

INFLUENCE

BY INFLUTONIC

Descubre las tendencias que están transformando la industria en tiempo real. **Pág 11**

Explora cómo la inteligencia artificial está redefiniendo el crecimiento del ecosistema del iGaming. **Pág 15**

Conecta con la visión de quienes están viviendo la transformación desde dentro. **Pág 29**

Sé parte del cambio que trasciende la industria. **2025. Pág 37**



CELESTE ARREDONDO

"El futuro del iGaming se construye con **tecnología**, pero se sostiene con **talento** y colaboración."

18+

GANANA CON APUESTAS DEPORTIVAS Y CASINO



CLICK AQUÍ

MELBET

Deposita desde:

-  Brazil – 35 BRL
-  Argentina – 8,500 ARS
-  Chile – 6,500 CLP
-  Ecuador – 6 USD
-  Mexico – 120 MXN
-  Perú – 30 PEN

+18 | Juega con responsabilidad | Riesgo de adicción



Editorial Institucional

Bryan Pareja

En 2026, la conversación sobre inteligencia artificial y tecnologías emergentes ha dejado de ser una tendencia para convertirse en una ventaja competitiva real. En industrias como el performance marketing, el gaming y el iGaming, estamos viendo cómo la automatización, el uso avanzado de data y la capacidad de predecir comportamientos están redefiniendo la forma en que las marcas crecen, escalan y se relacionan con sus audiencias.

Sin embargo, hay un punto que muchas veces pasa desapercibido: la tecnología por sí sola no transforma industrias, lo hacen las personas que la diseñan, la interpretan y la ejecutan. Es decir, todos los hombres y mujeres que leemos estas líneas justo ahora.

En ese contexto, marzo, marcado por el Día Internacional de la Mujer, nos deja una reflexión importante. A medida que adoptamos nuevas tecnologías, también tenemos la oportunidad (y la responsabilidad) de construir una industria más diversa. El crecimiento del rol de la mujer en gaming, esports e iGaming no solo responde a una necesidad de representación, sino a una ventaja estratégica: equipos más diversos toman mejores decisiones, interpretan mejor la data y conectan de forma más auténtica con audiencias cada vez más amplias.

La evolución tecnológica y la evolución del talento deben ir de la mano. No se trata solo de quién adopta primero la IA, sino de quién la utiliza con una visión más completa del mercado.

Como Founder y mi nuevo rol de Strategic Advisor para el Grupo Influtonic, veo esta etapa como una oportunidad para seguir consolidando no solo capacidades tecnológicas, sino también culturas de trabajo cada vez más inclusivas, ágiles y preparadas para lo que viene.

El futuro de nuestra industria se está construyendo hoy, en la intersección entre innovación y talento.

Editorial de Contenido

Jalitz Espinoza

En esta tercera entrega de Influence, ponemos el foco en cómo la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes están redefiniendo el performance en iGaming, gaming y esports. Más allá del hype, estamos frente a una transformación real: la combinación de data, automatización y creatividad está cambiando la forma en que las marcas adquieren, entienden y fidelizan a sus audiencias.

La IA ya no es opcional, es estructural. Está optimizando campañas, redefiniendo el rol de los creadores y elevando los estándares de eficiencia en toda la cadena de valor. Pero, sobre todo, está marcando una nueva forma de competir.

Para este número, reunimos una selección de noticias clave que reflejan la velocidad del cambio, junto con columnas de expertos que abordan los principales desafíos y oportunidades en nuestros sectores de interés. Sumamos también una conversación en profundidad con Celeste Arredondo, quien recorre su trayectoria y liderazgo en la industria, así como su visión sobre el rol de la innovación, la tecnología y el impulso de iniciativas como International Gaming Women en la evolución de la industria.

Exploramos además cómo nuevas plataformas están transformando el engagement y la economía digital dentro del ecosistema gaming, y recogemos la voz directa de creadores y streamers que están experimentando estos cambios en tiempo real.

Finalmente, reafirmamos nuestro compromiso con el impacto, integrando iniciativas que invitan a la acción y conectan la industria con un propósito más amplio.

Bienvenidos a una edición donde la tecnología no solo impulsa el cambio: lo lidera.



