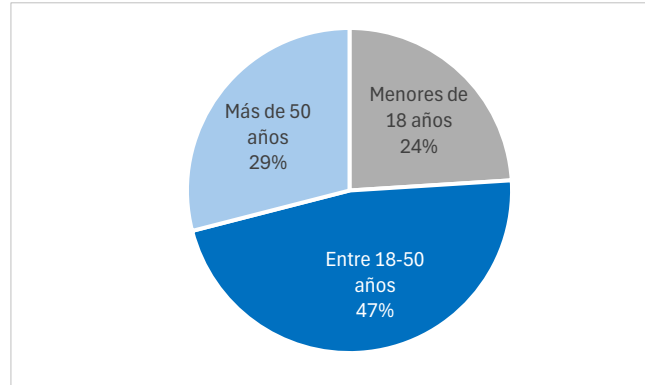
Los videojuegos son uno de los pasatiempos más dinámicos y populares en Estados Unidos, 190,6 millones de entre 5 a 90 años juegan videojuegos. En cuanto al rango de edades, la edad promedio de los jugadores es de 36 años.

<sup>3</sup> Statista

<sup>4</sup> (World Economic Forum, 2022).

<sup>5</sup> Entertainment software Association - Essential Facts 2024

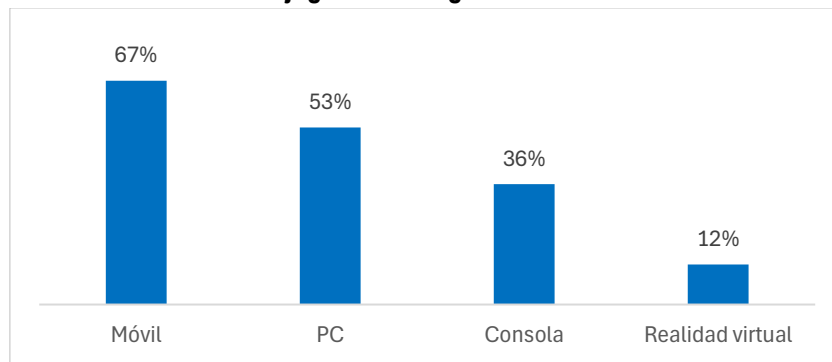
### Perfil de jugador de videojuegos – Rango de edad



Fuente: Entertainment software Association

Por otro lado, el 78% de los hogares en EE. UU. han usado al menos un dispositivo de videojuegos en los últimos 12 meses.

### Plataformas jugadas en hogares estadounidenses



Fuente: Entertainment software Association

### Canales de distribución

Canal de distribución	Descripción
Distribución física	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiendas minoristas: Venta de videojuegos en formato físico (discos, cartuchos) a través de cadenas como Gamestop, Best Buy o Walmart.</li> <li>- Mayoristas y distribuidores: Empresas intermediarias que compran juegos a gran escala de los editores y los distribuyen a minoristas</li> </ul>
Distribución digital	Tiendas en línea: Plataformas como Steam, Epic Games Store, PlayStation Store, Microsoft Store y Nintendo eShop permiten al consumidor descargar juegos directamente.
Gaming en la nube y streaming	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataformas de streaming: Servicios como Amazon Luna y Xbox Cloud Gaming permiten jugar sin necesidad de hardware de última generación a través de suscripciones.</li> <li>- Modelos freemium: Juegos gratuitos con opciones de compra dentro de la aplicación, una tendencia común en móviles y juegos en la nube</li> </ul>

## Principales Hubs <sup>6</sup>

La industria de los videojuegos en Estados Unidos está distribuida de forma diversa, tanto por tipo de actividad como por ubicación geográfica. Mientras los minoristas prefieren instalarse en zonas con alta densidad de población para llegar a más consumidores, las grandes compañías de desarrollo y software necesitan talento altamente especializado para mantenerse a la vanguardia en un mercado que exige innovación constante.

