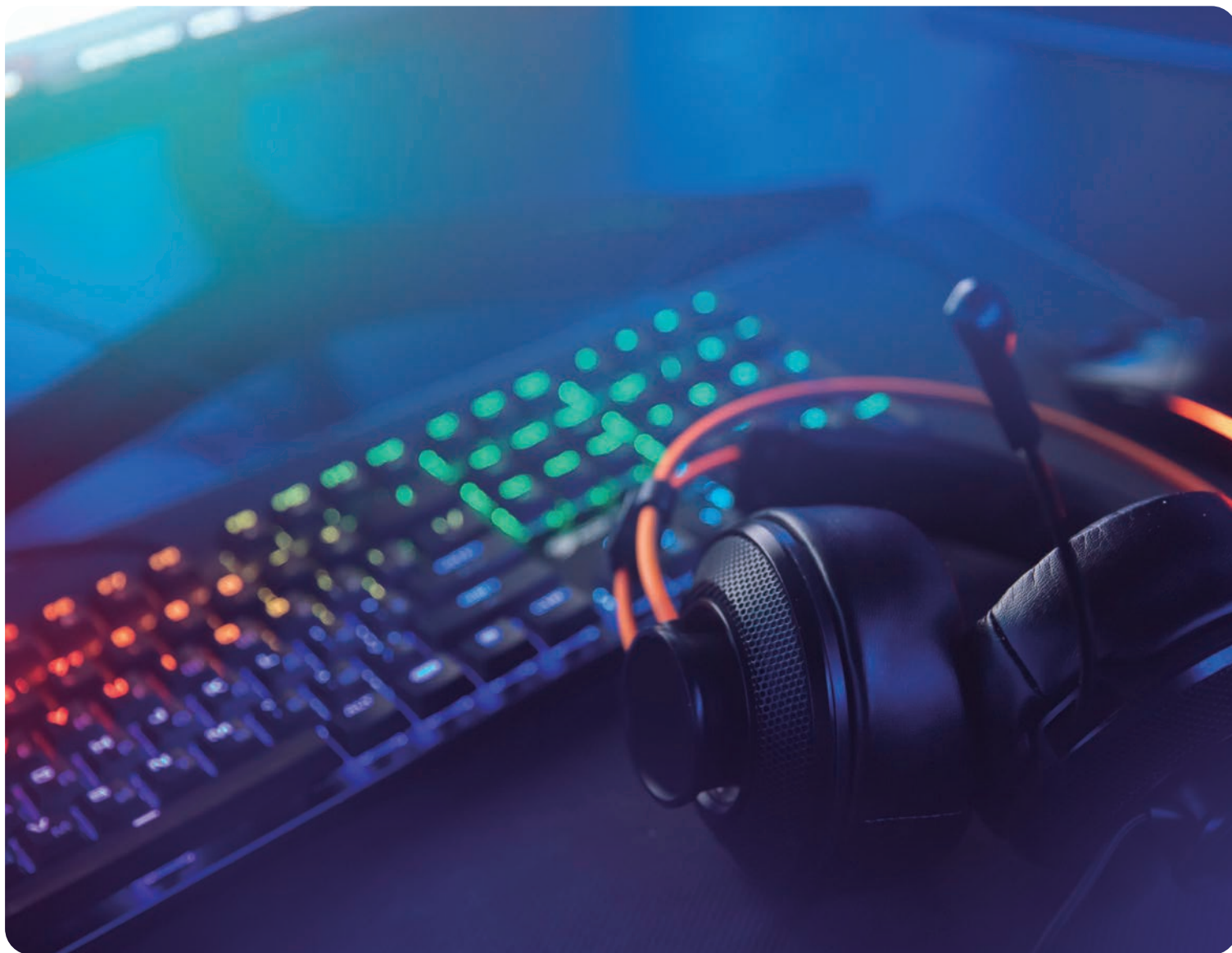


tai price[®] book

Especial
Gaming
2026

NP
comunicaciones





N.P. Comunicaciones, S.L.
C/ Ramón Gómez de la Serna
10, 3ºB
28035 Madrid
Tfno: +34 91 739 04 11
info@taipricebook.es

Javier Renovell
Director de Publicaciones
javier.renovell@taipricebook.es

Eduardo Navarro
Director de Marketing y Ventas
eduardo@taipricebook.es

Silvia Hernández
Directora de Eventos
silvia@taipricebook.es

N.P.
comunicaciones

**tai price
book**

DL - M-21246-1994

ESTA PUBLICACIÓN NO SE HACE RESPONSABLE EN NINGÚN CASO DEL CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS, NI DE LAS LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS ANUNCIANTES Y COLABORADORES.

Le informamos que sus datos personales serán tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de remitirle información de actividades, noticias y eventos organizados relacionados con el sector tecnológico, inclusive por medios electrónicos. Los datos serán conservados mientras sean necesarios para gestionar su correspondiente solicitud. El presente correo electrónico se dirige en exclusiva a su destinatario pudiendo contener información confidencial sujeta a secreto profesional. Los datos personales que puedan contener el correo electrónico, sea en su contenido o en sus adjuntos, son tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de gestionar su correspondiente solicitud. No se prevén cesiones o comunicaciones de datos salvo las establecidas legalmente.

Todos los contenidos que se muestran en la presente publicación, y en especial diseños, textos, imágenes, logos, iconos, nombres comerciales, marcas o cualquier otra información susceptible de utilización industrial y/o comercial están protegidos por los correspondientes derechos de autor, no permitiendo su reproducción, transmisión o registro de información salvo autorización expresa previa del titular, N.P. Comunicaciones.

Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a rgpd@taipricebook.es, para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en www.taipricebook.es.

El futuro de los videojuegos: entre el nuevo paradigma IA y las estrategias internacionales

En solo unas pocas décadas, los videojuegos han pasado del aislamiento de una habitación oscura a iluminar un mundo interconectado que une a los pueblos y elimina las fronteras, convirtiéndose hoy en un canal de comunicación universal que mezcla a las generaciones X, Y, Z y Alpha. En vísperas de la llegada de la generación Beta, nacida en la era de la hiperconexión y de la inteligencia artificial generativa, emerge una pregunta: la esencia misma del videojuego, es decir su carácter lúdico, sus procesos de aprendizaje e incluso la legítima búsqueda del rendimiento que genera en los gamers, ¿sobrevivirá a estas nuevas evoluciones sociotecnológicas de asistencia humana y artificial?

- **La evolución sistémica de un universo potencialmente ilimitado**

Aunque se ha ralentizado en los últimos años (3,4% en 2025 frente al 12% en 2020 según Newzoo), el mercado mundial del videojuego no ha dejado de crecer desde su aparición y alcanza un volumen de negocio de 190.000 millones de dólares en 2026. Desde los albores de la interacción digital básica con *Pong* y *Space Invaders* en los años 70, hasta la explosión de los juegos de rol en línea masivamente multijugador (MMORPG) en los años 2000, cada década ha estado marcada por transformaciones mayores que han enriquecido el campo de lo posible en materia de experiencia videolúdica.

Juegos de plataformas en los años 80 (*Super Mario*, *Metroid*, *Prince of Persia*), de disparos en primera persona (*Doom*, *Counter-Strike*, *APEX*,...) y de supervivencia (*Silent Hill*, *Resident Evil*,...) en los años 90, de simulación de vida personal (*Los Sims*), deportiva (*FIFA*, *NHL Manager*...) o animal (*Nintendogs*, *Catz*, *Tamagotchi*...) en los años 2000, de libertad ampliada gracias a los mundos abiertos (*Red Dead Redemption*, *Death Stranding*, *GTA*...) en los años 2010 o incluso de battle royale (*Fortnite*, *CoD Warzone*, *Pokemon TCGP*,...) que siguen dominando en los años 2020, los géneros son variados y se inscriben en el tiempo.

Lejos de quedarse confinados en su época, los títulos más reconocidos se adaptan para sobrevivir a las evoluciones tecnológicas y arraigarse cada vez más profundamente en el imaginario colectivo de las distintas generaciones de jugadores. Así, desde un público objetivo adolescente y predominantemente masculino en los años 80-90, el mercado se ha diversifi-

cado progresivamente, apuntando y fidelizando hoy a todo el mundo independientemente de la edad, el sexo o el estilo de vida.

En constante vigilancia, y gracias a las secuelas/remakes o al multi-homing que permite a los juegos adaptarse a los distintos sistemas de los dispositivos (smartphone, ordenador y, en menor medida, las consolas de salón o portátiles), permite a cada uno reconocerse en una licencia, un personaje o un universo al alcance de la mano. Es así como en 2026, padres "kidults" pueden volver a jugar o descubrir en PS4/PS5 los juegos *Resident Evil* o *Silent Hill* de su época (1995-2000 en PS1) con sus hijos, ahora adolescentes. Remasterizadas, adaptadas al cine (doce películas) o series, e incluso adaptadas a las tecnologías complementarias (realidad virtual con el PSVR2), estas licencias se vuelven atemporales y fuentes de nostalgia, de intercambio y de identificación.



- **Videojuego sostenible: del cortoplacismo hedónico a las representaciones sociales sin fin**

El videojuego no puede calificarse hoy como sostenible en el sentido ecológico del término. Los gamers están lejos de aceptar la desaparición de los formatos físicos. La industria lo ha entendido perfectamente, frenando la política de desmaterialización integral semi-responsable (el impacto de los servidores persiste) y multiplicando las ediciones especiales, steelbooks o incluso bundles temáticos tipo "Day-One" o "Deluxe".