18+

Gana ahora en apuestas y cripto casino

BONO DE **200%**

+60% GIROS GRÁTIS



CLICK AQUÍ

mybet

PROMOCIÓN VÁLIDA  CHILE &  PERÚ

+18 | Juega con responsabilidad | Riesgo de adicción



SECCIÓN 1 | Editoriales y Highlights

- Editorial Institucional 02
- Editorial de Contenido 03
- Highlights 07

SECCIÓN 2 | iGaming

- Noticias Clave 11
- Columnas de opinión 15
- Entrevista principal – Celeste Arredondo 21

SECCIÓN 3 | Gaming y eSports

- Noticias Clave 25
- Columnas de opinión 29
- Nota Especial – Wings Store 33

SECCIÓN 4 | Comentarios

- Opiniones de Creadores de Contenido 36

SECCIÓN 5 | Fundación

- Ruth Elena Foundation – Transformar la solidaridad en acción 37

CRÉDITOS



Bryan Pareja

Director



Jalitza Espinoza

Editor



Jeremias Vilca

Editorial Designer

COLABORADORES

- Lucia Chulan
- Airton Morales
- Eyli Machi



InfluRace Cup fue un evento diseñado para unir talento digital, entretenimiento en vivo y experiencia de marca. Más que un torneo de karts, fue una plataforma de generación de contenido pensada para conectar con una audiencia joven a través de redes sociales y streaming. Inlufonic Agency diseña eventos que generan un impacto que trasciende el momento físico. La combinación de talento digital, experiencia en vivo y estrategia en redes permitió construir visibilidad, conversación y valor para las marcas involucradas y para la audiencia.

INSTAGRAM STATS

Followers
+353

+53.5%

Visualizaciones
344.2k

+276.7%

Vistas Perfil
5.8k

+508.6%

Alcance
80.4k

+805.8%

Interacciones
4.3k

+424.1%



KICK
LAUGAMERCO

STATS DEL STREAM PRINCIPAL

HORAS DE STREAM 3H 28M	PEAK VIEWERS 1.6K	AVERAGE VIEWERS 1.3K
----------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

STREAMS ADICIONALES

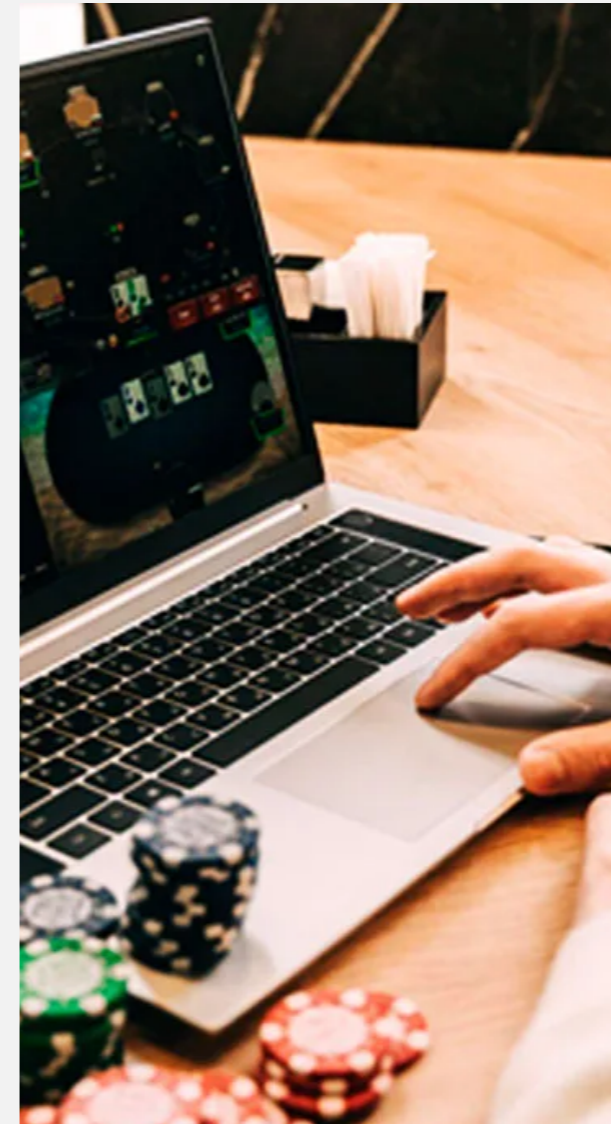
TOTAL HORAS STREAM +353	TOTAL AVERAGE PEAK VIEWERS 344.2K	TOTAL AVERAGE VIEWERS 5.8K
TALENTOS INVITADOS 45	TALENTOS EN PISTA 20	STREAMS SIMULTÁNEOS 13

Brasil lidera la era de la IA de Protección

En el primer trimestre de 2026, el **Reporte de Integridad y Juego Responsable de la SPA (Ministério da Fazenda)** ha marcado un antes y un después en la industria regional. Brasil, consolidado como el gigante del iGaming en Latinoamérica, ha dejado de centrar el debate en la recaudación para priorizar la **seguridad algorítmica**.



