



Globant ➔

# A jugar: *5 tendencias que* están redefiniendo

**el futuro digital  
del gaming**



# El siguiente nivel está aquí y los jugadores ya lo están viviendo.

El 2025 marca un punto de inflexión fundamental para el gaming. Aunque los ingresos mundiales siguen siendo elevados y se acercan a los 189.000 millones de dólares<sup>1</sup>, los motores del crecimiento están cambiando. **La expansión de los dispositivos móviles se ralentiza en los mercados maduros, mientras que los portátiles y el juego optimizado para la nube se aceleran.** La demografía de los jugadores está madurando, la IA está transformando el desarrollo, los creadores están redefiniendo el descubrimiento y los reguladores están remodelando la monetización.

Todos estos cambios apuntan a una realidad innegable: **la transformación del gaming ya no tiene que ver con el entretenimiento, sino con la infraestructura, la inteligencia y la confianza.** La tecnología no solo está cambiando nuestra forma de jugar, sino que está redefiniendo el modo en que se crean, distribuyen y mantienen los juegos. En las páginas siguientes, se analizan las cinco fuerzas que impulsan esta nueva era del juego:

01

Nuevas plataformas: el auge de los dispositivos portátiles y los videojuegos optimizados para la nube

02

La creciente importancia y adopción de la IA en el desarrollo y las operaciones

03

El engagement profundo y las franquicias icónicas que potencian el crecimiento

04

El descubrimiento impulsado por los creadores y los ecosistemas de contenido generados por los usuarios

05

La presión regulatoria y la confianza de los jugadores: monetización, seguridad y privacidad

*Desde el auge de las plataformas híbridas hasta la creatividad impulsada por IA y la evolución de los ecosistemas de jugadores, estas son las fuerzas que establecen las nuevas reglas del juego. La pregunta no es si el sector se adaptará, sino a qué velocidad.*

<sup>1</sup> Newzoo. (9 de septiembre de 2025). El mercado mundial de los videojuegos alcanzará los 189.000 millones de dólares en 2025. Newzoo. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://newzoo.com/resources/blog/global-games-market-to-hit-189-billion-in-2025>



*“La consolidación del sector sigue siendo una de las fuerzas más influyentes en la configuración del gaming. Las grandes adquisiciones de 2025 seguirán redefiniendo el panorama competitivo hasta bien entrada la próxima década. Al mismo tiempo, los equipos de desarrollo más pequeños están demostrando ser capaces de producir experiencias al nivel de las superproducciones, una dinámica que se espera que se intensifique de aquí a 2026”.*



**Kevin Janzen**

CEO Gaming & EdTech AI  
Studio at Globant.

# Nuevas plataformas: el auge de los dispositivos portátiles y los videojuegos optimizados para la nube

La portabilidad y la optimización para la nube están redefiniendo las reglas del juego. **El mercado está en transición hacia dispositivos híbridos y portátiles**, en los que convergen rendimiento, continuidad y accesibilidad. La Nintendo Switch 2 superó las expectativas de lanzamiento, mientras que la alianza de Xbox con ASUS ROG señala un renovado impulso en el segmento de los dispositivos portátiles. En el sector, se comenta que la PlayStation 6, prevista para 2026-2027, podría incluir una versión tradicional y otra portátil, lo que transformaría el ciclo de consolas en un ecosistema multiformato.

Al mismo tiempo, el gaming cloud ha madurado hasta convertirse en **una alternativa viable y de alto rendimiento al hardware físico**. NVIDIA GeForce NOW<sup>2</sup>, una de las mayores plataformas a nivel mundial, ofrece acceso a más de 4.000 juegos, transmitidos en streaming hasta en

4K a 60 FPS con compatibilidad completa de trazado de rayos y latencia ultrabaja, lo que esencialmente lleva el rendimiento de GeForce RTX a cualquier dispositivo, desde televisores hasta tablets. El servicio ya está integrado en los televisores LG OLED Smart TV, lo que permite a los usuarios jugar directamente desde la nube sin necesidad de una consola.

Amazon Luna continúa expandiéndose a través de un modelo basado en canales (Luna+, Ubisoft+ y otros), permitiendo niveles de acceso flexibles a través de Fire TV, computadoras de escritorio y dispositivos móviles. En 2025, Amazon amplió Luna a Bélgica, Luxemburgo, Portugal y Suecia<sup>3</sup>, con el apoyo de una nueva asociación con Electronic Arts para ofrecer títulos AAA a través de Luna+. Esta expansión regional refuerza **el impulso mundial del gaming cloud**, al tiempo que subraya las disparidades en la preparación de las infraestructuras en los distintos mercados.