Sin embargo, donde el mercado sí se ha vuelto sostenible es en la longevidad de la oferta hecha a los gamers. Trofeos de rendimiento en las consolas de salón o colecciones ilimitadas en un juego de cartas para smartphones, el tiempo ya no se dedica simplemente a encadenar juegos individualmente por placer, sino a perfeccionar y exponer los propios logros ante los demás jugadores. Así, en cerca de 50 años, el perfil del gamer ha pasado de ser un hedonista individualista a una entidad interconectada que trabaja en la mejora de su avatar virtual dentro de múltiples comunidades invisibles.

A modo de ejemplo, 2026 debería marcar la llegada de uno de los títulos más importantes de los últimos 30 años en consola de salón. Inicialmente previsto para finales de 2025, *GTA VI* del Studio Rockstar será sin duda el evento videolúdico del año. Los fans llevan casi trece años esperando, desde la llegada de *GTA V* en las consolas de 3ª generación. Estas han dado paso a las de 4ª, 5ª y ahora 6ª generación. Sin embargo, aunque la duración del juego en modo historia no supera las cien horas, la comunidad sigue presente y acti-

va en línea a través de la plataforma GTA V Online, derivada del juego y alimentada por los desarrolladores con el fin de mantener el hype comunitario.

- **La inevitable evolución de los modelos económicos y competencias en el mercado de los videojuegos**

Es un hecho: el gamer ya no juega solo. La consulta de foros de ayuda, el uso de guías de completado, las misiones comunitarias online... van dejando paso poco a poco a la inteligencia artificial generativa. Esta recupera los códigos ya probados desde principios de los años 2000, con las limitaciones de su época, a través de juegos que usan sistemas de bending stories (el juego consiste principalmente en elecciones narrativas por etapas para avanzar en la historia) como *Fahrenheit* en 2005 (Indigo Prophecy en Estados Unidos) o los exitosos juegos de Telltale Games, a menudo adaptaciones de series o películas.

Al igual que ocurre con el cine y la televisión, esta revolución da lugar a numerosas polémicas, especialmente en lo relativo a la creación y la escritura de los juegos donde los estudios se apoyan en la IA. Este año, Capcom ha sido criticado por su comunidad de jugadores por el uso del upscaler DLSS 5 de nVidia para mejorar el renderizado de *Resident Evil Requiem* (juego multipremiado en 2025), desnaturalizando el diseño de los personajes de la franquicia. En Francia, el histórico ganador de los Games Awards 2025, Sandfall Interactive, vio retirado su premio Indie Game Award 2025 por haber utilizado herramientas generativas en la realización de su RPG, *Clair Obscur: Expedition 33*. El

grupo Sony va aún más lejos. Más allá del proceso de creación en sí, recientemente ha renovado la patente de su mando PlayStation IA tipo Ghost Player de 2024, tecnología que permite al gamer dejar que el mando juegue en su lugar.

En resumen, aunque el gamer depende cada vez más de los esquemas socio-tecnológicos que rodean su experiencia videolúdica, no parece dispuesto a perder completamente el control del juego. Frente a la multiplicación de los modelos de negocio del sector, como el muy de moda modelo Freemium (juego gratuito con compras integradas para mejorar la experiencia), la suscripción (PlayStation Plus, Xbox Game Pass... que permiten el juego en línea y el acceso a privilegios mensuales), las muy cuestionables Loot Boxes (modelos de monetización basados en el azar) o incluso el eSport amateur o profesional, por mencionar solo algunos, las competencias clave para integrarse y/o imponerse en el mercado evolucionan sin cesar.

Los conocimientos técnicos, estratégicos y los usos tecnológicos avanzados deben combinarse con capacidades de análisis, vigilancia y adaptación constante para responder, en primer lugar, a las necesidades de los gamers. Más allá de esto, hacer frente a la emergencia difícilmente controlada de los usos de la IA en todo tipo de ámbitos será uno de los grandes retos futuros para el sector. Las mayores escuelas especializadas en videojuegos del mundo (SMU Guildhall en Estados Unidos, Breda University of Applied Sciences en los Países Bajos, ESAT en España...) y en Francia (Isart Digital en París, Rubika en

*«Es un hecho: el gamer ya no juega solo. La consulta de foros de ayuda, el uso de guías de completado, las misiones comunitarias online... van dejando paso poco a poco a la inteligencia artificial generativa»
(Julien Jouny-Rivier, ESSCA)*

Valenciennes...) lo han comprendido y lo integran en sus programas de formación.

Sin embargo, entre la integración de las dinámicas intergeneracionales sociales y la injerencia cada vez mayor de la IA generativa en la creación y la experiencia de juego, la pregunta que debe plantearse ya no concierne únicamente a la supervivencia de la esencia misma del videojuego, sino simplemente si el gamer del futuro sabrá aún jugar.

Julien Jouny-Rivier,
profesor de marketing en ESSCA



FreakCon cierra su décimo aniversario con más de 350.000 visitantes desde 2016

La última edición del festival FreakCon se consolidó como el epicentro definitivo del orgullo geek en el sur de Europa. Con una asistencia récord, este décimo aniversario transformó durante un fin de semana el recinto ferial en una gigantesca cápsula del tiempo. Allí, las últimas innovaciones de la industria convivieron en perfecta armonía con los píxeles de fósforo, los tubos de rayos catódicos y la bendita nostalgia del gaming retro.

FreakCon 2026 ha convertido una vez más a Torremolinos (Málaga) en un cruce de caminos de la cultura pop, el entretenimiento y la creatividad, en una edición histórica que ha reunido a más de 55.000 asistentes durante tres jornadas y que consolida al festival como uno de los grandes referentes nacionales e internacionales del sector. Con esta edición, FreakCon supera los 350.000 visitantes acumulados a lo largo de sus diez ediciones.

Su Palacio de Congresos ha acogido la propuesta más ambiciosa e internacional en la historia del festival, con más de 600 horas de programación, actividades ininterrumpidas, conciertos, exhibiciones, experiencias inmersivas, concursos, videojuegos, cosplay, manga, k-pop, artistas, creadores de contenido y encuentros con algunos de los nombres más destacados del panorama nacional e internacional.

Durante todo un fin de semana, miles de personas llegadas desde distintos puntos de España y del extranjero han llenado las instalaciones del recinto en una edición marcada por el entusiasmo del público, el excelente ambiente y una respuesta masiva tanto en actividades, stands, zona indie, espacios de firmas y auditorios como en la zona exterior en el escenario principal, zona de foodtrucks y actividades varias.

Uno de los grandes protagonistas de esta edición ha sido la presencia internacional de invitados de primer nivel, encabezados por el actor Giancarlo Esposito, que participaba en una convención en España por primera vez y cuya presencia generó una enorme expectación entre los asistentes. Junto a él, el festival reunió a otras figuras internacionales como el cantante japonés Coda, la cosplayer francesa Cinderys o la artista hispano-japonesa Tami Tamako, así como más de 70 invitados de la farándula digital entre los que se encontraban Elesky, Mister Jägger, Salva Espín, Pasqual Ferry, Natacha Bustos, Jesús Merino, Carolina Jiménez, José Carabias, Javier Quintas, Karina Kolokolchikova o Papi Gavi.



FreakCon Arena: regreso de los clásicos de lucha

Cruzar las puertas del Palacio de Congresos durante este fin de semana fue lo más cercano a activar una máquina del tiempo. Aunque los cosplays de anime y las últimas novedades de Nintendo acaparaban miradas en los pasillos principales, el verdadero corazón palpitante del evento se ubicó en el ala dedicada al videojuego clásico. La atmósfera de esta zona era inconfundible: un murmullo constante de melodías en formato chiptune, el característico "clac-clac" de los joysticks arcade y el parpadeo de decenas de monitores CRT de los años 80 y 90.

La organización acertó de lleno al expandir el espacio de exhibición histórica. Los asistentes de más de treinta años sonreían con nostalgia al reencontrarse con consolas que definieron su infancia: desde la robusta e inmortal Mega Drive hasta la mítica Super Nintendo. Sin embargo, lo más gratificante fue observar a adolescentes soltar por un momento sus teléfonos móviles de última generación para descubrir la exigente dificultad de joyas como *Super Mario Bros 3* o el vertiginoso ritmo del *Sonic The Hedgehog* original. El videojuego clásico demostró no ser solo un objeto de museo, sino una experiencia cultural intergeneracional completamente viva.

El gran núcleo del entretenimiento digital se concentró en la denominada FreakCon Arena, una zona de juego libre y torneos masivos que mantuvo los servidores y las pantallas echando humo durante los tres días del certamen. Si bien los títulos contemporáneos tuvieron una fuerte presencia en la parrilla, el espíritu competitivo de la vieja escuela reclamó su trono mediante torneos de lucha que desataron la locura generalizada de la grada.

El torneo de *Tekken* y los desafíos clásicos de lucha en recreativas se convirtieron en los eventos más ruidosos y concurridos del pabellón. El público, agolpado alrededor de los monitores de competición, vitoreaba cada combo y cada victoria con una energía que recordaba a los antiguos salones recreativos de barrio. Esta combinación de infraestructuras modernas de deportes electrónicos aplicadas a dinámicas de juego clásicas resultó ser uno de los mayores aciertos de este décimo aniversario.

*«Este décimo aniversario ha sido mucho más que una celebración. Ha sido la confirmación de que FreakCon se ha convertido en una comunidad enorme, diversa y apasionada que ama lo que hace y que sigue creciendo»
(Javier Ramos, Kaiju World)*

uniendo la espectacularidad del streaming actual con la esencia más pura del juego presencial cara a cara.