- Sureste de EE. UU. – El foco del comercio minorista  
Estados como Florida y Georgia son clave para el sector retail, gracias a su rápido crecimiento poblacional. Esta alta concentración de consumidores convierte a la región en un imán para cadenas como GameStop, que buscan ubicaciones con gran afluencia y fácil conectividad.
- Oeste – El corazón del desarrollo tecnológico  
California, y especialmente Silicon Valley, lideran el desarrollo de videojuegos y consolas. Esta región se destaca por su talento técnico, cultura de innovación y ecosistema propicio para startups. Empresas como Microsoft y Sony han encontrado aquí el entorno ideal para impulsar sus avances tecnológicos.
- Región de los Grandes Lagos – Centro de eficiencia operativa  
Estados como Illinois, Michigan y Ohio ofrecen ventajas clave para nuevas empresas: terrenos más accesibles, costos operativos bajos y cercanía a universidades de prestigio. Esta combinación permite a las compañías optimizar recursos sin sacrificar la calidad del talento.

## Fuerza Laboral en la Industria <sup>7</sup>

La industria de los videojuegos en Estados Unidos presenta una distribución geográfica diversa y especializada. California lidera con más del 42 % del empleo total en el sector, destacándose como el principal centro de desarrollo y tecnología. Le siguen Washington, Texas, Nueva York y Florida, que en conjunto representan aproximadamente el 72 % del empleo en la industria. Washington alberga a gigantes como Microsoft; Texas, especialmente Austin, cuenta con un ecosistema de desarrollo en expansión; Nueva York se especializa en marketing y organización de eventos; y Florida aprovecha su gran población para crecer en distribución y albergar nuevos estudios.

A pesar de los ingresos récord, la industria ha enfrentado desafíos significativos en términos de empleo. En 2023, se registraron más de 10 mil despidos en el sector, y en 2024, la cifra superó los 14 mil, afectando a empresas como Activision Blizzard, Unity, PlayStation, Electronic Arts y Microsoft. Estos recortes se atribuyen en gran parte al impacto de la inteligencia artificial y a la necesidad de adaptarse a un mercado en constante evolución. <sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> ICEX

<sup>7</sup> Entertainment Software Association, 2024

<sup>8</sup> El País

### Empresas en la industria de videojuegos

Estado	Impacto Económico (Millones de USD)	Número de empresas	Empleos generados
California	55 600	1 043	71 773
Washington	13 900	323	28 424
Texas	6 500	542	22 445
Nueva York	5 000	341	13 291
Florida	2 800	312	6 796
Carolina del Norte	2 000	168	6 854
Illinois	1 400	180	3 197
Massachusetts	1 400	140	4 096
Pensilvania	1 000	178	3 678
Virginia	402	132	1 644

Fuente: Entertainment software Association

### Segmentación del mercado

La industria de los videojuegos en Estados Unidos está dividida en varios segmentos, lo que le permite adaptarse a distintos tipos de jugadores y modelos de consumo.

#### a) Por Tipo de Plataforma

- Móviles: Es el segmento con mayor crecimiento, gracias al uso masivo de smartphones y tablets. Su éxito se debe a la facilidad de acceso y la gran variedad de juegos disponibles.
- Consolas: PlayStation, Xbox y Nintendo Switch siguen siendo muy populares, especialmente entre quienes buscan gráficos de alta calidad y títulos exclusivos.
- PC: Ideal para quienes valoran la personalización y el rendimiento técnico. Incluye desde juegos descargables hasta títulos online y de navegador.

#### b) Por modelo de negocio:

- Juegos premium: Requieren un pago inicial para acceder al contenido completo. Suelen ofrecer experiencias más completas o sin publicidad.
- Free-to-play: Son gratuitos para jugar, pero ofrecen compras dentro del juego (como mejoras o contenido adicional) para monetizar.
- Servicios por suscripción: Plataformas como Xbox Game Pass o PlayStation Plus permiten jugar a muchos títulos por una tarifa mensual o anual.

### Industria de videojuegos <sup>9</sup>

Estados Unidos no solo es un líder en consumo de videojuegos, sino también en desarrollo tecnológico, creatividad e innovación en este sector. Es un mercado diverso, competitivo y con enormes perspectivas de crecimiento.

En los próximos años, se proyecta que la industria de los videojuegos mantendrá su crecimiento impulsado por tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad virtual y la realidad aumentada,

<sup>9</sup> Entertainment Software Association, Circana y Sensor Tower

las cuales están revolucionando tanto el diseño como la experiencia del jugador, ofreciendo niveles de inmersión y personalización sin precedentes.

