

Redefiniendo las reglas del juego



La industria del gaming está cambiando a una velocidad acelerada con la inteligencia artificial como protagonista. Nuevas formas de crear y escalar juegos se entremezclan con las nuevas tendencias y las exigencias por parte de los consumidores para conseguir más transparencia y seguridad.

El mercado de los videojuegos se encuentra atravesado por un momento de altos contrastes. Mientras que numerosos estudios comparten los efectos positivos que estos pueden tener sobre la socialización y el bienestar emocional, la industria está inmersa en una crisis estructural profunda con miles de despidos acumulados desde 2022 y con recortes constantes en 2026. La contradicción es aún más llamativa si se considera que el sector no atraviesa una caída de la demanda, sino un reajuste de expectativas financieras tras años de crecimiento acelerado, especialmente con el auge vivido durante la pandemia. De hecho, en 2025 las ventas en tiendas físicas alcanzaron los 873 millones de euros en España, tan solo un 1,9 % menos que en el ejercicio anterior.

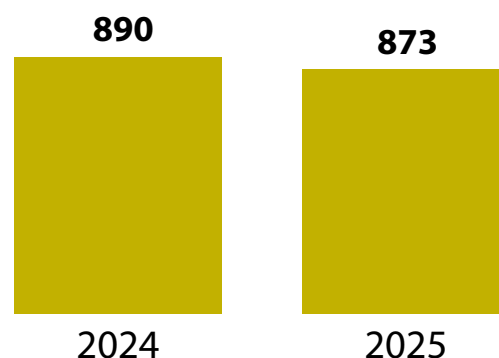
Lejos del comportamiento convencional de la industria donde el crecimiento dependía del entretenimiento, estos últimos años están marcados por los cambios en la infraestructura. Mientras que la IA está transformando el desarrollo, los creadores están redefiniendo el descubrimiento y, por su parte, los reguladores están remodelando la monetización. De la misma forma, nuevas exigencias por parte de los consumidores obligan a las empresas a repensar cómo redefinir el modo en el que los juegos se crean, distribuyen y mantienen. La cuestión principal ya no depende de cómo será la evolución del *gaming*, sino a qué velocidad se dará.

Todas estas cuestiones aparecen recogidas en el último estudio de Globant: 'A jugar: 5 tendencias que están redefiniendo el futuro digital del *gaming*' que analiza las nuevas plataformas, la adopción de la inteligencia artificial, el *engagement*, los ecosistemas creados por los usuarios y la confianza de los jugadores en términos de seguridad, monetización y privacidad. Para **Matias Burcheri**, VP and Growth Innovation at Globant: "El sector de los juegos AAA se enfrenta a retos empresariales sin precedentes, con costos de desarrollo y riesgos en niveles críticos. No vemos la IA como un sustituto del talento, sino como un aliado quirúrgico que puede reducir fundamentalmente el riesgo en el desarrollo de juegos". Igualmente, añade que desde Globant, "nuestro enfoque implica la creación de herramientas especializadas que potencian los Gaming AI Pods en cada fase (desde la preproducción hasta la producción y las operaciones en directo) y en cada área de especialización, ya sea diseño, ingeniería, arte, control de calidad o marketing. El objetivo no es automatizar la creatividad, sino liberar a los equipos de desarrollo de tareas repetitivas y lentas para que puedan centrarse en lo que de verdad importa: el proceso creativo que hace que los juegos sean memorables".

Las consolas pasan a segundo plano

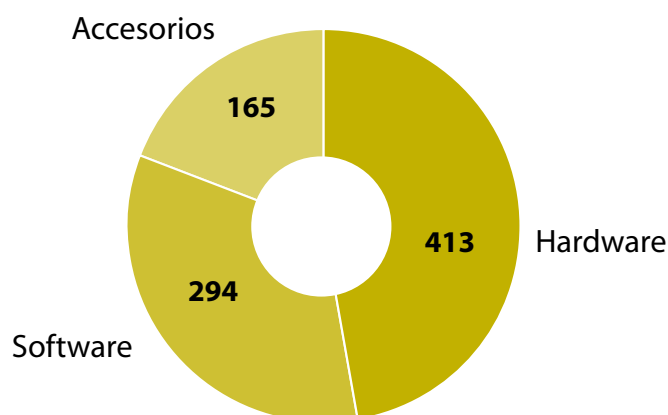
Iniciar una partida desde el ordenador de casa y poder continuarla de camino al trabajo desde el metro, sin que se pierda por el camino ninguna información, es una de las principales ventajas que explican el auge de las partidas *online* y del uso de dispositivos electrónicos frente al de las consolas. Los datos recogen que los móviles y tablets son los instrumentos más utilizados por los usuarios para jugar en un 43 %, frente al 29 % de las consolas y el 28 % de los PC. De acuerdo con el artículo 'Tendencias en videojuegos, cómo están transformando nuestro mundo', los jugadores cada vez valoran más los juegos móviles por su accesibilidad y comodidad, "ya que permiten sumergirse en el mundo del entretenimiento en cualquier momento y lugar". Destaca la popularidad de Genshin Impact, Clash Royale o Candy Crush Saga como ejemplos de cómo los juegos en el móvil pueden ser tan simples como complejos, adaptándose a las diferentes preferencias del público.