<sup>2</sup> NVIDIA. (2025). GeForce NOW. NVIDIA. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.nvidia.com/en-us/geforce-now>

<sup>3</sup> CGMagazine. (20 de marzo de 2025). Amazon Luna expanding support in more EU regions and signs deal with Electronic Arts. CGMagazine. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.cgmagonline.com/news/amazon-luna-expanding-eu-electronic-arts>



*“En 2025, el gaming cloud se está asentando firmemente: Amazon Luna y GeForce NOW tienen **una experiencia más fluida** gracias a los avances en 5G, la **infraestructura de fibra** y la **compatibilidad con Smart TV**. No obstante, sigue habiendo retos (como **la latencia, el costo de la infraestructura y la disponibilidad geográfica**), especialmente en Latinoamérica, donde Luna no está disponible oficialmente y GeForce NOW depende en gran medida de la calidad de la conexión. Sin embargo, el modelo se está convirtiendo en una alternativa válida al gaming normal con consolas”.*



**Sebastián Garófalo**  
Tech Director at Globant.

Esta evolución también está democratizando el desarrollo. Los estudios más pequeños están **logrando éxitos de taquilla en los ecosistemas portátiles y de streaming**. Títulos como *Hades II* (Supergiant Games<sup>4</sup>) y *Clair Obscur: Expedition 33* (Sandfall Interactive<sup>5</sup>) demuestran cómo los equipos modestos pueden escalar globalmente a través de la publicación digital y el diseño agnóstico de plataformas. Mientras tanto, las remasterizaciones y reimaginaciones prosperan en los formatos portátiles, donde la nostalgia y la accesibilidad amplían el engagement.

Las consolas portátiles generaron **8.700 millones de dólares en 2024<sup>6</sup>**, con una previsión de crecimiento de la **CAGR del 7,9% hasta 2033**.

Se prevé que el gaming cloud alcance los **14.000 millones de dólares en 2027<sup>7</sup>**, con una **CAGR del 64%** en rápido crecimiento.



Se prevé que los usuarios de juegos cloud superen los **500 millones en todo el mundo para 2030<sup>8</sup>**.

A medida que el hardware se vuelve más dinámico y los ecosistemas cloud maduran, la próxima generación de juegos no estará definida por el dispositivo desde **donde se conecten los jugadores**, sino por la fluidez con la que puedan jugar en cualquier lugar.



<sup>4</sup> Supergiant Games. (16 de mayo de 2025). *Hades II* coming September 25. Supergiant Games. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.supergiantgames.com/blog/hades2-coming-sep25>

<sup>5</sup> IGN (3 de octubre de 2025). *Clair Obscur: Expedition 33* sells 3.3 million copies in 33 days – not bad for a game some thought would get crushed by *The Elder Scrolls IV: Oblivion Remastered*. IGN. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.ign.com/articles/clair-obscur-expedition-33-sells-33-million-in-33-days>

<sup>6</sup> Grand View Research. (2024). Handheld – Gaming Console Market Outlook. Grand View Research. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.grandviewresearch.com/horizon/statistics/gaming-console-market/type/handheld-gaming-console/global>

<sup>7</sup> ResearchAndMarkets. (2025). Cloud Gaming Market Size, Share & Trends Analysis Report. ResearchAndMarkets. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.researchandmarkets.com/reports/5522162/cloud-gaming-market-size-share-and-industry>

<sup>8</sup> Statista GmbH. (n.d.). Cloud gaming worldwide – outlook, users. Statista. Obtenido el 4 de noviembre de 2025 de <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/cloud-gaming/worldwide?srcId=AfmBOorhf5ID40Yh7JnwJqzqrfdjZpOCWcjskXpxk4DTXXuY91R3J0G>



## 02

# La creciente importancia y adopción de la IA en el desarrollo y las operaciones

Un reto clave para los estudios será integrar la IA de forma eficaz. Es fundamental replantearse el proceso de desarrollo en torno a las herramientas de IA, ya que su adopción altera la forma en que se diseñan y desarrollan los juegos. Si se usa bien, la IA puede reducir costos, liberar a los desarrolladores de tareas repetitivas y ampliar el tiempo para la creatividad, permitiendo a los equipos centrarse en la innovación del gameplay en lugar de en los cuellos de botella de la producción. La IA y los agentes de IA ya están remodelando los flujos de trabajo de desarrollo de juegos, incorporando inteligencia a etapas que antes eran puramente manuales.

En toda la industria, **los estudios están experimentando con la IA para acelerar todo el proceso**, desde la generación de activos hasta el testeo de los juegos y las operaciones en directo.

Según una encuesta realizada en 2025 por Google Cloud<sup>9</sup>, **el 97% de los desarrolladores está de acuerdo en que la IA generativa está transformando el sector**, y la mayoría la utiliza para optimizar capas de producción específicas, como el equilibrio del gameplay (47%), la localización (45%) o los scripts (44%). Estudios japoneses como Capcom y Level-5 han ampliado la integración de la IA para la traducción y la animación<sup>10</sup>, convirtiéndola en un componente estándar de los procesos modernos. El cambio también está impactando a los grandes editores: tras su adquisición por un grupo inversor del Golfo, Electronic Arts anunció planes para emplear la IA con el fin de optimizar las operaciones y reducir costos<sup>11</sup>, una medida que los inversores consideran una señal de que la automatización es ahora fundamental para cualquier estrategia de crecimiento.