Imagen generada mediante inteligencia artificial



Fuente de la imagen: shuftipro.com

LA IA DE PROTECCIÓN HA REDUCIDO LA TASA DE ABANDONO CRÍTICO Y HA MEJORADO LA CALIDAD DE LOS DEPÓSITOS, DEMOSTRANDO QUE UN ENTORNO REGULADO Y SEGURO ES, A LARGO PLAZO, MÁS RENTABLE

La relevancia para el sector de performance es directa: la IA de protección ha reducido la tasa de abandono crítico y ha mejorado la calidad de los depósitos, demostrando que un entorno regulado y seguro es, a largo plazo, más rentable. La confianza del consumidor brasileño ha crecido un 18% desde la implementación de estos protocolos, convirtiendo el "cumplimiento" en el mejor activo de marketing de 2026.

Fuentes: Secretaria de Prêmios e Apostas (SPA) - Ministério da Fazenda Brasil / Reporte de Integridad y Juego Responsable Q1 2026.

El reporte destaca un hito tecnológico: la implementación obligatoria de sistemas de IA que analizan más de 50 variables de comportamiento por segundo. Estos modelos ya no solo detectan el fraude financiero, sino que identifican señales tempranas de fatiga y patrones de riesgo antes de que el usuario sea consciente de ellos. Para los operadores, esto ha transformado su identidad corporativa; ya no son simples plataformas de entretenimiento, sino **hubs de tecnología de datos y protección social**.

El fin de la fricción en el Cash-In latinoamericano

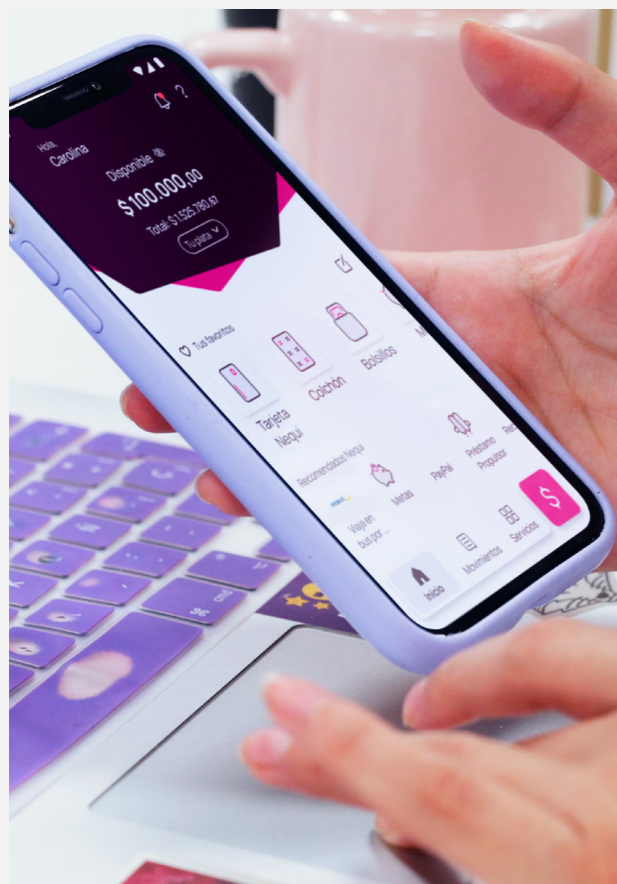
En el ecosistema del iGaming en 2026, la velocidad no es un lujo, es la moneda de cambio. Según el reporte **"Deep Dive in Conversational AI for iGaming 2025-2030"** de **Juniper Research**, la adopción de agentes de IA autónomos en Latinoamérica ha alcanzado un punto de madurez sin precedentes. Estos sistemas ya no solo responden dudas; ejecutan procesos financieros complejos en tiempo real.