MERCADO VIDEOJUEGOS* MILLONES DE EUROS



*Ventas en tiendas físicas.
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2025 MILLONES DE EUROS



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.

Siguiendo esta misma línea, cabe destacar la consolidación de los ecosistemas *cloud* o el *cloud gaming*, una tecnología que permite ejecutar videojuegos en servidores remotos y transmitirlos directamente en el dispositivo del usuario a través de una conexión a internet, funcionando de manera similar a plataformas como Netflix o YouTube. Esto se traduce principalmente en que el usuario no necesita *hardware* costoso ni de archivos pesados, lo cual supone un ahorro y elimina la necesidad de actualizar tarjetas gráficas o consolas de última generación. De esta forma, desde Globant indican que la próxima generación de juegos no dependerá necesariamente de dónde se conecten los jugadores, sino de la fluidez con la que puedan jugar desde cualquier lugar.

Realidad virtual y aumentada

Juegos como *Beat Saber*, *Superhot VR* o adaptaciones como *The Walking Dead: Saints & Sinners* ya incluyen realidad virtual, sustituyendo el entorno físico por un mundo tridimensional que permite explorar en 360 grados y usar controles de movimiento o guantes hápticos para sentir la acción en primera persona. En este contexto, es posible afirmar que el sector de las tecnologías inmersivas aplicadas al *gaming* ha superado la fase de nicho y muestra una consolidación financiera acelerada. En la práctica, la proyección para el cierre de 2026 sitúa el mercado global de

la realidad virtual en videojuegos por encima de los 41.000 millones de dólares, según el informe sectorial elaborado por la consultora internacional Mordor Intelligence. Así, el *hardware* inmersivo ha dejado de ser un mero periférico aspiracional para convertirse en el dinamizador del *ticket* medio en el punto de venta.

Por su parte, la realidad aumentada actúa como el contrapeso perfecto de esta revolución en el sector *retail*, demostrando que la inmersión no siempre exige un aislamiento total del entorno. Al superponer elementos y dinámicas digitales sobre el espacio físico del usuario, la RA ha democratizado el acceso a las tecnologías inmersivas sin necesidad de que el consumidor realice una gran inversión inicial en *hardware* dedicado. Con el *smartphone* como el gran catalizador del mercado, fenómenos globales inspirados en grandes franquicias han demostrado la capacidad de esta tecnología para movilizar a millones de usuarios diarios.

Menos estrenos, más engagement

Esta evolución tecnológica coincide con una madurez comercial profunda que indica que la base mundial de jugadores se está estabilizando. Según el informe sectorial de Globant, la ralentización del crecimiento en los principales mercados ha obligado a los estudios a transicionar de la expansión a la retención de usuarios, apostando por el *engagement* a largo plazo mediante 'juegos como plataformas' sostenidos por servicios en directo. En este nuevo escenario, las remasterizaciones y reinterpretaciones de franquicias clásicas se han convertido en el núcleo estratégico de los editores para asegurar la rentabilidad. Éxitos recientes como *The Elder Scrolls IV: Oblivion Remastered*, que acumuló cuatro millones de jugadores en solo unos días, o la excelente acogida de *Final Fantasy Tactics: The Ivalice Chronicles* (con un 88 % de valoraciones positivas en Steam), demuestran la fuerte conexión emocional que impulsa al consumidor actual.