<sup>9</sup> Google Cloud. (2025). Games Report: AI and Game Development. Google Cloud. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://cloud.google.com/resources/games-report>

<sup>10</sup> PCGamer. (2025, August 19). 87% of game developers are already using AI agents... PCGamer. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.pcgamer.com/software/ai/87-percent-of-game-developers-are-already-using-ai-agents-and-over-a-third-use-ai-for-creative-elements-like-level-design-and-dialogue-according-to-a-new-google-survey/>

<sup>11</sup> Financial Times. (3 de febrero de 2025). EA's new owners bet on AI cost-cuts to boost profitability. Financial Times. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.ft.com/content/be980240-13ec-498c-ba79-71eada30d133>

*“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. En 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. Ya estamos avanzando con proyectos que implementan la automatización de pruebas impulsada por IA, así como herramientas para agilizar la gestión y la canalización de activos 3D, lo que permite a los equipos iterar más rápido desde el arte conceptual hecho por humanos hasta los activos 3D totalmente realizados”.*



**Matias Burcheri**

VP of Growth and Innovation at Globant.





La economía de la creación de juegos también se verá afectada, ya que esta transformación está a punto de cambiar la forma en que se financian y producen los juegos. Las reducciones de costos están ampliando el ancho de banda creativo, lo que permite a los estudios más pequeños perseguir ideas más ambiciosas sin aumentar el personal. **La curva de adopción refleja transiciones anteriores, como el paso del arte tradicional al digital: inicialmente resistido, finalmente aceptado.** Ahora, se espera que los desarrolladores dominen los flujos de trabajo asistidos por IA, mientras que los modelos de gobernanza hacen hincapié en mantener la supervisión humana para salvaguardar la calidad, la creatividad y las normas éticas. Los controles de calidad humanos siguen siendo esenciales para garantizar que los activos generados por IA cumplan las normas y mantengan la autenticidad para los jugadores.

El **87%**<sup>12</sup> de los desarrolladores de juegos utilizan agentes de IA en sus flujos de trabajo, principalmente para **la automatización y la optimización de la producción.**

El mercado de la IA en el gaming está valorado en **11.900 millones dólares** en 2025 y se prevé que alcance los **41.700 millones de dólares** en 2034<sup>13</sup> (14,9% de CAGR).

La **adopción de la IA** en los estudios japoneses ha superado el **50%**<sup>14</sup>, lo que supone un fuerte aumento con respecto a la experimentación de principios de 2023.

<sup>12</sup> Google Cloud. (2025). Games Report: AI and Game Development. Google Cloud. Retrieved October 24, 2025, from <https://cloud.google.com/resources/games-report>

<sup>13</sup> Keewano. (2025, March 5). AI Market Share in Games (2025–2034). Keewano. Retrieved October 24, 2025, from <https://keewano.com/blog/ai-market-share-games/>

<sup>14</sup> Dataconomy. (2025, September 29). CESA: 51% of Japanese game firms use AI in development. Dataconomy. Retrieved October 24, 2025, from <https://dataconomy.com/2025/09/29>



A medida que los estudios siguen redefiniendo sus procesos, la IA está pasando de ser una herramienta de productividad a un catalizador creativo que está cambiando no solo la forma de crear juegos, sino también la forma en que se mide la innovación en el sector.

## 03

# El engagement profundo y las franquicias icónicas que potencian el crecimiento

La base mundial de jugadores se está estabilizando a medida que el gaming entra en una fase de madurez. **El crecimiento se ralentiza en los principales mercados, lo que indica una transición de la expansión a la retención.** A medida que las adquisiciones se estancan, los estudios apuestan por el engagement a largo plazo, creando “juegos como plataformas” sostenidos por servicios en directo, contenido estacional y comunidades impulsadas por los jugadores<sup>15</sup>.



Lejos de ser experimentos a corto plazo, las franquicias clásicas, las remasterizaciones y las reinterpretaciones se sitúan ahora en el centro de las estrategias de los editores. *The Elder Scrolls IV: Oblivion Remastered* (2025), que alcanzó los cuatro millones de jugadores a los pocos días de su lanzamiento<sup>16</sup>, exemplifica cómo los títulos clásicos pueden **resurgir como acontecimientos culturales** cuando se modernizan para el hardware actual. Del mismo modo, *Final Fantasy Tactics: The Ivalice Chronicles* ha sido aclamado como “una hermosa recreación de un juego ya de por sí hermoso”, y obtuvo un 88% de valoraciones “muy positivas” en Steam<sup>17</sup>, prueba de la conexión emocional y creativa que impulsa la repetición de la interacción.