La integración estratégica de estos agentes con procesadores de pago locales como **Pix (Brasil)**, **Nequi (Colombia)** y **SPEI (México)**, destacada en los recientes comunicados de **Zendesk LatAm**, ha eliminado el principal cuello de botella de la industria: la latencia en depósitos y retiros. Al resolver conflictos técnicos de identidad y

validación bancaria en segundos, la IA ha logrado reducir el churn (abandono) operativo en un **22%** durante el último trimestre.

Para las agencias de performance, esta noticia es la "prueba de oro". El ROI de las campañas ya no se pierde en un servicio al cliente lento; los agentes de IA aseguran que el tráfico captado se convierta efectivamente en usuarios activos. En 2026, la eficiencia conversacional se ha consolidado como el motor invisible que garantiza la escalabilidad del iGaming en los mercados más dinámicos de la región.

Fuentes: Juniper Research: Deep Dive in Conversational AI for iGaming 2025-2030 y Zendesk LatAm: Comunicados de Integración Fintech Q1 2026.



Fuente de la imagen: EL HERALDO

EN 2026, LA EFICIENCIA CONVERSACIONAL SE HA CONSOLIDADO COMO EL MOTOR INVISIBLE QUE GARANTIZA LA ESCALABILIDAD DEL IGAMING EN LOS MERCADOS MÁS DINÁMICOS DE LA REGIÓN.

18+

Ganhe agora em apostas e cassino cripto

BÔNUS DE **200%**

+60 GIROS GRÁTIS



CLIQUE AQUI

mybet

PROMOÇÃO VÁLIDA  PORTUGAL

+18 | Jogue com responsabilidade | Risco de dependência

Del Volumen al Valor en el Affiliate Marketing en iGaming

El affiliate marketing en iGaming ya no se trata de quién genera más tráfico, sino de quién lo entiende mejor. Y la IA es una parte esencial de estos cambios.

Como senior affiliate manager en odds Scanner Group, puedo ver un cambio claro: la IA está transformando el affiliate marketing de un canal enfocado únicamente en volumen a un ecosistema impulsado por la precisión. Lo que antes dependía de la intuición, datos históricos y optimización manual, ahora está guiado por modelos predictivos que evalúan la intención del usuario, su comportamiento y su valor a largo plazo.

Esto tiene consecuencias inmediatas para los afiliados, y ya está ocurriendo. En primer lugar, la adquisición de tráfico se está volviendo más inteligente. La IA permite identificar audiencias de alto valor antes de la conversión, no después. El contenido, los funnels de venta e incluso las estrategias geográficas pueden ajustarse dinámicamente en función de señales de comportamiento. El resultado: puede que se obtengan menos usuarios, pero con un mayor nivel de engagement con la plataforma.

Estamos viendo a más operadores cambiar su enfoque hacia la retención, el engagement y el valor de vida del cliente. Esto se refleja en la creciente preferencia por acuerdos híbridos, donde el Revenue Share se posiciona como el modelo dominante. En este contexto, la IA se convierte en un habilitador clave y una ventaja competitiva clara, ayudando a los afiliados a pre-calificar usuarios y optimizar su tráfico.

En tercer lugar, la toma de decisiones se está acelerando. Campañas que antes tomaban semanas en optimizarse ahora pueden ajustarse en mucho menos tiempo. Los insights basados en IA están reduciendo la incertidumbre y revelando ineficiencias en las fuentes de tráfico, las creatividades y la conversión.

La estrategia y las alianzas entre afiliados y operadores ya no son las mismas. Los afiliados han dejado de ser solo proveedores de tráfico para convertirse en socios de datos. Aquellos que adoptan la IA están, en la práctica, extendiendo la inteligencia del operador hacia la capa de adquisición.

Las tácticas básicas de afiliación ya no son suficientes. No se trata solo de usar herramientas de IA, sino de saber utilizarlas estratégicamente, combinando automatización con criterio humano. Esto ya no es un tema de discusión, sino algo que debe integrarse en la operación diaria. El escenario de la afiliación está cambiando, y la IA está ayudando a definir quién seguirá siendo competitivo en el futuro.