El refugio del desarrollo independiente y los artesanos del cartucho

Más allá de los grandes torneos y los sistemas comerciales clásicos, la FreakCon 2026 brindó un espacio crucial a la escena independiente y de preservación. El sector de desarrollo nacional e indie exhibió proyectos que, en su gran mayoría, beben directamente de las mecánicas, los diseños artísticos en pixel art y una jugabilidad del siglo pasado. Conversar con los desarrolladores locales permitió constatar que el legado retro sigue siendo la mayor fuente de inspiración para crear nuevas propiedades intelectuales.

Junto a los stands de videojuegos independientes, el mercadillo y el callejón de artistas ofrecieron un auténtico paraíso para los coleccionistas del formato físico. En las estanterías de las tiendas especializadas lucían cartuchos relucientes, consolas modificadas con pantallas modernas de alta resolución y ordenadores clásicos listos para volver a funcionar. La fascinación actual por recuperar y preservar el

formato físico quedó más que patente ante las colas interminables de aficionados buscando completar sus colecciones personales.

Un balance de diez años de pasión digital

Cuando las luces del Palacio de Congresos comenzaron a atenuarse la noche del domingo, el sentimiento colectivo entre los miles de asistentes era de absoluta satisfacción. FreakCon no solo ha soplado las velas de su décimo aniversario consolidándose como un evento multitudinario e imprescindible, sino que ha sabido madurar cuidando de forma ejemplar sus raíces.

En una época en la que el mercado de los videojuegos avanza de forma vertiginosa hacia la digitalización absoluta y las realidades virtuales, eventos como este demuestran que mirar al pasado no es un ejercicio de melancolía inútil. Al contrario, reivindicar el gaming retro en pleno 2026 es celebrar los cimientos de una industria que hoy es gigante gracias a esos píxeles humildes que nos enseñaron a jugar. Málaga se despidió de su gran cita friki habiendo firmado una edición inolvidable, con los cartuchos bien soplados y la partida guardada con éxito.

“Este décimo aniversario ha sido mucho más que una celebración. Ha sido la confirmación de que FreakCon se ha convertido en una comunidad enorme, diversa y apasionada que sigue creciendo”, ha declarado Javier Ramos, CEO de Kaiju World, empresa organizadora de FreakCon. “Ver a decenas de miles de personas disfrutar juntas de aquello que aman es algo difícil de explicar con palabras, pero es lo que nos hace seguir queriendo mejorar FreakCon año a año”.

Desde FreakCon 2026 agradecen a las instituciones y partners que han hecho posible esta edición tanto por el respaldo institucional como la participación de importantes marcas y entidades vinculadas al ocio, la tecnología y la industria cultural: Nintendo, Bandai Namco, OXO Museo del Videojuego, Red Bull, Maggi, Burger King, GAME, Erik Store, DEV Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento, AEVI Asociación Española de Videojuegos, Grupo Lego, EVAD, Comic Stores o Fastpik. Tras cerrar la edición más multitudinaria y ambiciosa de su historia, FreakCon mira al futuro anunciando próximamente los primeros detalles de la edición de 2027 que traerá novedades para todos los fans. [tp](#)



F1 Arcade inaugura en Madrid su espacio inmersivo en un año en el que vuelven las carreras

En un año en el que Madrid vive plenamente volcada en la Fórmula 1, y con la mirada puesta en la celebración del Gran Premio en septiembre en el nuevo MADring, la ciudad ha dado hoy un nuevo paso en su posicionamiento internacional con la inauguración de F1 Arcade, el primer concepto oficial de hospitality experiencial e inmersivo de los grandes circuitos en el circo de la Fórmula 1.



De izqda a dcha: Pablo Juantegui, Ángel Niño, Jonathan Peters y Antonio Lobato.

Ubicado en Paseo de la Castellana 103 en uno de los ejes estratégicos de la capital, justo enfrente del estadio del Real Madrid y el segundo museo más visitado de la ciudad, el nuevo espacio de 1.500 m² y dos alturas supone la llegada a España de un concepto global que combina simuladores de conducción de última generación con una oferta gastronómica y de coctelería de primer nivel y social gaming en una experiencia 360 pensada para disfrutar en grupo, competir y compartir.

El local acoge en la zona 'arcade' un total de 68 simuladores dinámicos de última generación distribuidos en diferentes grupos de entre cuatro y siete puestos para permitir carreras participativas colectivas o individuales contra la máquina. El coste de la experiencia depende del tipo de carrera y la duración elegida, con precios que comienzan desde los 19,95 € por persona para el modo Head to Head de uno contra uno (pueden llegar a los 24,95 € por conductor según la disponibilidad) para una sesión de tres carreras con una duración de unos 30 minutos donde se compite sobre los mismos circuitos icónicos del cam-

peonato mundial, y aproximadamente 29,95 € por conductor para una sesión de cinco carreras y unos 45 minutos. También está el modo Team Racing diseñado para grupos de cuatro o más personas, donde se compite por equipos en lugar de individualmente.

Los simuladores utilizan el software rFactor 2, un motor que cuenta con movimiento completo, volante y dos pantallas para máxima inmersión, y que es la misma herramienta que usan muchos pilotos profesionales para entrenar debido a su complejidad técnica. Se puede elegir entre cinco niveles de habilidad, desde principiante hasta experto, añadiendo más realismo a la funcionalidad de los botones del volante y quitando ayudas a la conducción. Luego hay diversas puntuaciones por adelantamientos, velocidad punta, puesto final alcanzado y otros parámetros. La versión española está locutada por el periodista deportivo Antonio Lobato, que hizo los honores en la presentación oficial.

"Recuerdo cómo se vivían las carreras en España en los años de mayor exposición mediática de Fernando Alonso, cuando

triunfaba y estaba en la batalla y se veían en grupo, daba igual la hora, ya no hay sitios así para ver carreras de F1... Había lugares tan grandes como el auditorio de Oviedo donde se reía, se lloraba, se abrazaba la gente... a veces no había tanto que celebrar; pero se vivía con mucha intensidad, y el F1 Arcade busca precisamente recuperar esa experiencia colectiva".

Madrid lleva la Fórmula 1 más allá del circuito

Así, el acto de inauguración ha contado con la asistencia del concejal delegado de Innovación y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, Ángel Niño, quien ha querido respaldar con su presencia la llegada de este nuevo proyecto en un momento clave para el desarrollo del ecosistema del motor en la capital.

«Nos encontramos ante un espacio innovador y la primera vez que F1 Arcade sale del mundo anglosajón, y lo hace en Madrid. Este concepto es algo más: es el ocio que busca la ciudad, un espacio en pleno centro que aún a gaming, afición, comunidad y un hospitality inmejorable» (Ángel Niño, Ayuntamiento de Madrid)

Durante su intervención, Niño ha señalado: "Estamos en un momento inmejorable para Madrid. Nos encontramos ante un espacio innovador y ante la primera vez que F1 Arcade sale del mundo anglosajón, y lo hace en Madrid. Este concepto es algo más que F1: es el ocio que busca la ciudad, un espacio en pleno centro que aún gaming, afición, comunidad y un hospita-

lity inmejorable. Una de las mejores noticias para Madrid".

Junto a ellos, en una presentación conducida por Antonio Lobato, han asistido representantes institucionales y del ámbito empresarial, reflejando el interés que despiertan iniciativas que combinan inversión, innovación y nuevas formas de ocio vincu-

ladas a grandes eventos internacionales. La cifra de la inversión total en obra de reforma, así como el canon de la licencia, no han sido revelados, pero sin duda es millonaria.

La expansión global de la marca F1 Arcade cuenta con el respaldo de una ronda de financiación de 30 millones de libras (unos 35 millones de euros) destinada a nuevas

Más F1: Lenovo impulsa el Formula 1 Sim Racing World Championship 2026

Lenovo ha expandido su colaboración con Formula 1 para impulsar el campeonato mundial de simulación de carreras 2026 F1 Sim Racing World Championship, a través del despliegue de dispositivos de alto rendimiento Lenovo Legion que equiparán a los pilotos de las carreras simuladas con un hardware de gaming de élite durante la competición.

Lenovo proveerá al campeonato con PCs Lenovo Legion Tower 5i (30L, 10) y monitores de gaming Lenovo Legion Pro 32UD-10. Estos dispositivos han sido creados para maximizar el rendimiento mediante un diseño que proporciona procesamiento ultrarrápido, una elevada tasa de fotogramas y una excepcional claridad visual, todos ellos elementos críticos para la precisión que se requiere en la simulación de carreras.

El PC sobremesa Legion Tower 5i (30L, 10) ofrece un rendimiento muy potente y preparado para la competición, facilitando que los pilotos expandan sus límites en un entorno de carreras estable y con una respuesta muy ágil. Al combinarlo con el panel 4K OLED del monitor Lenovo Legion Pro 32UD-10, los competidores podrán beneficiarse de un contenido visual ultrarrealista y un mayor contraste para obtener una experiencia plenamente envolvente que les introducirá en el circuito como nunca antes.

Tras la presentación de la temporada durante el evento DreamHack celebrado en marzo en Birmingham (Reino Unido), la tecnología de Lenovo continuará impulsando los eventos restantes desde el centro de comunicaciones y tecnología de Formula 1 ubicado en Biggin Hill (Reino Unido) a partir del 22 y 23 de abril, un complejo de vanguardia que será el epicentro de las operaciones de retransmisión de Formula 1.