<sup>15</sup> Bain & Company. (2025). Global Gaming Report 2025. Bain & Company. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.bain.com/insights/topics/gaming-report/>

<sup>16</sup> IGN. (2025, September 27). The Elder Scrolls IV: Oblivion Remastered is already the 3rd best-selling game of 2025 in the US, behind only Monster Hunter Wilds and Assassin's Creed Shadows. IGN. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.ign.com/articles/the-elder-scrolls-iv-oblivion-remastered-is-already-the-3rd-best-selling-game-of-2025-in-the-us-behind-only-monster-hunter-wilds-and-assassins-creed-shadows>

<sup>17</sup> GamesRadar. (2025, October 2). Final Fantasy Tactics: The Ivalice Chronicles launches to 88% “Very Positive” Steam reviews as fans call the JRPG remaster “a beautiful recreation of an already beautiful game.” GamesRadar. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.gamesradar.com/games/final-fantasy/final-fantasy-tactics-the-ivalice-chronicles-launches-to-88-percent-very-positive-steam-reviews-as-fans-call-the-jrpg-remaster-a-beautiful-recreation-of-an-already-beautiful-game/>



Casi el 90% de los jugadores ha jugado un remake o una remasterización en el último año, lo que subraya el deseo de los jugadores de volver a conectar con mundos conocidos<sup>18</sup>. Para los desarrolladores, este tipo de proyectos equilibra creatividad y eficiencia: **más rápidos de producir, con menos riesgos**, pero capaces de un gran rendimiento comercial y ante los críticos. Esta combinación de familiaridad e innovación amplía el ciclo de vida de las franquicias y refuerza el engagement de los fans de toda la vida.

El cambio hacia un engagement sostenido también modifica la forma en que se consumen los juegos. Los jugadores prefieren cada vez más las experiencias ricas en narrativa y los ecosistemas de servicios en directo que evolucionan con el tiempo, valorando más la profundidad que la novedad. La respuesta de los desarrolladores es sustituir el modelo de lanzamiento único por la narración continua, los paquetes de expansión y los eventos dentro del juego, convirtiendo los juegos en comunidades dinámicas y en constante crecimiento.

**Más de 200 millones** de jugadores tienen **más de 65 años**<sup>19</sup> y casi **650 millones** tienen **más de 45 años**.

El 85%<sup>20</sup> de los jugadores que probaron un remake o remaster nunca habían jugado al original, lo que pone de relieve el alcance intergeneracional.

**Más del 40%** de los ingresos de Sony en el primer trimestre de 2025 procedieron de juegos en vivo<sup>21</sup>, lo que confirma que el engagement continuo es ahora el pilar del ecosistema de las consolas.

En un mercado definido por la lealtad y la longevidad, el reto no consiste en encontrar nuevas audiencias, sino en **mantener mundos que sigan resonando a lo largo del tiempo**.

<sup>18</sup> App2Top. (2025, May 12). Study: 90% of gamers have played a remake or remaster at least once in the past year. App2Top. Retrieved October 24, 2025, from <https://app2top.com/news/study-90-of-gamers-have-played-a-remake-or-remaster-at-least-once-in-the-past-year-284164.html>

<sup>19</sup> Udonis. (2025, June). The Modern Mobile Gamer Report 2025. Udonis. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/modern-mobile-gamer>

<sup>20</sup> App2Top. (2025, May 12). Study: 90% of gamers have played a remake or remaster at least once in the past year. App2Top. Retrieved October 24, 2025, from <https://app2top.com/news/study-90-of-gamers-have-played-a-remake-or-remaster-at-least-once-in-the-past-year-284164.html>

<sup>21</sup> Simulation Daily. (2025, August 30). PlayStation's live-service games now account for 40% of its revenue. Simulation Daily. Retrieved October 24, 2025, from <https://simulationdaily.com/news/playstation-live-service-games-40-revenue/>

## El descubrimiento impulsado por los creadores y los ecosistemas de contenido generados por los usuarios

El centro de gravedad del descubrimiento de videojuegos se desplazó de los escaparates a los creadores. Los videos cortos, los livestreams y el contenido generado por los jugadores ahora tienen más alcance que la publicidad tradicional<sup>22</sup>, y plataformas como TikTok, YouTube y Twitch están redefiniendo la forma en que el público encuentra los juegos y conecta con ellos. Hoy en día, el descubrimiento pasa por la autenticidad y la comunidad: **los jugadores confían más en los creadores que en los anuncios**, y los momentos de juego son más persuasivos que los eslóganes de marketing.

Al mismo tiempo, el contenido generado por los usuarios (CGU) pasó de ser un pasatiempo de nicho a convertirse en un motor fundamental de engagement e ingresos. Ecosistemas como Roblox, Fortnite Creative y Minecraft han demostrado que cuando los jugadores se convierten en creadores, el engagement se profundiza y los ciclos de vida de los productos se amplían.

Las herramientas de CGU transforman a los jugadores en socios. Así prolongan la vida útil de las franquicias y reducen los costos de adquisición al convertir las **comunidades en economías creativas autosostenibles**.



Las herramientas basadas en IA están ampliando la capacidad creativa en estos espacios. En lugar de sustituir a los desarrolladores, aceleran la iteración y abren los flujos de trabajo profesionales a un público más amplio. El resultado es un entorno más fluido en el que los jugadores y los desarrolladores configuran los mundos que habitan en conjunto.