Al mismo tiempo, el auge de los esports y su creciente profesionalización consolidan a Estados Unidos como un referente global, gracias a competiciones de alto nivel que convocan a grandes audiencias y generan importantes ingresos.

#### Ingresos en la Industria de Videojuegos EE.UU 2020 – 2024 (USD mil millones)

Mercado	2020	2021	2022	2023	2024	Var. %
						2024/2023
In-game Advertising	17,86	25,40	30,13	36,09	42,57	18,0
Gaming Hardware	26,26	25,60	25,42	29,32	32,06	9,3
Mobile Games	27,56	30,93	29,92	31,01	34,30	10,6
Online Games	4,33	4,85	4,93	5,33	5,68	6,6
Download Games	4,15	4,42	4,40	4,72	5,05	7,0
Physically Sold Video Games	4,57	4,13	3,59	3,42	3,33	-2,6
Gaming Live Streaming	1,38	1,57	1,83	2,12	2,40	13,2
Cloud Gaming	0,31	0,48	0,76	1,23	1,94	57,7
Gaming Networks	0,58	0,65	0,66	0,71	0,76	7,0

Fuente: Statista

En 2024, el mercado de los videojuegos en Estados Unidos experimentó un crecimiento generalizado en casi todos los segmentos, destacando especialmente el aumento del Cloud Gaming, que registró un incremento del 57,7% respecto al año anterior, reflejando la rápida adopción de nuevas tecnologías. La Publicidad dentro del juego también mostró un desempeño sólido, creciendo un 18% y consolidándose como una fuente de ingresos cada vez más importante.

Otros segmentos, como los Juegos móviles (10,6 %) y el Hardware de videojuegos (9,3 %), mantuvieron tasas de crecimiento saludables. En contraste, las Ventas físicas de videojuegos continuaron su tendencia a la baja, con una disminución del 2,6 %, evidenciando el cambio de preferencia de los consumidores hacia formatos digitales. El Live Streaming de videojuegos, los Juegos descargables, los Juegos en línea y las Redes de videojuegos también mostraron incrementos moderados, confirmando que la industria sigue diversificándose y adaptándose a las nuevas demandas del mercado.

#### Marco Legal

Ingresar al mercado estadounidense de videojuegos implica cumplir con una serie de requisitos legales, fiscales y regulatorios que abarcan desde la protección de la propiedad intelectual hasta el manejo de impuestos y aranceles.

##### a) Propiedad Intelectual

Los videojuegos están automáticamente protegidos por derechos de autor, pero registrar el juego en la U.S. Copyright Office ofrece una defensa legal más sólida. Además, registrar nombres o logotipos como marcas comerciales en la U.S. Patent and Trademark Office evita usos indebidos por parte de terceros y protege la identidad del producto.

## b) Obligaciones fiscales

Las empresas deben cumplir con impuestos federales, estatales y locales, incluyendo:

- Declaración de impuestos corporativos.
- Pago de impuestos sobre ventas digitales.
- Control del nexus económico, que obliga a registrarse en múltiples jurisdicciones según el volumen de ventas.

Estados como California aplican reglas fiscales específicas para productos digitales, y otros pueden aplicar impuestos a las microtransacciones dentro del juego.

## c) Ley DMCA y desafíos de preservación

La Digital Millennium Copyright Act (DMCA) protege el contenido digital, impidiendo que se eludan los sistemas de protección anticopia (DRM). También permite a los titulares de derechos pedir la eliminación de contenido pirata en plataformas en línea.