El acuerdo expande el rol de Lenovo en la Formula 1 más allá de las operaciones durante las carreras y las retransmisiones para profundizar en la simulación de carreras competitivas, lo que supone una extensión muy significativa de la colaboración global entre ambas compañías. La tecnología de alto rendimiento de Lenovo sustentará los entornos de carreras tanto en el mundo real como el virtual, facilitando las operaciones de los eventos, producción de contenido y rendimiento de los pilotos virtuales durante toda la temporada.

Emily Prazer, Chief Commercial Officer en Formula 1, ha señalado: "Expandir la colaboración de Formula 1 con Lenovo para impulsar el campeonato mundial de simulación de carreras, 2026 F1 Sim Racing World Championship, representa un avance muy importante en nuestra colaboración. El compromiso continuo de Lenovo con la innovación en el mundo del motor, tanto real como virtual, les convierte en el partner perfecto para equipar al mejor talento en simulación de carreras con tecnología de primera línea y lograr ofrecer una competición extraordinaria. El fantástico lanzamiento durante el evento DreamHack de Birmingham mostró el impacto

de combinar pilotos de élite con hardware Lenovo Legion y estableció un estándar muy claro para el campeonato, que continuará desarrollándose durante la temporada".

Por su parte, ha añadido Volker Düring, VP & GM, PC and Gaming Business de Lenovo: "Impulsar el campeonato 2026 Formula 1 Sim Racing World Championship nos permite someter la tecnología Lenovo Legion a las pruebas más exigentes en un entorno verdaderamente competitivo y de alto rendimiento. Este tipo de colaboraciones son muy importantes en nuestro ciclo de innovación, puesto que proporcionan información sobre el mundo real que nos permite orientar y mejorar continuamente el diseño de nuestros productos, exactamente igual que la F1 sirve como un entorno de pruebas idóneo para la innovación en el sector automovilístico. Gracias a ello, los jugadores de todo el mundo saben que los dispositivos de Lenovo que llegan a sus manos han sido creados para optimizar el rendimiento y puestos a prueba en los circuitos más exigentes del mundo".

La tecnología de Lenovo estará presente en cada momento de las doce rondas del campeonato que se retransmitirán en vivo mediante las plataformas digitales de Formula 1, apoyando a los pilotos mientras compiten por alcanzar la gloria. El campeonato Formula One World Championship Limited forma parte del grupo Formula 1 que ostenta los derechos comerciales exclusivos de campeonato FIA Formula One World Championship.



aperturas. Ya solo el coste de los simuladores utilizados con actuadores de movimiento, volante de competición y pantallas envolventes puede estar entre 30.000 y 60.000 euros por unidad, lo que superaría los 2,5 o 3 millones de euros en el local madrileño.

La inauguración de F1 Arcade se produce en un contexto en el que Madrid refuerza su posicionamiento como destino internacional de referencia, como sede del Formula 1 Tag Heuer Gran Premio de España 2026 y como ciudad que vive la Fórmula 1 de forma continua, integrándola en su propuesta de ocio durante todo el año. En este sentido, F1 Arcade introduce una nueva forma de acercar el mundo del deporte del automovilismo más premium al público general, trasladando la emoción de la competición a un entorno accesible, social y urbano.

En palabras de Pablo Juantegui, presidente de Top Entertainment Iberia, ha señalado que “Madrid reúne todos los ingredientes para liderar esta nueva categoría de ocio: una ciudad abierta, social y con una conexión creciente con la Fórmula 1. F1 Arcade nace aquí para integrarse en ese pulso urbano y convertirse en un punto de encuentro en torno a la competición y la experiencia compartida”.

F1 Arcade opera bajo el paraguas del grupo Raceway Global, una organización de hospitality experiencial que cuenta con la licencia exclusiva de Fórmula 1 que es

explotada por Kindred Concepts (bajo el nombre Raceway Trading Ltd). Liderado por su fundador y CEO, Jonathan Peters ha destacado que “nuestra llegada a Madrid marca un hito en la expansión internacional de F1 Arcade. Es nuestra primera apertura en Europa continental y lo hacemos en una ciudad que está jugando un papel cada vez más relevante dentro del ecosistema global de la Fórmula 1”.

En colaboración con Formula 1 y Studio 397 (filial de Motorsport Games), F1 Arcade ha desarrollado una experiencia de conducción a medida, accesible para todos los niveles de habilidad, con una base tecnológica de gaming de primer nivel. Así, se ha convertido en la primera marca oficial de hospitality experiencial de Fórmula 1 en el mundo. El primer local se inauguró en Londres en diciembre de 2022 en el centro comercial One New Change junto a la Catedral de San Pablo, más otra apertura en Birmingham (noviembre de 2023), seguidas de cinco en Estados Unidos en 2024 Boston (abril) y Washington DC (octubre), y en 2025 de Filadelfia (junio), Denver (septiembre) y Las Vegas (octubre).

La explotación del espacio en España corresponde a Top Racing Iberia, una alianza estratégica entre Top Entertainment Iberia (TEI) y Orca Holding, creada para liderar el desarrollo de experiencias de ocio de nueva generación en el sur de Europa. TEI está especializada en entretenimiento deportivo, con espacios inmersivos que

combinan la emoción de la competición con tecnología interactiva, experiencias sociales y hospitality premium. Desde simuladores de conducción de alta gama hasta entornos gamificados, TEI fusiona la competición real y el rendimiento virtual para redefinir la forma en la que el público se relaciona con el deporte.

Por su parte, Orca Holding es un inversor internacional con una sólida trayectoria en el sector de la hostelería desde los años 90, aportando capacidad de inversión y excelencia operativa. Juntos, impulsan la implantación de nuevos formatos en España y Portugal –como F1 Arcade–, combinando creatividad, rigor en la ejecución y un profundo conocimiento de las expectativas del consumidor en el segmento del ocio premium.

Con esta apertura, F1 Arcade se incorpora al nuevo mapa de la Fórmula 1 en Madrid en un año clave para la ciudad, reforzando una tendencia que va más allá del Gran Premio y que consolida la presencia del motor como parte del tejido social, económico y experiencial de la capital. Con una barra central de 12 metros con varios grifos de la “escudería” Heineken y primeras marcas, cuenta con espacios pensados para grupos y eventos y una zona social con pantallas gigantes para ‘watch parties’ de los Grandes Premios, donde disfrutar de la acelerada emoción de las carreras tanto en directo como en diferido. [tp](#)



Semana fantástica de PcComponentes: gala de entrega de premios y festival de gaming

PcComponentes lo ha vuelto a hacer. El Gran Teatro Príncipe Pío colgó el cartel de completo para acoger la segunda edición de sus premios, una gala que consolida estos galardones como el principal punto de encuentro entre la industria tecnológica, los creadores de contenido y las comunidades de usuarios en España.



La ceremonia, conducida por una dupla de excepción formada por la streamer Cristinini y el comunicador y escritor Boris Izaguirre, derrochó ritmo, humor y emoción. A través de un show que combinó entretenimiento, recuerdos tecnológicos del pasado y lo último de la era digital, se entregaron un total de 21 galardones destinados a reconocer tanto los mejores productos del año por su innovación, como a los mejores creadores e influencers por el impacto y la creatividad de su talento digital.

Unas posiciones que se configuraron a través de más de 67.000 votos de la comunidad del etailer murciano. A diferencia de otros galardones del sector, los Premios PcComponentes ponen un foco especial en las sinergias entre marcas, creadores y la comunidad de usuarios, elementos clave en el ADN de la compañía desde hace 21 años.

Reconocimiento al ecosistema digital y la comunidad

Uno de los momentos más esperados de la noche fue la entrega del premio a la 'Mejor influencer de nicho' (patrocinado por HyperX), cuyo galardón de oro fue para Nuria Adraos, reconociendo su espectacular capacidad para generar valor y conectar con audiencias hiperespecializadas.

Por su parte, el momento más emotivo y diferencial de la gala llegó con el premio al 'PcLover del año', una categoría creada para poner al cliente en el centro absoluto y premiar al

usuario que más fiel ha sido a la marca en el último año. En esta ocasión, el reconocimiento a esa lealtad y compromiso diario recayó en Miguel Ángel Cano Muñoz, un cliente real de la compañía que personifica la pasión de toda la comunidad de la marca.

Las alianzas estratégicas de la temporada también tuvieron su gran protagonismo sobre el escenario. El premio a la 'Mejor colaboración entre marca e influencer' (patrocinado por HP) fue otorgado a Topes de Gama, mientras que el reconocimiento a la 'Mejor colaboración con PcComponentes' (patrocinado por Intel) se lo llevó Arnau Mestre. Asimismo, la compañía distinguió la labor de prescripción con el premio al 'Mejor afiliado de contenido PcComponentes' (patrocinado por AMD), que fue a parar a manos de Rincón de Varo.

"Estamos profundamente orgullosos del hito que suponen estos premios. Reunir a toda la industria, a los creadores y al público en una cita como esta refleja el impacto real de nuestro proyecto. Hemos consolidado el evento de referencia en España, plasmando nuestra esencia y dejando clara nuestra capacidad única para demostrar el compromiso con la cultura digital y tecnológica de nuestro país", señala Teresa Moreno, Head of Brand and Communication de PcComponentes.

Un éxito de convocatoria

La gala no solo reunió a los principales rostros del ecosistema tech e influencers de primera

línea, sino que también abrió sus puertas al público general, permitiendo a los fans vivir la experiencia en directo junto a sus creadores favoritos. Con esta segunda edición, PcComponentes reafirma su posicionamiento no solo como eCommerce líder nacional, sino como un auténtico dinamizador cultural y de ocio capaz de conectar la tecnología con el gran público.