<sup>22</sup> Wang, Y., & Li, J. (2025). The impact of short videos and live streaming on e-commerce consumers' purchasing decisions. ResearchGate. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de [https://www.researchgate.net/publication/385093367\\_The\\_Impact\\_of\\_Short\\_Videos\\_and\\_Live\\_Streaming\\_on\\_E-commerce\\_Consumers\\_Purchasing\\_Decisions](https://www.researchgate.net/publication/385093367_The_Impact_of_Short_Videos_and_Live_Streaming_on_E-commerce_Consumers_Purchasing_Decisions)



*Las herramientas UCG también pueden actuar como un pase rápido para la cultura de Internet. Los jugadores, especialmente los más jóvenes, pueden disfrutar de los memes de Internet y de los acontecimientos del mundo real en su juego favorito casi al instante. Esta sintonía entre el mundo real y el del juego fomenta el sentido de comunidad y refuerza el engagement, al tiempo que da poder a los creadores”.*



**Patricio Spallati**  
Lead Game  
Producer & Game  
Designer at Globant.

El Unreal Editor de Fortnite (UEFN) ejemplifica esta tendencia: los creadores publicaron 198.000 islas en 2024, de las cuales 137.000 se construyeron con UEFN<sup>23</sup>, mientras que la comunidad de creadores casi se triplicó, pasando de 24.000 en 2023 a 70.000 en 2024. Otro ejemplo es el evento “Steal a Brainrot”, un título creado por la comunidad que atrajo a 24 millones de jugadores en un solo día<sup>24</sup> en Roblox y Fortnite, **lo que pone de manifiesto el enorme potencial de engagement del contenido generado por los jugadores.**

Roblox siguió un camino similar con su Roblox Studio y su programa Roblox Developer Exchange (DevEx), donde las herramientas de creación asistidas por IA impulsaron un aumento del 31% de creadores activos en 2025<sup>25</sup> al reducir las barreras técnicas y agilizar la producción.

Incluso el nuevo conjunto de herramientas para creadores de Minecraft, presentado en 2025 con Bedrock Edition<sup>26</sup>, permite la colaboración en tiempo real y la monetización directa, transformando la creatividad casual en participación sostenible.

<sup>23</sup> Epic Games. (18 de diciembre de 2025). Fortnite ecosystem 2024 year in review: Celebrating creators and looking ahead. Fortnite. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.fortnite.com/news/fortnite-ecosystem-2024-year-in-review-celebrating-creators-and-looking-ahead>

<sup>24</sup> The Express Tribune. (15 de septiembre de 2025). “Steal a Brainrot” reaches 24 million players across Roblox and Fortnite in a single day. The Express Tribune. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://tribune.com.pk/story/2567134/steal-a-brainrot-reaches-24-million-players-across-roblox-and-fortnite-in-single-day>

<sup>25</sup> Roblox Corporation. (Septiembre de 2025). Roblox annual economic impact report 2025. Roblox. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://corp.roblox.com/newsroom/2025/09/roblox-annual-economic-impact-report>

<sup>26</sup> Minecraft. (10 de abril de 2025). Editor v1.0 is here. Minecraft. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.minecraft.net/en-us/creator/article/editor-v1-0-is-here>

Los creadores de Roblox ganaron **más de 900 millones de dólares<sup>27</sup>** por ventas de UGC en 2024.



TikTok se sitúa entre los **3 principales canales de descubrimiento** para los jugadores Gen Z en 2025<sup>28</sup>, superando a los anuncios tradicionales.



Fortnite asignó el **40% de los ingresos basados en islas** a los creadores<sup>29</sup>, mientras que el Marketplace de Minecraft permite obtener ingresos directos de mods y activos.

*La IA y el CGU se están uniendo para redefinir el desarrollo en sí, convirtiendo la creación en un acto colectivo y permitiendo que las tendencias de las redes sociales impregnén rápidamente el mundo del juego, a medida que el compromiso pasa del consumo a la participación.*



<sup>27</sup> Roblox Creator Hub. (2025). Earn on Roblox. Roblox. Retrieved October 24, 2025, from <https://create.roblox.com/docs/production/earn-on-roblox>

<sup>28</sup> Udonis. (2025, August). Gaming Trends 2025. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/gaming-trends>

<sup>29</sup> Udonis. (2025, August). Gaming Trends 2025. Retrieved October 24, 2025, from <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/gaming-trends>

## 05

# La presión regulatoria y la confianza de los jugadores: monetización, seguridad y privacidad

El sector del gaming está entrando en una era de responsabilidad. Los reguladores de Estados Unidos, del Reino Unido y de la UE están supervisando cada vez más la forma en que los juegos monetizan, procesan los datos y protegen a los jugadores.

Mecánicas como las cajas de recompensa, los sistemas gacha y la personalización basada en IA **se enfrentan ahora a desafíos legales** debido a su impacto psicológico y a su falta de transparencia.