## Oportunidades en la industria

- Uno de los motores más importantes en la actualidad es la expansión del gaming móvil y los e-sports, los cuales han experimentado un crecimiento exponencial en usuarios y facturación. Según Newzoo (2024), los videojuegos móviles representaron más del 50 % del mercado global, gracias a su accesibilidad y al modelo freemium. Paralelamente, los e-sports no solo han captado audiencias masivas en plataformas como Twitch y YouTube, sino que también han sido integrados a modelos de patrocinio y apuestas en línea, generando nuevas fuentes de ingreso para organizadores y desarrolladores.
- Otro eje clave de innovación son los avances en realidad virtual (VR). Las mejoras en hardware (como Meta Quest 3 y PlayStation VR2) y software han permitido experiencias más inmersivas, interactivas y accesibles, ampliando el abanico de géneros disponibles, desde simuladores hasta juegos narrativos. Este segmento, aunque aún de nicho comparado con otras plataformas, se proyecta como un campo con alto potencial de crecimiento, especialmente en sectores como la educación, el entrenamiento profesional y el entretenimiento inmersivo (Statista, 2024).
- Las estrategias adoptadas por las grandes compañías del sector también abren nuevas oportunidades. Gigantes como Sony, Microsoft y Nintendo están apostando por enfoques diversificados: servicios de suscripción como Game Pass, lanzamientos de consolas de nueva generación, adquisiciones de estudios independientes y un enfoque más decidido hacia el juego cruzado (cross-play) y multiplataforma. Estas acciones no solo fortalecen su posicionamiento en un mercado competitivo, sino que también redefinen cómo se accede, consume y distribuye el contenido interactivo.

## Tejido Empresarial

### a) Ferias

- Game Developers Conference: La GDC es la conferencia profesional más grande del mundo dedicada al desarrollo de videojuegos. Se celebra anualmente en San Francisco y reúne a desarrolladores de software, diseñadores, artistas, productores y profesionales del sonido para compartir conocimientos, presentar herramientas, explorar nuevas tecnologías y hacer networking. (link: <https://gdconf.com>)
- Penny Arcade Expo: PAX es una serie de convenciones de videojuegos que se celebran en varias ciudades de Estados Unidos, incluyendo PAX East (Boston) y PAX West (Seattle). A diferencia de GDC, PAX está orientada a los fanáticos y al público en general, combinando exhibiciones de juegos indie y AAA, torneos de e-sports, paneles con desarrolladores, cosplay y experiencias de comunidad. Es una plataforma valiosa para que estudios independientes muestren sus juegos directamente a los jugadores. (link: <https://www.paxsite.com/global/en-us.html>)
- South by Southwest: SXSW, celebrado en Austin, Texas, es un evento interdisciplinario que combina tecnología, música, cine, medios interactivos y videojuegos. Su sección de SXSW Gaming ofrece una mirada más amplia e innovadora al sector, integrando videojuegos con arte, narrativa, educación y tecnología emergente. Además de exhibiciones y demos, incluye premiaciones y conferencias que abordan desde la creación de contenido hasta el impacto cultural del gaming. (link: <https://www.sxsw.com/>)

### b) Asociaciones

- Entertainment Software Association: La ESA es la principal asociación que representa a la industria de videojuegos en Estados Unidos. Reúne a los principales desarrolladores, editores y distribuidores de software interactivo, incluyendo a gigantes como Nintendo, Microsoft y Sony. Su labor abarca la defensa legal y política de la industria ante el gobierno, la promoción de estudios económicos (como los informes anuales sobre impacto y empleo) y la organización de eventos clave como el E3 (Electronic Entertainment Expo), aunque este ha evolucionado en años recientes.
- International Game Developers: La IGDA es una red global sin fines de lucro que apoya a los profesionales del desarrollo de videojuegos, con capítulos locales en más de 60 países. Su objetivo es conectar y empoderar a desarrolladores en todas las etapas de su carrera, promoviendo estándares éticos, diversidad, inclusión y sostenibilidad en el entorno laboral. También ofrece recursos, mentorías, becas, talleres y acceso a oportunidades laborales.
- Academy of Interactive Arts & Sciences: La AIAS es una organización sin fines de lucro dedicada a reconocer y celebrar la excelencia en los videojuegos como una forma de arte y entretenimiento. Su principal evento es la entrega de los D.I.C.E. Awards (Design, Innovate, Communicate, Entertain). Además, la AIAS organiza el D.I.C.E. Summit, una cumbre de alto

nivel para líderes de la industria donde se discuten tendencias, innovación y el futuro del medio interactivo.