El evento contó con el patrocinio de marcas como Intel, HP, HyperX, Corsair, Logitech, AMD y PayPal, más las marcas propias Nilait, Forgeon, Original, Alurin, Tempest y PcCom. Destacar en las categorías de gaming los premios recibidos por HP Omen Slim 16-an0006ns al mejor portátil gaming, quedando finalistas el Asus ROG Strix G16 G615JPR-S5003 y el MSI Crosshair A16 HX D8WGKG-200XES, y en la selección de los mejores periféricos gaming el ratón Logitech Pro X2 Superstrike, seguidos en votos por los auriculares HyperX Cloud III S Wireless y el teclado Corsair Galleon 100 SD.

Primer Tecnofest de récord

Además de la gala de entrega de premios, Pc Componentes quiso pillar el rebufo y se embarcó en montar su primera Tecnofest, el festival de dos días de tecnología, gaming y cultura digital impulsado en una carpa para disfrute de su comunidad y puesta a prueba de sus patrocinadores. Y sin duda fue un gran éxito, reuniendo a más de 14.000 personas que se dieron cita en el Espacio Delicias de Madrid, con entrada al evento totalmente gratuita.

El evento contó con una extensa agenda llena de momentos interesantes a través de charlas con consejos técnicos de creadores de contenido, podcasts en directo, sorteos y retos aptos para todos los públicos. Así, "el escenario principal del evento se convirtió durante dos días en un gran estudio abierto donde el público general pudo disfrutar en directo de formatos masivos como los reconocidos podcasts Gente Muerta, conducido por Maya Pixelskaya, y el arrollador Vaya Vaina", nos comentaba Teresa Moreno.

Uno de los momentos más vitoreados fue el desafío 'Beat the Pro', donde el veterano creador de contenido Luzu desató la locura colectiva retando a los asistentes en una vibrante competición del videojuego Surf. La creativi-

dad y la divulgación también tuvieron un papel protagonista y accesible para todos gracias a la demo interactiva sobre Inteligencia Artificial de Nate Gentile, los talleres prácticos de edición de vídeo con Daniel Illescas e Iván Merino, quien sorprendió al recinto con su "Frikkiss Cam con Dron", y los dinámicos concursos de Xurxo Carreño con cartas *Pokémon*, que engancharon a grandes y pequeños.

Gaming de alto nivel y diversión familiar

La alta competición y el juego libre convivieron en la zona "Tomorrow LAN", donde cientos de aficionados midieron sus habilidades de conducción frente a la piloto profesional Marta García o en retos de Valorant contra expertos como Hitboxing o BorjaCS.

Para demostrar que la cultura digital no tiene barreras ni edad, el festival diseñó espacios interactivos específicos como la Zona Kids (con talleres de dibujo gamer y origami), la Zona Beauty con sus looks festivaleros, exhibiciones de impresión 3D de la mano de Dianka.3D o batallas de hardware con "PcMaster Race". El broche de oro a esta cita inclusiva y festiva lo puso el reconocido DJ Michenlo con una mul-

tudinaria Closing Party y un gran sorteo sorpresa de tecnología.

Fabricantes como Intel, AMD, Logitech, Corsair, Palit o HP/HyperX entre otras marcas tuvieron gran concurrencia, así como las divisas propias de Pc Componentes, animando el ambiente desde sus puestos. Haciendo un resumen rápido de las seis marcas con las que "juega" el eCommerce tech español, tenemos a:

- **PcCom:** La marca principal. Se centra en ordenadores montados por sus expertos y periféricos con buena relación calidad-precio.
- **Forgeon:** Su línea premium para gaming. Componentes y periféricos de alta gama (sillas, cajas, refrigeración) con mejores materiales.
- **Tempest:** La opción gaming económica. Periféricos, fuentes de alimentación y torres con RGB pero a precios muy competitivos.
- **Alurin:** Enfocada al sector ofimática y portátiles básicos/medios. Equipos funcionales para trabajo o estudio sin estética gaming.
- **Nilait:** La marca dedicada a la imagen y sonido. Principalmente televisores y soportes con tecnología actual a precios ajustados.



- **Original:** Su línea de accesorios y básicos. Cables, mochilas, fundas y pequeños útiles para el día a día tecnológico.

"Con el éxito de Tecnofest, PcComponentes se consolida no solo como experto en tecnología, sino como el conector idóneo entre las principales tendencias del sector, los creadores más influyentes y la sociedad en general", sentencia la directora de marca. [td](#)

Propuesta de dos setups, según bolsillos

Hemos preguntado a PcComponentes, el eCommerce patrio experto en gaming, que nos hicieran dos configuraciones completas de setups, una para un gamer principiante y otra para un gamer experimentado, y esta es la sugerencia. El primero está basado en marcas propias como PcCom y Tempest, y sale por debajo de los 2.000 euros (1.709,92€ a precios de PcComponentes, contemplando ofertas específicas), mientras que el segundo, basado en diversas marcas colaboradoras habituales, supera por poco los 7.000 euros (7.053,32€ en concreto).

Setup 1 (entrada): 1.709,92€

Item	Marca y Modelo	Descripción	Precio
ORDENADOR	PcCom Lite	AMD Ryzen 5 8400F / 16 GB RAM / 1 TB SSD / RX 9060 XT 16 GB / Sin S.O.	1.199€
MONITOR	PcCom Elysium	27" / Fast IPS FHD / 200 Hz / Adaptive Sync	109,99€
TECLADO	Tempest Diablo	Mecánico / RGB Switch Red	44,99€
RATÓN	Tempest X8 Keeper	10.000 DPI / RGB	19,99€
ALFOMBRILLA	Tempest Mousepad Extended	90x40 cm / 2 mm	10,99€
AURICULARES	Tempest GHS Pro 20 Emperor	Wireless / 7.1 Virtual para PC/PS4/PS5/Switch / RGB	49,99€
MESA	Tempest Haven	RGB / 140x60 cm	139,98€
SILLA	Tempest Shake	Tela Transpirable con Reposapiés y Masaje	134,99€

Setup 2 (premium): 7.053,32€

Item	Marca y Modelo	Descripción	Precio
ORDENADOR	PcCom Ultimate	AMD Ryzen 7 9850X3D / 64 GB RAM / 2 TB SSD / RTX 5080 / Windows 11 Pro	3.969€
MONITOR	Asus ROG Swift PG27AQWP-W	26,5" / Quad HD / 540 Hz / WOLED Tandem OLED 0,02 ms	1.071,54€
TECLADO	Corsair Galleon 100 SD	Mecánico / Stream Deck / Pantalla LCD / RGB	349,99€
RATÓN	Razer Viper V4 Pro	50.000 DPI / Inalámbrico / 8.000 Hz / 6 Botones	179€
ALFOMBRILLA	Corsair MM700	93x40 cm / 4 mm / RGB	66,99€
AURICULARES	Astro A50 X	Inalámbricos / Bluetooth / Multiplataforma	329,75€
MESA	Cougar E-Star 140	Regulable eléctrico / Ergonómico / 140x60 cm	207,99€
SILLA	Phoenix Monarch Remaster	Cuero Napa / Talla XL	449,99€
MICRÓFONO	Elgato Wave:3 MK.2	USB / Cardioide con DSP integrado y Clipguard 2.0	240,08€
WEBCAM	OBSBot Tiny 2 Lite	4K / Auto-Tracking / Micrófonos Duales	188,99€

MCR Gaming Day powered by Intel: el gaming desafía al pesimismo económico y consolida su papel como motor tecnológico

Mientras Europa sigue instalada en una sensación de incertidumbre económica, inflación persistente y tensiones geopolíticas que condicionan las decisiones de empresas y consumidores, hay una industria que continúa avanzando a contracorriente. El gaming no solo mantiene su crecimiento, sino que acelera su transformación hacia segmentos cada vez más sofisticados, premium y tecnológicos.

Esa fue una de las principales conclusiones del MCR Gaming Day powered by Intel, celebrado el pasado 11 de junio en Madrid en Espacio Próxima Estación, una cita que reunió a fabricantes, distribuidores, partners tecnológicos y analistas de mercado para repasar la evolución de un sector que ha dejado de ser un nicho para convertirse en uno de los motores de la industria tecnológica.

La jornada organizada por MCR sirvió para poner sobre la mesa una realidad aparentemente contradictoria: mientras los indicadores de confianza continúan reflejando cautela entre los ciudadanos europeos, las ventas de tecnología vinculadas al gaming mantienen una evolución positiva y muestran una capacidad de resistencia superior a la de otros segmentos de consumo.

Profesionales y especialistas del sector gaming presentes en busca de nuevas oportunidades de negocio de una industria en constante evolución pudieron comprobar de primera mano los últimos procesadores

Intel Core Ultra 200S Plus, una generación diseñada para responder a las crecientes exigencias de jugadores, creadores de contenido y usuarios que demandan el máximo rendimiento en sus equipos.

Una Europa marcada por la incertidumbre

La primera parte del encuentro estuvo protagonizada por Elena Toribio, Retail Key Account Manager Tech & Durables de NielsenIQ, quien presentó una radiografía detallada del contexto económico y del comportamiento del consumidor europeo.

Su exposición comenzó con una reflexión que terminó convirtiéndose en uno de los hilos conductores de toda la jornada: La inteligencia artificial se ha convertido en un nuevo motor de inversión global. Ya no se trata únicamente de grandes compañías tecnológicas. Los gobiernos también están destinando recursos crecientes al desarrollo de capacidades relacionadas con la IA, provocando una revisión de previsiones económicas y transformando cadenas de valor completas.