Caroline Reimann
Odds Scanner
Senior Affiliate Manager
creimann@oddsscanner.com

EL AFFILIATE MARKETING EN IGAMING YA NO SE TRATA DE QUIÉN GENERA MÁS TRÁFICO, SINO DE QUIÉN LO ENTIENDE MEJOR.

La Inteligencia Artificial es el pilar del ecosistema 360° en Latinoamérica

Desde mi experiencia como Especialista en plataformas de casino y apuestas deportivas, observo que Latinoamérica vive una maduración acelerada. La inteligencia artificial ya no es una promesa de futuro: es el eje que sostiene el ecosistema 360° de la industria. Con la mirada puesta en el Mundial 2026, donde proyectamos un incremento superior al 30% en la base de jugadores, las operaciones que están creciendo en la región utilizan la IA no solo para captar, sino para fidelizar de manera sostenible.

En las Operaciones en expansión—como las que están en Perú, Brasil, Colombia y México—la IA atraviesa cada capa del negocio. Desde el CRM y el Back Office hasta las estrategias de producto y riesgo, su función es dual: proteger la salud de la operación y garantizar el bienestar del jugador. La inteligencia artificial permite anticipar comportamientos, ajustar límites operativos en tiempo real y personalizar la experiencia sin comprometer la sostenibilidad del negocio. La permanencia no se logra solo con juegos atractivos, sino con un entorno responsable y seguro, algo que la IA potencia mediante modelos predictivos y alertas tempranas.

Este enfoque integral también optimiza las pasarelas de pago clave en la región, como Pix en Brasil y Yape en Perú, garantizando agilidad, seguridad y adaptación a las necesidades locales. La IA analiza patrones de transacción para preve-

nir fraudes y asegurar la fluidez de los depósitos y retiros, elementos críticos en la experiencia del usuario. Además, la inteligencia artificial se ha vuelto fundamental para cumplir con los marcos regulatorios de países que lideran la industria regulada, automatizando reportes y verificaciones de cumplimiento.

Las operaciones latinoamericanas que hoy invierten en IA están construyendo el buffer de jugadores que sostendrá el crecimiento en GGR y NGR más allá del gran evento deportivo. No se trata únicamente de gestionar el aumento de tráfico durante el Mundial, sino de consolidar una base sólida de usuarios mediante herramientas que cuidan tanto la viabilidad del negocio como la confianza del jugador. Porque en un mercado en auge, la tecnología no es un lujo: es la herramienta que asegura un crecimiento ordenado, responsable y duradero.

Guillermo Bejarano

Director Regional
BETCONSTRUCT

Guillermo.bejarano@softconstruct.com



**LATINOAMÉRICA VIVE
UNA MADURACIÓN
ACELERADA. LA INTELIGENCIA
ARTIFICIAL YA NO ES UNA
PROMESA DE FUTURO**

Desafíos y Oportunidades en la Adquisición y el Affiliate Marketing en iGaming

La IA está transformando la industria del iGaming a gran velocidad, pero debe abordarse con cautela. Desde mi punto de vista, la IA es una herramienta de doble filo. Bien utilizada, impulsa la eficiencia, la escalabilidad y una toma de decisiones más inteligente. Sin control, incrementa los riesgos, facilita el fraude y deteriora la confianza. Como cualquier herramienta poderosa, será utilizada tanto para bien como para mal. La clave está en entender ambos lados.

IA para Operadores y Plataformas

Para los operadores, la IA está mejorando la eficiencia en áreas clave. La detección de fraude y la prevención de estafas son cada vez más avanzadas, permitiendo identificar comportamientos sospechosos en tiempo real y reducir riesgos financieros y reputacionales.

La IA también está optimizando los procesos de onboarding. La automatización del KYC y la verificación reduce la fricción, manteniendo el cumplimiento normativo y mejorando la experiencia del usuario y las tasas de conversión. A nivel interno, la IA reduce el tiempo dedicado a tareas repetitivas como reportes, seguimiento de acuerdos y comunicaciones básicas, permitiendo a los Affiliate Managers enfocarse en relaciones y crecimiento. El factor humano sigue siendo esencial.