Las recientes medidas reguladoras y los datos del mercado reflejan este creciente escrutinio. A principios de 2025, la FTC estadounidense impuso a HoYoverse (Genshin Impact) una

multa de 20 millones de dólares por engañar a los jugadores sobre las probabilidades de recompensas aleatorias y no aplicar controles parentales adecuados<sup>30</sup>. En Corea del Sur, los estudios muestran que entre el 80% y el 90% de los juegos para móviles incluyen monetización basada en el azar<sup>31</sup>, lo que revela la gran dependencia del sector de esta mecánica. Estos casos señalan un **mayor reconocimiento de la transparencia y la responsabilidad** en el diseño de las economías de los juegos.

Más allá de la monetización, la Ley de Inteligencia Artificial de la UE podría clasificar pronto ciertas características de los juegos, como los NPC adaptables, la IA que modela el comportamiento y el

<sup>30</sup> Federal Trade Commission (FTC). (18 de enero de 2025). Genshin Impact game developer will be banned from selling loot boxes to teens under 16 without parental consent. FTC. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/01/genshin-impact-game-developer-will-be-banned-selling-lootboxes-teens-under-16-without-parental>

<sup>31</sup> Wang, Y., & Li, J. (2025). The impact of short videos and live streaming on e-commerce consumers' purchasing decisions. *Acta Psychologica*, 259, Article 103805. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691825008030>

<sup>32</sup> AI Law & Policy. (Febrero de 2025). Some implications of the EU AI Act on video game developers. AI Law & Policy. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.ailawandpolicy.com/2025/02/some-implications-of-the-eu-ai-act-on-video-game-developers/>

seguimiento de la emoción del jugador, como sistemas de alto riesgo<sup>32</sup>. Si se promulga en 2025-26, exigirá a los estudios que demuestren la explicabilidad, seguridad y alineación ética de los modelos de IA que potencian los juegos. Para un sector basado en la inmersión, esto marca un punto de inflexión: **los desarrolladores deben ahora equilibrar el realismo con la responsabilidad.**

**El 58%**<sup>33</sup> de los ejecutivos del sector del gaming afirman que la adopción de la IA se verá limitada por la rapidez con la que se adapten los reguladores en los próximos **3-5 años**.

**Los acuerdos con la FTC de más de 245 millones de dólares**  
(2023-2024)<sup>34</sup> demuestran el costo financiero del incumplimiento en el sector del gaming.

**El 82%**<sup>35</sup> de los jugadores declararon haber sido objeto directo de acoso en línea y el 88% han sido testigos de comportamiento tóxico en los juegos.

En Globant, ayudamos a los estudios a convertir el cumplimiento regulatorio en una ventaja competitiva. Nuestro **marco Trust-by-Design** incorpora normas de equidad, privacidad y ética de la IA desde el concepto hasta las operaciones en vivo, lo que permite a los clientes navegar por la normativa en evolución al tiempo que mantienen la libertad creativa. Desde los paneles de transparencia de las cajas de recompensa hasta

las auditorías éticas de IA y los sistemas de seguridad de los jugadores, creamos soluciones que hacen que la responsabilidad sea parte de la experiencia del jugador y no un componente tardío.

En un mercado impulsado por la **confianza, la responsabilidad es la nueva innovación**. El futuro pertenece a los creadores que tratan la ética como parte del diseño, no de la defensa.

<sup>33</sup> Vixio. (Marzo de 2025). Vixio releases 2025 gaming supplier survey highlighting increasing regulatory scrutiny. Vixio Regulatory Intelligence. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.vixio.com/news/vixio-releases-2025-gaming-supplier-survey-highlighting-increasing-regulatory-scrutiny>

<sup>34</sup> Federal Trade Commission (FTC). (19 de diciembre de 2022). \$245 million FTC settlement alleges Fortnite owner Epic Games used digital dark patterns to charge players. FTC Business Blog. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2022/12/245-million-ftc-settlement-alleges-fortnite-owner-epic-games-used-digital-dark-patterns-charge>

<sup>35</sup> Wired. (8 de abril de 2025). Video game developers are fighting a new battle: online safety. Wired. Obtenido el 24 de octubre de 2025 de <https://www.wired.com/story/video-games-developers-online-safety/>



## Ready Player Future: La era del gaming intencionado

La industria del gaming se encuentra en una encrucijada entre la reinvenCIÓN y el retorno. Por un lado, la IA estÁ transformando la forma en que se desarrollan los mundos, evolucionan los personajes y se adaptan las historias en tiempo real. Por el otro, los jugadores piden algo atemporal: autenticidad, creatividad y una conexiÓN significativa.



Para los estudios, esto significa **pasar de la expansiÓN a la evoluciÓN**. El éxito no dependerÁ del volumen, sino de la visiÓN: diseÑar experiencias que crezcan con su pÚblico, impulsadas por herramientas que hagan que la creatividad sea escalable y sostenible. La consolidaciÓN del sector continuará, pero los pequeÑos estudios seguirÁn reescribiendo las reglas, demostrando que la agilidad y el propÓsito pueden competir con la magnitud.