Sin embargo, lejos de eliminar las incertidumbres, esta nueva ola tecnológica convive con un entorno especialmente complejo. Conflictos geopolíticos, tensiones comerciales, dependencia de mercados estratégicos, incremento de costes logísticos y volatilidad financiera continúan condicionando el escenario económico mundial.

“Si tuviéramos que resumir todos estos factores en una sola palabra, probablemente sería incertidumbre”, explicó Toribio durante su intervención. Los gráficos mostrados por NIQ-GfK permitían visualizar cómo esa incertidumbre sigue instalada en la percepción de los ciudadanos europeos.

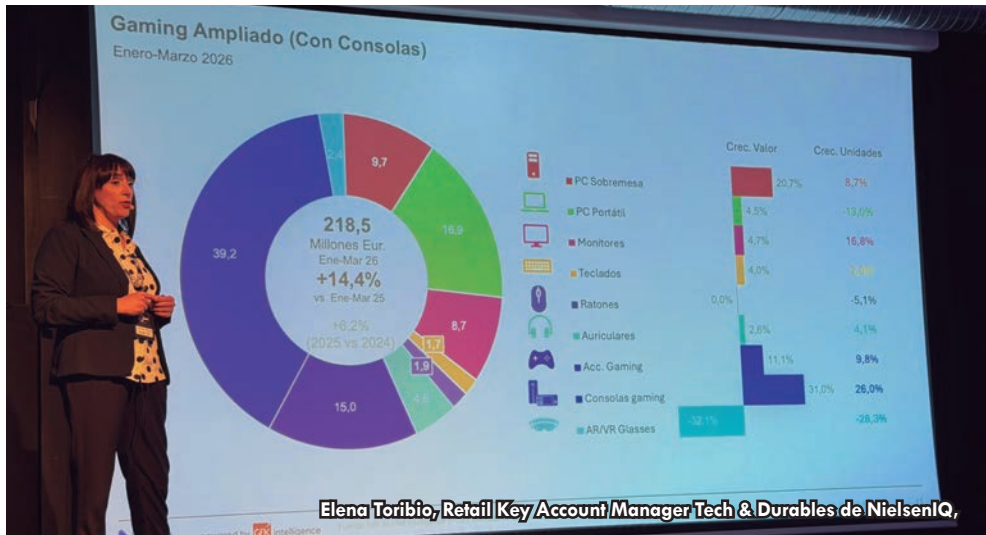
Los índices de confianza del consumidor continúan lejos de los niveles previos a la pandemia. El confinamiento de 2020 marcó un punto de inflexión histórico, pero la situación llegó a deteriorarse aún más durante el otoño de 2022, coincidiendo con las consecuencias económicas derivadas de la guerra de Ucrania y la crisis energética.

La preocupación por el suministro energético, el coste de la electricidad y la dependencia europea del gas ruso llevaron los indicadores a mínimos históricos. Cuando parecía que la situación comenzaba a estabilizarse, nuevos conflictos internacionales han vuelto a generar inquietud. “Ahora, con el conflicto de Irán, volvemos a ver una caída muy similar a la que observamos durante la guerra de Ucrania. Habrá que ver qué ocurre en los próximos meses”, señaló.

Consumidores pesimistas pero compradores activos

Uno de los aspectos más llamativos de la presentación fue la aparente contradicción que muestran habitualmente los estudios de consumo. Cuando se pregunta a los ciudadanos si prevén realizar compras importantes durante los próximos doce meses, la respuesta suele ser negativa. La





mayoría considera que el contexto económico no es favorable para grandes desembolsos. Sin embargo, cuando se analizan los datos reales de ventas, la situación es muy distinta.

“Todo el mundo dice que no va a comprar nada. Luego vemos las cifras y comprobamos que la gente termina comprando”, explicaba Toribio. Y precisamente el gaming se ha convertido en uno de los mejores ejemplos de este fenómeno, impulsado por un consumidor cada vez más orientado al rendimiento.

El gaming crece mientras el resto duda

Los datos presentados durante el encuentro reflejan una evolución especialmente positiva del mercado gaming en España. Durante el primer trimestre de 2026, el denominado Gaming Ampliado, que engloba consolas, ordenadores gaming, monitores, periféricos y accesorios, alcanzó los 218,5 millones de euros, registrando un crecimiento del 14,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

No se trata únicamente de una cuestión de volumen, lo verdaderamente relevante es que el mercado continúa evolucionando hacia segmentos de mayor valor añadido. Los consumidores compran menos por impulso y más por convicción. Buscan equipos más potentes, componentes más avanzados y experiencias de uso cada vez más exigentes.

La denominada “premiumización” del mercado gaming sigue avanzando con fuerza. Los datos mostrados por NIQ-GfK revelan que los productos de gama alta continúan ganando peso frente a las opciones de entrada. Teclados mecánicos, ratones especializados, monitores de altas prestaciones, auriculares premium y ordenadores diseñados específicamente para gaming

son algunas de las categorías que mejor comportamiento están registrando.

En el caso de los portátiles gaming, la evolución resulta especialmente significativa. Mientras los modelos convencionales mantienen precios relativamente estables, los equipos dirigidos al segmento gaming continúan incrementando su valor medio gracias a configuraciones cada vez más potentes, donde las capacidades gráficas, la memoria RAM y los procesadores de última generación se convierten en factores decisivos para el consumidor.

“Pero, en este contexto internacional, la presión sobre las cadenas de suministro y la evolución de los costes siguen marcando el ritmo de la industria. En este sentido, llegar a entender estas tendencias resulta clave para identificar nuevas oportunidades de crecimiento para fabricantes, distribuidores y canal especializado”, comentaban desde NIQ-GfK.

La inteligencia artificial impulsa el crecimiento tecnológico

Otro de los mensajes que sobrevoló la jornada fue el impacto creciente de la inteligencia artificial sobre toda la industria tecnológica. La IA ya no es únicamente una herramienta de productividad empresarial, está transformando el desarrollo de software, la optimización de procesos industriales, la gestión de datos y, cada vez más, la experiencia del usuario final.

Según explicó Elena Toribio, el aumento de las inversiones vinculadas a inteligencia artificial está influyendo incluso en las previsiones macroeconómicas internacionales. La tecnología vuelve a convertirse en un factor de crecimiento en un momento donde otros sectores muestran mayores dificultades para mantener el ritmo. Y dentro de esa transformación, el gaming aparece

como uno de los laboratorios más avanzados para la adopción de nuevas tecnologías.

Procesamiento gráfico, inteligencia artificial aplicada al rendimiento, optimización automática de recursos o experiencias inmersivas son algunos de los campos donde la innovación se produce a mayor velocidad.

Intel y su apuesta por recuperar liderazgo

El segundo gran protagonista de la jornada fue Intel con Ana Pérez-Carballo Pacheco, Distribution Business Manager de Intel Iberia & France quién centró su exposición en la familia de procesadores Intel Core Ultra 200S Plus. Unos equipos impulsores de experiencias de juego cada vez más avanzadas, inmersivas y exi-gentes.

Y es que Intel sigue trabajando para fortalecer su posición dentro del segmento gaming impulsando la mejora continua y la colaboración con fabricantes, desarrolladores y distribuidores.

Los nuevos Intel Core Ultra 200S Plus representan una evolución de la arquitectura lanzada aproximadamente año y medio atrás y buscan responder a las necesidades de un mercado cada vez más exigente destacando las mejoras en multitarea, procesamiento intensivo y tecnologías destinadas a optimizar el rendimiento incluso en aplicaciones cuyo código ya está desarrollado y cerrado. Una aproximación especialmente relevante en el mundo gaming, donde los usuarios demandan mejoras inmediatas sin necesidad de esperar a nuevas versiones de software.

Herramienta de optimización binaria

Asimismo, la incorporación de Intel Binary Optimization Tool permite a los equipos optimizar de forma más eficiente determinados títulos de videojuego, mejorando su ejecución y aprovechando al máximo los recursos del sistema. Y para ello, los nuevos Ultra 7 270K Plus y Ultra 5 250K Plus amplían su configuración con núcleos de eficiencia adicionales, alcanzando hasta 24 núcleos (8P + 16E) y 18 núcleos (6P + 12E), respectivamente.

Además, incrementan significativamente la velocidad de interconexión interna del procesador frente a las generaciones anteriores, reduciendo la latencia entre la CPU y el subsistema de memoria y contribuyendo a un mejor comportamiento tanto en gaming como en aplicaciones de alto rendimiento.

MCR: la importancia del canal especializado

Con los datos presentados por la representante de NIQ-GfK aún frescos dibujando una Europa que sigue observando el futuro económico con cierta cautela, la conversación

continuó posteriormente en un formato mucho más cercano. Pedro Quiroga, CEO de MCR, y Eduardo Moreno, director general de la compañía, compartieron con los medios especializados su visión sobre el momento que atraviesa el sector tecnológico y los desafíos que empiezan a asomar en el horizonte.

Lejos de las presentaciones y de los anuncios de producto, ambos directivos ofrecieron una lectura más amplia de la situación actual del mercado. Una realidad que, a simple vista, puede parecer contradictoria. Por un lado, los consumidores muestran preocupación por la evolución económica y las encuestas reflejan prudencia a la hora de afrontar nuevas compras. Por otro, las cifras de ventas continúan demostrando que la tecnología sigue ocupando un lugar prioritario tanto en los hogares como en las empresas.

Durante el encuentro, Quiroga y Moreno coincidieron en señalar que la distribución tecnológica está viviendo una transformación profunda. En su opinión, la complejidad creciente de las soluciones tecnológicas está reforzando el papel de aquellos distribuidores capaces de aportar valor añadido más allá de la mera comercialización de productos.