IA para Afiliados

Para los afiliados, la IA mejora el rendimiento y la velocidad. La investigación, el análisis de datos y la configuración de campañas pueden realizarse

más rápido, permitiendo a los afiliados con experiencia escalar y optimizar sus resultados. Al mismo tiempo, la IA reduce la barrera de entrada, permitiendo que nuevos afiliados comiencen con poca experiencia. Si bien esto genera oportunidades, también introduce riesgos, ya que algunos pueden generar tráfico de baja calidad o enfocarse en resultados de corto plazo. La educación es clave para construir estrategias sostenibles y en cumplimiento.

Riesgos y Desafíos de Confianza

La IA también trae nuevas amenazas. Es más fácil crear documentos falsos, manipular datos y suplantar identidades, lo que incrementa los riesgos de fraude y debilita la confianza. Los operadores deben ir más allá de la verificación tradicional, combinando IA con procesos internos sólidos. La capacitación es crítica, ya que el criterio humano sigue siendo indispensable.

Un Futuro en Equilibrio

La IA está impulsando a la industria hacia un modelo más eficiente y basado en datos. Sin embargo, el éxito a largo plazo dependerá del equilibrio. Aquellos que combinen la eficiencia de la IA con la intuición humana liderarán la próxima fase de crecimiento.

Karina Ferraioli

Founder & CMO

Master Affiliates Network

karina@masteraffiliatesnetwork.com

LA IA ESTÁ
TRANSFORMANDO LA
INDUSTRIA DEL IGAMING A
GRAN VELOCIDAD, PERO DEBE
ABORDARSE CON CAUTELA



Entrevista Principal

Celeste Arredondo Mosqueda

Founder – International Gaming Women

Con una sólida trayectoria en el ecosistema del iGaming en Latinoamérica, Celeste Arredondo Mosqueda se ha consolidado como una figura clave en el desarrollo comercial y estratégico del sector. Como Founder de International Gaming Women, impulsa espacios de networking y colaboración que buscan fortalecer el talento y la conexión dentro del ecosistema. En esta conversación exclusiva para Influence, Celeste comparte los hitos que han definido su camino, su perspectiva sobre la evolución del iGaming y el papel que jugarán la tecnología, la data y el talento en la próxima etapa de crecimiento.

Haciendo una retrospectiva a tu trayectoria dentro de la industria del iGaming, ¿cuáles han sido los momentos o decisiones que más han definido tu camino profesional hasta hoy?

Uno de los momentos más determinantes fue apostar por el iGaming en una etapa de crecimiento en Latinoamérica, cuando la industria aún se estaba consolidando. Asumir roles con enfoque regional también fue clave, ya que me permitió desarrollar una visión estratégica y entender la dinámica de distintos mercados. Con el tiempo, involucrarme en iniciativas que impulsan el networking y el desarrollo del talento marcó un punto importante en mi trayectoria, al entender que el crecimiento del negocio también está directamente ligado a la fortaleza del ecosistema.

¿Qué características crees que definen hoy a un líder comercial exitoso en la región?

Un líder comercial exitoso combina visión estratégica, ejecución y una fuerte capacidad de adaptación. En Latinoamérica, es fundamental entender el contexto cultural y construir relaciones de confianza a largo plazo. Además, fomentar equipos diversos y promover entornos colaborativos permite tomar decisiones más sólidas y alineadas con la realidad del mercado.

La industria del iGaming ha evolucionado enormemente en los últimos años. Desde tu experiencia, ¿cuáles han sido los cambios más significativos que han transformado la forma en que se construyen negocios en este ecosistema?

La industria ha evolucionado hacia un modelo más estructurado y profesionalizado, con un fuerte enfoque en data, regulación y tecnología. También ha habido un cambio hacia alianzas estratégicas de largo plazo. Hoy, construir negocio implica integrarse en un ecosistema donde el networking, la colaboración y la diversidad de perspectivas juegan un rol cada vez más relevante.

HOY, CONSTRUIR NEGOCIO IMPLICA INTEGRARSE EN UN ECOSISTEMA DONDE EL NETWORKING, LA COLABORACIÓN Y LA DIVERSIDAD DE PERSPECTIVAS JUEGAN UN ROL CADA VEZ MÁS RELEVANTE.

Eres fundadora de International Gaming Women. ¿Cómo nació la iniciativa y qué necesidad identificaste dentro de la industria que te motivó a crearla?