## **IV. Evolución del Comercio Exterior**

### **Principales tendencias**

- Consolidación del Cloud Gaming: Se prevé un fuerte crecimiento de los servicios de juegos en la nube como Xbox Cloud Gaming, Nvidia GeForce Now y PlayStation Plus, impulsado por la mejora de infraestructuras 5G y de internet de alta velocidad (Statista, 2024; Newzoo, 2024).
- Mayor integración de Inteligencia Artificial: La IA tendrá un rol cada vez más protagonista, optimizando el desarrollo de NPCs, narrativas dinámicas y personalización de experiencias (McKinsey, 2024; Deloitte, 2024).
- Explosión de la Realidad Mixta (AR + VR): Se espera un aumento significativo en la adopción de dispositivos como Meta Quest 3, Apple Vision Pro y otros visores, haciendo que VR y AR sean parte habitual del gaming (IDC, 2024; PwC, 2024).
- Sostenibilidad y gaming verde: Empresas como Microsoft y Sony están implementando estrategias para hacer sus operaciones más sostenibles, impulsadas por políticas ESG y conciencia de los consumidores (Deloitte, 2024).
- Expansión de la gamificación en otras industrias: El uso de mecánicas de videojuegos en educación, salud y capacitación empresarial sigue en aumento (Gartner, 2024).
- Éxito de los juegos como servicio (GaaS): Modelos de negocio basados en actualizaciones constantes, como Fortnite, Apex Legends y Genshin Impact, seguirán ganando popularidad (GamesIndustry.biz, 2024).

## **V. Oferta Peruana**

### **Perfil del sector**

La industria de los videojuegos en Perú ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, consolidándose como un sector relevante dentro de la economía digital del país.

En 2024, la industria de los videojuegos en Perú mostró un crecimiento generalizado en casi todos los segmentos del mercado. El sector de in-game advertising lideró el crecimiento, aumentando un 18,0% respecto al año anterior, seguido por cloud gaming, que registró un impresionante incremento del 57,7%, reflejando el avance de nuevas tecnologías y la mejora en la conectividad del país. Los juegos móviles también tuvieron un desempeño sólido, creciendo un 10,6%, consolidándose como el formato preferido por los jugadores peruanos.

A su vez, el mercado de hardware para gaming aumentó un 9,3%, impulsado por la demanda de consolas y accesorios. Por el contrario, las ventas físicas de videojuegos continuaron su tendencia a la baja, con una disminución del 2,6%, reflejando la transición hacia modelos digitales. Estas cifras

evidencian un mercado dinámico y en evolución, donde los servicios digitales, la publicidad dentro de los juegos y el gaming en la nube están ganando protagonismo.

#### Ingresos en la Industria de Videojuegos Perú 2020 – 2024 (USD millones)

Mercado	2020	2021	2022	2023	2024	Var. %
						2024/2023
Gaming Hardware	291,52	334,08	324,14	373,04	411,58	10,3
Mobile Games	80,09	79,50	81,29	86,53	89,11	3,0
Download Games	62,52	69,43	71,87	78,73	85,43	8,5
Gaming Live Streaming	22,20	27,72	34,86	43,09	51,31	19,1
Online Games	29,54	35,19	37,80	42,74	47,05	10,1
In-game Advertising	11,22	14,35	17,37	20,80	24,43	17,5
Gaming Networks	13,39	15,44	16,17	17,93	19,45	8,5
Physically Sold Video Games	3,72	3,27	2,87	2,79	2,78	-0,4

Fuente: Statista

El entorno de los videojuegos se ve actualmente influenciado por una tendencia global: la profesionalización de los jugadores. En Perú, cuando las marcas optan por invertir en deportes electrónicos, persiguen dos tipos de objetivos: el posicionamiento y la conversión. No obstante, en ocasiones se encuentran con desafíos, como la dificultad de alcanzar a todas las audiencias, que debido a la naturaleza del negocio (donde cada desarrollador de videojuegos construye su propia comunidad), se encuentran fragmentadas. Además, al igual que en otras partes del mundo, la industria de los videojuegos en Perú enfrenta el reto de prevenir la adicción a los videojuegos.

En cuanto a las plataformas preferidas por los jugadores peruanos, el 70% utiliza smartphones como su dispositivo principal para videojuegos, seguido por computadoras y laptops, y finalmente las consolas.

El desarrollo de videojuegos en Perú aún se encuentra en una fase emergente. Aunque existen estudios locales como Leap Game Studios, que han sido reconocidos internacionalmente por títulos como Tunche y Arrog, la mayoría de los proyectos están orientados a servicios para terceros y no a la creación de marcas propias.