Hace tiempo que la distribución dejó de limitarse al movimiento de mercancías. Hoy exige conocimiento especializado, capacidad de asesoramiento, cercanía con fabricantes y partners, así como una comprensión detallada de las necesidades reales del mercado. Un cambio especialmente visible en segmentos como el gaming, donde la innovación avanza a gran velocidad y donde los usuarios muestran un nivel de conocimiento cada vez mayor.

La renovación constante del hardware, la llegada de nuevas arquitecturas y la creciente exigencia de los consumidores obligan a todos los actores del ecosistema, fabricantes, distribuidores y canal especializado, a mantenerse en una evolución

permanente. En este escenario, encuentros como el MCR Gaming Day se han convertido en puntos de encuentro donde el sector comparte experiencias, contrasta tendencias y trata de anticipar los movimientos que marcarán los próximos años.

Evolución de la demanda

Respecto a la evolución del negocio, ambos directivos reconocieron que los resultados registrados durante el primer trimestre del año han sido positivos, aunque insistieron en la necesidad de interpretarlos dentro de un contexto más amplio. Parte de ese comportamiento, explicaban, responde todavía a dinámicas heredadas de meses anteriores, cuando muchos fabricantes seguían comercializando equipos producidos antes de que determinados componentes comenzaran a sufrir fuertes tensiones de precio.

“El inicio del año ha sido positivo y hemos visto cómo la evolución del negocio ha seguido la misma tendencia que el mercado. Aunque en algunas categorías se venden menos unidades, el incremento de valor de determinados componentes ha impulsado la facturación”, nos contaba Pedro Quiroga. Sin embargo, a medida que avanzaba el ejercicio empezaron a percibirse señales diferentes. “La gente empieza a ver incertidumbre y reacciona. Piensa en qué puede pasar mañana y retrasa determinadas decisiones”, comentaba por su parte Eduardo Moreno al analizar el comportamiento reciente del consumidor.

Aun así, ambos consideran que la tecnología cuenta con una ventaja diferencial respecto a otros sectores. Determinados dispositivos han pasado de ser productos deseables para convertirse en herramientas esenciales para la vida cotidiana. Pedro Quiroga recurría a una comparación sencilla para explicarlo: “Cuando una lavadora deja de funcionar, la compra no puede posponerse indefinidamente. Con muchos equipos informáticos empieza a suceder algo parecido”.

La extensión del teletrabajo, la digitalización de procesos empresariales, la formación online y el uso cada vez más intensivo de aplicaciones digitales han convertido al ordenador en una herramienta imprescindible para millones de personas. Esa necesidad, explican, ayuda a entender por qué el sector mantiene una capacidad de resistencia superior a la de otras categorías de consumo.

Reestructuración de la oferta

Sin embargo, la principal preocupación del sector ya no se encuentra tanto en la demanda como en la capacidad de la industria para responder a la misma. Buena parte de la conversación giró en torno al impacto que la inteligencia artificial está teniendo sobre toda la cadena global de suministro tecnológico.

Tanto Quiroga como Moreno insistieron en que el crecimiento de la IA está generando una presión sin precedentes sobre determinados recursos tecnológicos. Cada nuevo centro de datos requiere más memoria, más almacenamiento, mayor capacidad de procesamiento y una infraestructura cada vez más sofisticada. El problema es que la capacidad de producción mundial no está creciendo al mismo ritmo.

“Esto viene provocado fundamentalmente por las necesidades de la inteligencia artificial”, señalaba Quiroga durante el encuentro. Las consecuencias ya son visibles en el mercado. Componentes estratégicos como memorias, discos SSD y sistemas de almacenamiento han experimentado incrementos de precio muy significativos durante los últimos meses. Y, según la percepción de los responsables de MCR, no se trata de una situación puntual.

Más bien al contrario, dentro de la industria existe la sensación de que se está produciendo un cambio estructural. Las inversiones necesarias para ampliar la capacidad productiva son enormes y la construcción de nuevas fábricas requiere años. Mientras tanto, la demanda vinculada a la inteligencia artificial continúa creciendo a gran velocidad.

Por eso, cuando se le preguntó por la evolución futura de determinados componentes, Pedro Quiroga se mostró prudente pero claro: “Va a seguir subiendo. Todo apunta a que la presión sobre los precios continuará en los próximos años, aunque previsiblemente de forma más moderada”. No necesariamente con la intensidad observada en algunos momentos recientes, pero sí dentro de una tendencia que, a día de hoy, el sector considera difícil de revertir.



Ana Pérez-Carballo Pacheco, Distribution Business Manager de Intel Iberia & France.

Lo cual para el distribuidor no es tan trágico: quizás menos ventas, pero de más valor. Con un inicio del año marcado por una dinámica especialmente positiva, “impulsada no tanto por un aumento de las unidades vendidas como por la fuerte revalorización experimentada por la escasez de determinados componentes tecnológicos, el mercado se enfrenta a un escenario de precios estructuralmente más elevados, una situación que, según las previsiones de distintos fabricantes, podría prolongarse”, confirmaba Eduardo Moreno sobre el comportamiento del negocio.

En este contexto, el gaming se ha convertido en un excelente indicador de hacia dónde se dirige la tecnología. Tradicionalmente, los jugadores han sido los primeros en adoptar nuevas arquitecturas, procesadores más avanzados, soluciones gráficas de última generación y configuraciones cada vez más exigentes. Lo que hoy sucede en este mercado suele anticipar comportamientos que posteriormente terminan trasladándose al entorno profesional y al gran consumo.

Por eso, más allá de las cifras de crecimiento, el gaming se ha consolidado como una ventana privilegiada para entender las transformaciones que están redefiniendo el conjunto de la industria tecnológica.

Networking en estado puro

Tras las ponencias, los asistentes pudieron acceder a una amplia zona experiencial donde la tecnología fue la gran protagonista. En el espacio central se exhibieron seis equipos gaming de última generación, cuatro de ellos diseñados y



De izqda a dcha: Pedro Quiroga, CEO, y Eduardo Moreno, director general de Grupo MCR.

montados específicamente para el evento por los conocidos creadores de contenido Toro Tocho y FJModder, integrando los nuevos procesadores Intel junto a componentes, sistemas de refrigeración, almacenamiento, periféricos y otros accesorios de las marcas más relevantes del mercado. Los asistentes también pudieron disfrutar de una zona especialmente diseñada con simuladores de conducción de última generación que permitió poner a prueba la destreza de los asistentes.

Por otra parte, uno de los aspectos más valorados de la jornada fue la posibilidad de generar nuevas oportunidades de colaboración entre fabricantes, distribuidores y clientes. El espacio de networking permitió a los asistentes intercambiar experiencias, compartir conocimientos y explorar nuevas posibilidades de negocio en un entorno diseñado para fomentar la

interacción y el desarrollo del ecosistema gaming.

Una de las notas más originales del evento llegó con el “ring tecnológico”. Moderado por un profesional de improvisación, estas dinámicas dialécticas enfrentaron a distintos fabricantes en varios asaltos temáticos centrados en categorías como periféricos, almacenamiento y monitores, combinando entretenimiento y debate tecnológico en un formato diferente y sobre todo, participativo.

Por último, destacar que MCR Gaming Day contó con la participación de marcas como APC, ASRock, Asus, Corsair, Creative, Dragon-Shock, Egogear, FSP, Genesis, Gigabyte, G.Skill, HP, HyperX, iiyama, Kingston, Lexar, LG, Moza Racing, NOX, NZXT, Razer, Salicru, Samsung, SanDisk Optimus, Tecno, TP-Link, Ugreen, HTC Vive, Western Digital y Zotac. 

Mucho más que videojuegos

Quizá la mayor enseñanza que deja el MCR Gaming Day 2026 es que el gaming ya no puede analizarse únicamente desde la perspectiva del ocio. Se ha convertido en una industria tecnológica transversal que impulsa innovación en procesadores, inteligencia artificial, almacenamiento, conectividad, experiencia de usuario y computación de alto rendimiento.

Mientras Europa continúa observando el futuro económico con cautela, el gaming sigue demostrando una capacidad extraordinaria para atraer inversión, impulsar la innovación y generar crecimiento.

Los consumidores podrán mostrarse pesimistas en las encuestas, los mercados podrán seguir condicionados por conflictos e incertidumbres, pero los datos analizados reflejan una realidad difícil de ignorar: la tecnología continúa encontrando oportunidades allí donde otros sectores solo ven dudas.

Y dentro de esa transformación, el gaming sigue ocupando una posición privilegiada. Una industria que hace tiempo dejó

de mirar únicamente a los jugadores para convertirse en uno de los mejores indicadores del futuro tecnológico que está por venir.



GRUPO **MC**R GAMING

>>>

>>>

+ 2000
REFERENCIAS
DENTRO DE
NUESTRO
PORFOLIO

<<<

+ DE 40 MARCAS CONFÍAN EN



>>> SOMOS LIDERES
EN EL SECTOR GAMING
CON EL MAYOR NÚMERO DE
MARCAS Y REFERENCIAS



>>> GRUPO **mcr**



M C R P A R A S U D I S T R I B U C I Ó N

DRIFT

EDGE GEAR
PROUD OF YOUR SKILL!

Fractal

FSP
FORTRON/SOURCE

FURY

GENESIS

KROM

Lexar

LINDY
CONNECTION PERFECTION

LG

msi

MOZA
RACING

NOX

NZXT

THRUSTMASTER®

TECNO

Trust.