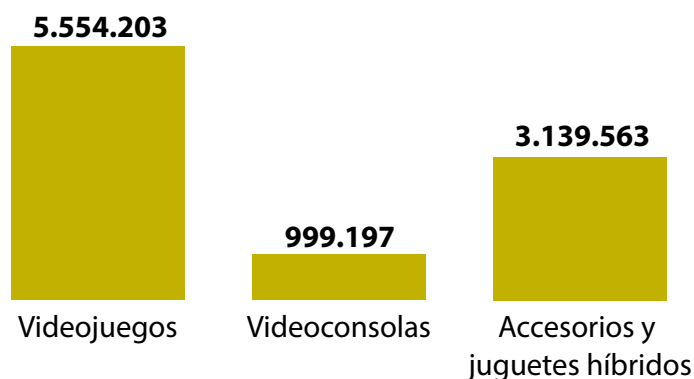
Eficiencia por IA, regulaciones y la sombra de los despidos masivos

La integración de la IA en el desarrollo de videojuegos no es solo una revolución técnica; es un cambio de paradigma operativo que avanza en paralelo con una profunda reestructuración del empleo y un entorno regulatorio cada vez más estricto. Según una encuesta sectorial realizada por Google Cloud, el 97 % de los desarrolladores coincide en que la IA generativa está transformando la industria. Las herramientas y agentes de inteligencia artificial ya están remodelando los flujos de trabajo, automatizando desde la creación de activos estéticos hasta el testeo de errores. Si bien este despliegue tecnológico promete reducir costos, liberar tiempo para la innovación en el *gameplay* y disolver los tradicionales cuellos de botella de la producción, la realidad corporativa ha desatado fuertes tensiones laborales en los estudios de todo el mundo. Este auge de la automatización coincide en el tiempo con una de las olas de despidos masivos más severas de la historia del videojuego, una crisis global que ha tenido un impacto directo en España. El ejemplo más claro es el de Ubisoft Barcelona, cuya plantilla protagonizó históricas jornadas de huelga convocadas por sindicatos para protestar contra la aplicación de un ERE que afectó a 51 trabajadores (el 28 % del estudio). A pesar de los resultados positivos del estudio y del lanzamiento exitoso de sus proyectos -como su colaboración en el aplaudido *Assassin's Creed Black Flag Resynced-*, la multinacional ejecutó estos recortes dentro de un agresivo plan global de reestructuración de costes. Aunque la industria justifica los despidos por la corrección financiera pospandemia

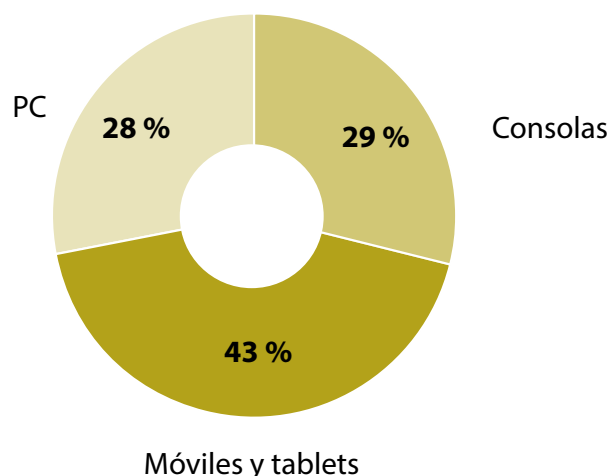
Lejos del comportamiento convencional donde el crecimiento dependía del entretenimiento, estos últimos años están marcados por los cambios en la infraestructura

y la búsqueda de rentabilidad, la plantilla y los sindicatos temen que la IA actúe como un catalizador para justificar estructuras de personal más reducidas y la amortización de puestos técnicos y creativos *junior*. Este panorama ha obligado a los marcos institucionales a intervenir. El Reglamento de Inteligencia Artificial de la Unión Europea (AI Act) introduce importantes obligaciones de transparencia para los desarrolladores en suelo europeo. La normativa impone que cualquier contenido generado por IA generativa, sistemas de comportamiento adaptativo o clonación de voz sea etiquetado de forma legible por máquina. El reto inmediato para el canal electro y los grandes distribuidores no será la falta de demanda de experiencias interactivas, sino saber navegar por una industria que se debate entre la máxima eficiencia algorítmica y la necesidad de regular un mercado laboral en plena transformación. ■

VENTAS POR SEGMENTO DE NEGOCIO 2025
UNIDADES



DISPOSITIVOS MÁS USADOS 2025



Fuente: AEVI. Elaboración: Electromarket.