International Gaming Women nace como una asociación sin fines de lucro enfocada en fortalecer el networking dentro del iGaming. A partir de mi experiencia en la industria, identifiqué una oportunidad clara de generar espacios más estructurados de conexión y visibilidad profesional. La iniciativa busca precisamente facilitar ese intercambio, aportando al crecimiento del talento y al desarrollo del ecosistema.

A diferencia de otros movimientos, International Gaming Women promueve la colaboración entre mujeres y hombres. ¿Por qué crees que este enfoque es clave para generar un cambio real en la industria?

Porque el desarrollo de la industria es un esfuerzo conjunto. Generar espacios de networking abiertos e inclusivos permite fortalecer relaciones profesionales y ampliar oportunidades. La colaboración entre distintos perfiles y perspectivas no solo enriquece el entorno laboral, sino que también contribuye a construir un sector más sólido y sostenible.

Desde la creación de la asociación, ¿qué impacto tangible has visto en términos de networking, oportunidades profesionales o visibilidad dentro del gaming?

El impacto se ha reflejado principalmente en la generación de conexiones de valor. A través del networking, se han creado oportunidades laborales, alianzas estratégicas y mayor participación en espacios relevantes de la industria. También se ha fortalecido la visibilidad de profesionales que hoy tienen un rol más activo dentro del ecosistema.

Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los próximos objetivos o iniciativas que te gustaría impulsar desde International Gaming Women para seguir fortaleciendo la asociación?

El objetivo es consolidar el crecimiento internacional de la asociación y seguir posicionándola como un espacio de networking relevante dentro del sector.

Además, buscamos generar más instancias de conexión e intercambio de conocimiento, así como colaborar con empresas de la industria para impulsar iniciativas que aporten al desarrollo del talento.

En paralelo, uno de los focos será continuar fortaleciendo el posicionamiento de las mujeres dentro del iGaming, acompañando su crecimiento profesional y promoviendo una mayor presencia en espacios estratégicos de la industria. Esto no solo desde la visibilidad, sino también desde el acceso a oportunidades, liderazgo y toma de decisiones, siempre bajo un enfoque colaborativo e integrado con todos los actores del ecosistema.



Perú Gaming Show 2025, la feria de juegos de azar líder en Latinoamérica

En el área de business development, ¿cómo crees que la data, la automatización o la IA están transformando la manera en que se construyen alianzas y estrategias comerciales?

El business development se ha vuelto mucho más estratégico y basado en datos. Hoy es posible identificar oportunidades con mayor precisión y construir alianzas más alineadas a objetivos concretos.

La automatización y la IA también permiten escalar procesos y optimizar la gestión comercial, elevando el nivel de las relaciones dentro de la industria.

Si tuvieras que imaginar cómo se verá la industria del gaming y el iGaming para el 2030, ¿qué transformaciones crees que marcarán la próxima etapa de crecimiento?

Para 2030, veremos una industria más tecnológica, integrada y centrada en el usuario. La personalización será más avanzada, las plataformas estarán más conectadas y el talento seguirá siendo un factor clave. En ese contexto, construir equipos diversos y fortalecer el networking será fundamental para sostener el crecimiento a largo plazo.

El Cloud Gaming redefine el alcance publicitario en LatAm



Fuente de la imagen: tech.onliner.by

En marzo de 2026, la región ha alcanzado un punto de inflexión tecnológico. Según el reporte "Latin America Expansion Update 2026" de NVIDIA Newsroom y los datos de infraestructura de IDC Latin America, la implementación masiva de servidores con arquitectura de próxima generación (RTX Serie 50) ha derribado la última gran barrera del gaming: el costo del hardware.

La expansión de centros de datos en nodos estratégicos como Santiago, São Paulo y Querétaro permite que, hoy, un usuario con un smartphone de gama media y una conexión de fibra óptica estable disfrute de experiencias triple A con trazado de rayos y latencia imperceptible.

Esta "democratización del high-end" es un cambio de juego para el marketing de performance. Por primera vez, el inventario publicitario in-game de alta fidelidad, antes reservado a un nicho con

consolas de lujo, es accesible para una base de más de 300 millones de potenciales consumidores en toda la región.

Para las marcas de lujo y consumo masivo, esto significa que el entorno de pauta ya no está limitado por el dispositivo, sino por la creatividad. El Cloud Gaming ha convertido cada pantalla en una terminal de alta gama, transformando el ecosistema de pauta en una oportunidad masiva y visualmente impactante.