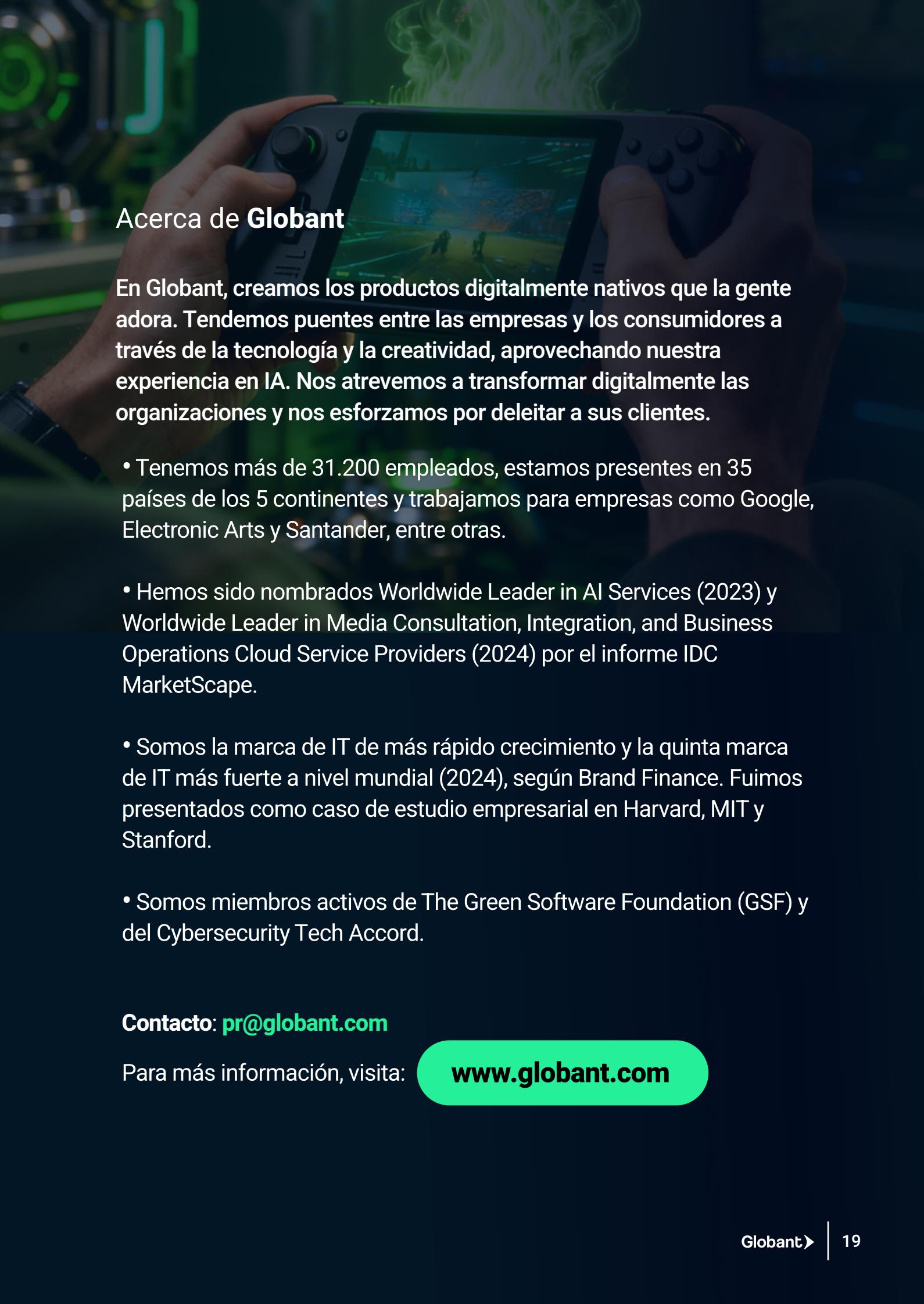
Más allá del entretenimiento, la influencia de la tecnología de los juegos se está extendiendo a campos sorprendentes, que incluyen desde los gemelos digitales y las simulaciones de formación hasta la educación inmersiva y el storytelling de marcas. **El juego se está convirtiendo en el modelo de aprendizaje, colaboración e imaginación del futuro.**

En Globant, vemos esta transformación como una oportunidad para generar un impacto duradero. Con más de 15 años de experiencia en el codesarrollo de títulos AAA y a través de soluciones basadas en IA como Globant Enterprise AI, ayudamos a los estudios a adoptar una tecnología que amplifique la creatividad humana, no que la sustituya. Desde el diseño hasta la implementación, nuestro enfoque se centra en las personas, se basa en los datos y está pensado para el futuro.