VIVE

WD

ZOTAC®

ZOWIE
a brand by BenQ

SILLAS GAMING WOXTER Y STINGER ¡DONDE EMPIEZA LA COMODIDAD!

Cuando hablamos del mundo *gaming*, casi siempre pensamos en pantallas, rendimiento, procesadores... Pero hay un factor en concreto que muchas veces se pasa por alto y puede marcar la diferencia en el día a día de cualquier *gamer*, la comodidad. Pasar horas y horas frente a la pantalla, exige algo más que una buena postura "a ratos", exige una silla que acompañe de verdad y cumpla correctamente su función. A día de hoy, **Woxter Stinger Gaming** cuenta con una **variedad bastante amplia** que se adapta a distintos estilos de uso, gusto y presupuesto.

STINGER STATION ÉLITE:



Para quienes buscan un extra de personalidad, la gama de sillas **Stinger Station Élite** es ideal, pues incorpora **iluminación LED RGB** que consigue aportar un toque *gaming* totalmente personalizable al setup. Fabricada con **materiales de alta calidad y tela transpirable y anti-manchas**, esta silla combina un resistente **foam firme de densidad media** con un elegante acabado en textura carbono y un cuidado diseño con líneas de cosido que mejoran tanto la estética como el confort. Además, su **altura e inclinación ajustables y reposabrazos 2D regulables en altura y en ángulo lateral**, permiten adaptar la postura para disfrutar de una experiencia mucho más cómoda durante esas largas sesiones de juego.

STINGER STATION TITAN:

Por su parte, la gama **Stinger Station Titan**, en sus versiones *Dark* y *Light*, destaca por su equilibrio entre ergonomía y resistencia, por ofrecer una **estructura sólida, altura e inclinación reajustables, reposabrazos 2D** y un enfoque muy cómodo para uso intensivo. Además, está confeccionada con **tela altamente transpirable y un acolchado firme y duradero** que asegura máxima comodidad, pero también con **tejido antimanchas**, especialmente diseñado para repeler el polvo, la suciedad y las manchas.



STINGER STATION SENSE:

Un escalón por debajo, pero siendo **también muy interesante en relación calidad-precio**, está la **Stinger Station Sense**. Diseñada también para largas sesiones de uso, esta silla combina un **respaldo ergonómico de malla transpirable con materiales de alta calidad** que aportan resistencia y un diseño elegante. Su asiento **acolchado con espuma de alta densidad y tapizado suave** garantiza un muy buen nivel de confort, mientras que sus **ajustes en altura y reposabrazos** hacen posible adaptar la postura de forma sencilla y eficiente, ofreciendo una experiencia cómoda y ergonómica en todo momento.

WOXTER ERGO:

Además, dentro del ecosistema Woxter también hay opciones ergonómicas como la **gama Ergo**, con un **enfoque más de oficina**, pero igualmente pensada para su uso durante largas jornadas, demostrando que la marca cubre distintos perfiles de usuario.



PUFF GAMING WOXTER: MUCHO MÁS QUE UN ASIENTO PARA JUGAR

Como decíamos, la comodidad se ha convertido en un elemento imprescindible dentro del universo gaming. Hoy en día, ya no solo buscamos un buen monitor o unos periféricos de calidad, también queremos disfrutar de largas partidas sin renunciar al confort o a la comodidad. Y precisamente con ese objetivo, pero con un enfoque un poco diferencial, nacen también los **puff de Stinger Gaming**, diseñados para quienes prefieren una experiencia aún más relajada, pero sin perder esa esencia gaming que tanto engacha.

Lejos del clásico puff, esta gama de producto ha sido creada pensando en la ergonomía del usuario. Su amplio respaldo ofrece un muy buen apoyo para espalda y lumbares, permitiendo mantener una **postura relajada y muy cómoda durante horas**. Además, su generoso tamaño (110 x 110 x 67 cm) lo convierte en una opción ideal tanto para adolescentes como para adultos.

Aunque uno de sus grandes elementos diferenciadores es el relleno. Mientras muchos puff del mercado utilizan perlas de poliestireno o espumas que terminan apelmazándose con el uso, los puff de Woxter incorporan **espuma viscoelástica de alta calidad**, capaz de **recuperar rápidamente su forma original** y mantener el mismo nivel de confort con el paso del tiempo. El resultado es una sensación mucho más estable, envolvente y duradera.

En esta ocasión, y al igual que ocurre con el resto de sus productos, Woxter también ha cuidado de forma especial los detalles. El tapizado incorpora un **tejido antimanchas pensado para el uso diario**, junto con doble **costura de seguridad y una cremallera reforzada** que aumentan la resistencia del puff. Además, integra varios **compartimentos laterales** donde guardar el mando, el móvil, los cascos o cualquier otro accesorio que se quiera tener siempre a mano. Un detalle muy práctico que demuestra que el diseño ha sido pensado por y para gamers.

Actualmente, esta gama de productos está disponible en **tres acabados: Neon**, con detalles en negro y azul para quienes buscan una estética más llamativa, **Black & Golden** que ofrece un elegante contraste entre negro y dorado y **Gray & Black**, una versión más sobria y minimalista que encaja fácilmente en cualquier setup.

Interesante también su **peso**, pues al ser ligero permite moverlo fácilmente de una habitación a otra, convirtiéndolo en un **complemento muy versátil**. Hoy puede formar parte del setup gaming y mañana convertirse en el mejor lugar para disfrutar de una serie, leer un libro o simplemente desconectar tranquilamente.

Los puff de Stinger Gaming demuestran claramente que la **experiencia gaming** no siempre tiene que vivirse desde una silla tradicional.



TECNOLOGÍA PARA DISFRUTAR EN CUALQUIER MOMENTO: LA GAMA MONSTER Y LAS MOCHILAS WOXTER

Hay accesorios que pasan completamente desapercibidos hasta que los pruebas ¿Un claro ejemplo? Unos **buenos altavoces** capaces de transformar la forma en la que disfrutamos de música, de una buena película o de una partida a ese videojuego al que estamos tan enganchados. Y con las mochilas ocurre algo parecido, cuando pruebas una **buena mochila**, te das cuenta de que dejan de ser un simple complemento para convertirse en una pieza clave del día a día, que protege, organiza lo esencial y acompaña cada viaje. Pero lo mejor es que en las mochilas de Woxter, ese lado práctico se combina con un diseño con pantallas led que les da un toque distintivo y muy original, aportando personalidad, pero sin renunciar a la funcionalidad.

WOXTER MONSTER: ¡MUCHO MÁS QUE UNOS ALTAVOCES!



La gama de **altavoces Monster de Woxter** ha sido desarrollada para ofrecer un sonido **potente, equilibrado y de alta calidad**. Tanto la versión estándar como la versión XL son inalámbricas y combinan potencia y portabilidad con un diseño compacto pensado para acompañarte a cualquier parte. Ofrecen **hasta 100W de potencia de salida**, con un sistema que integra **subwoofer de 5,25" y tweeter de hasta 2" en la versión más potente**, proporcionando unos graves profundos y un sonido nítido y equilibrado.

Incorporan **conectividad Bluetooth 5.3**, además de múltiples opciones como **USB, microSD, AUX y entrada de micrófono**, lo que permite incluso utilizarlos en modo **karaoke**. Su batería, que alcanza hasta 4000 mAh en la versión XL, junto con la carga USB-C, garantiza una autonomía sólida para un uso prolongado.

Además, cuentan con **conexión estéreo inalámbrica** para una experiencia más envolvente y con **iluminación LED RGB**, que aporta un toque visual muy dinámico y atractivo durante su uso. Compactos, resistentes y fáciles de transportar, los altavoces Monster están diseñados para ofrecer un sonido potente y versátil en cualquier lugar, **sin necesidad de cables**.

MOCHILAS WOXTER: ¿HABÍAS VISTO ALGO PARECIDO?

Del mismo modo que la tecnología nos acompaña a cualquier parte, también necesitamos **accesorios capaces de protegerla y facilitarnos** el día a día. Cada vez es más habitual llevar el ordenador de casa a la oficina, a la universidad o incluso de viaje, por lo que hacerlo de forma segura, cómoda y organizada se ha vuelto fundamental.

Las mochilas LED de Woxter han sido diseñadas precisamente con ese propósito. Fabricadas con **materiales resistentes y de gran durabilidad**, incorporan **compartimentos acolchados** que protegen frente a golpes y rozaduras, pero, además, también cuentan con **múltiples bolsillos** que permiten organizar cualquier otro accesorio de forma práctica y accesible.

Se trata de **mochilas ligeras**, cómodas de llevar y con un **aspecto muy peculiar**. De hecho, uno de sus elementos más diferenciales son sus **pantallas LED integradas personalizables mediante app**, que permiten adaptar el diseño y los mensajes en tiempo real, aportando un toque único y distintivo frente a las mochilas más convencionales.

Woxter cuenta con **diferentes modelos pensados para adaptarse a cada tipo de usuario y necesidad**. Desde opciones de mayor tamaño y capacidad, diseñadas incluso para poder albergar un casco de moto además del portátil y otros accesorios, hasta formatos más compactos como bandoleras, ideales para quienes buscan ligereza y practicidad en sus desplazamientos diarios. Aunque también existen modelos pensados para los más pequeños, con diseños y funciones adaptadas.



— NUEVAS SILLAS GAMING —

STINGER **STATION TITAN**



— POWERED BY WOXTER —

— COMODIDAD TOTAL —

NUEVOS PUFFS GAMING



— POWERED BY WOXTER —

— NUEVOS ALTAVOCES GAMING —

MONSTER Y **MONSTER XL**



— POWERED BY WOXTER —