**El futuro del gaming no es solo interactivo: es inteligente, inclusivo e infinito.**

**Es momento de darle vida.**



## Acerca de Globant

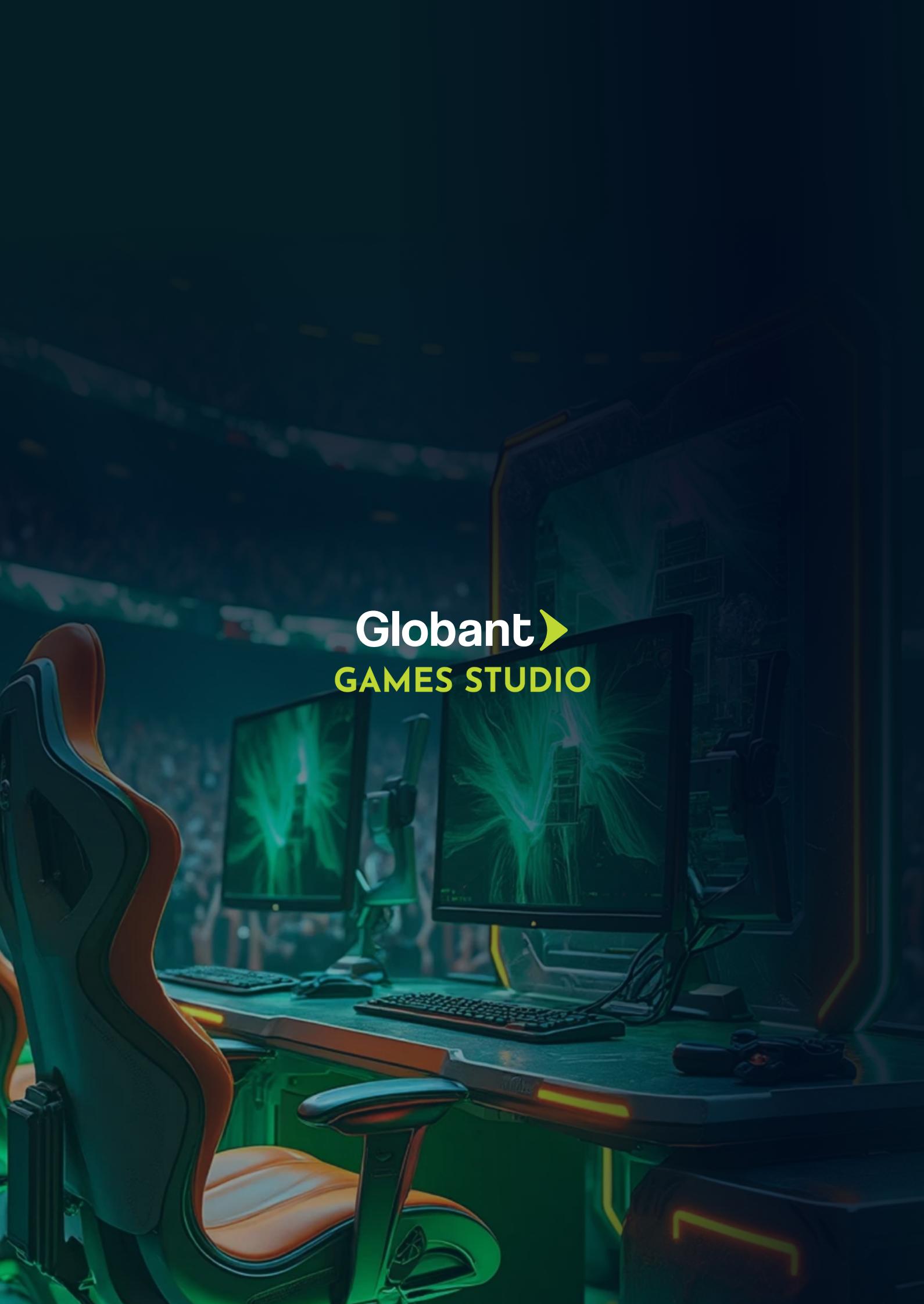
En Globant, creamos los productos digitalmente nativos que la gente adora. Tendemos puentes entre las empresas y los consumidores a través de la tecnología y la creatividad, aprovechando nuestra experiencia en IA. Nos atrevemos a transformar digitalmente las organizaciones y nos esforzamos por deleitar a sus clientes.

- Tenemos más de 31.200 empleados, estamos presentes en 35 países de los 5 continentes y trabajamos para empresas como Google, Electronic Arts y Santander, entre otras.
- Hemos sido nombrados Worldwide Leader in AI Services (2023) y Worldwide Leader in Media Consultation, Integration, and Business Operations Cloud Service Providers (2024) por el informe IDC MarketScape.
- Somos la marca de IT de más rápido crecimiento y la quinta marca de IT más fuerte a nivel mundial (2024), según Brand Finance. Fuimos presentados como caso de estudio empresarial en Harvard, MIT y Stanford.
- Somos miembros activos de The Green Software Foundation (GSF) y del Cybersecurity Tech Accord.

Contacto: [pr@globant.com](mailto:pr@globant.com)

Para más información, visita:

[www.globant.com](http://www.globant.com)

A dark, atmospheric scene of a gaming setup. In the foreground, a portion of an orange and black racing-style gaming chair is visible. In the center, a desk is equipped with multiple computer monitors. The screens display vibrant, futuristic-looking graphics with green and blue hues, possibly from a racing game. The room has a low-light, moody atmosphere with some ambient light reflecting off the surfaces.

**Globant** ➤  
**GAMES STUDIO**