Fuentes: NVIDIA Newsroom – Latin America Expansion Update 2026 e IDC Latin America: Infrastructure and Cloud Services Report Q1 2026.

Fintech y Gaming Houses transforman el ecosistema en Colombia



Fuente de la imagen: authme.com

En febrero de 2026, la inauguración de centros de alto rendimiento en Bogotá ha marcado un hito en la profesionalización de los eSports en Latinoamérica. Según el reporte "Ecosistema de Pagos en Industrias Creativas" de Colombia Fintech, la alianza entre clubes de gaming y plataformas financieras digitales ha creado un modelo de negocio híbrido sin precedentes.

Este nuevo paradigma utiliza IA de Scouting para analizar el rendimiento de jugadores amateur en tiempo real, facilitando contratos profesionales que incluyen, por primera vez, una infraestructura financiera completa: desde billeteras digitales con educación financiera integrada hasta esquemas de monetización directa para creadores de contenido. Como señala Esports Insider (Sección LatAm), esta sinergia no solo eleva el nivel competitivo, sino que valida al gaming como una "industria creativa de alto impacto" capaz de mover la economía digital.

Para las marcas y agencias de performance, esta noticia es clave: el sector ya no es un nicho informal, sino un ecosistema bancarizado y medible. La integración de sistemas de pago en las Gaming Houses facilita la trazabilidad del consumo del usuario, convirtiendo a los eSports en Colombia en un laboratorio de innovación para el marketing transaccional y el engagement generacional.

Fuentes: Colombia Fintech – Ecosistema de Pagos en Industrias Creativas (Q1 2026) y Esports Insider: Latin America Growth Report 2026.



EN WINGS STORE COMPARTIMOS TU PASIÓN POR LOS VIDEOJUEGOS

- RECARGA TUS JUEGOS
SEGURO Y EN SEGUNDOS
- EVENTOS Y DINÁMICAS
BENEFICIOSAS
- TORNEOS Y CREADORES DE
CONTENIDO ÚNICOS

Conocé más de nosotros escaneado
el siguiente código QR o ingresando
a WWW.WNGSTORE.COM



INFLUTONIC
MARKETING AGENCY

WINGS
STORE

¡Gana Wings Credits y POTENCIA TU EXPERIENCIA gaming!

Sorteamos: 2 Wings Credits de \$5 USD cada uno

¡ESCANEA y
PARTICIPA ahora!



1. Escanea el QR
2. Completa el formulario
3. ¡Listo! Ya estás participando

CONDICIONES:

- Se elegirán 2 ganadores
- Fecha de sorteo: 18 de Mayo, 2026
- Fecha de Vencimiento de los Wings Credits: 27/08/2026
- Luego de la fecha de vencimiento los wings credits no podrán ser canjeados.

Válido para países de Latinoamérica donde opera Wings Store.



IA y sistemas de crecimiento en la industria del gaming: Una transición estructural

En la última década, el crecimiento en la industria del gaming —particularmente en mobile— se ha apoyado en modelos intensivos de performance marketing, donde la eficiencia en adquisición de usuarios era clave. Sin embargo, la creciente integración de inteligencia artificial en plataformas de distribución y monetización está alterando este paradigma.

Hoy, ecosistemas como TikTok, Meta y AppLovin operan con arquitecturas donde procesos antes gestionados por humanos —segmentación, presupuestos, optimización de pujas— son delegados a modelos algorítmicos en tiempo real. En este contexto, la “optimización de campañas” pierde centralidad frente al diseño de sistemas, donde el valor radica en la calidad de los inputs.

Uno de los efectos más visibles es el desplazamiento del diferencial competitivo hacia la creatividad. A medida que el targeting se vuelve más abstracto, la creatividad —como traducción de mecánicas de juego en narrativas publicitarias— adquiere un rol estructural. Las herramientas de generación de contenido con IA han reducido barreras de producción, pero no han resuelto el problema de relevancia, que sigue siendo estratégico.

En paralelo, el acceso a herramientas como Sensor Tower o data.ai ha formalizado la toma de

decisiones, apoyándose en evidencia empírica. Sin embargo, la abundancia de datos introduce desafíos en la interpretación y priorización de señales.

Operativamente, la IA ha permitido estructuras más compactas, pero con mayores exigencias analíticas. La automatización no elimina el expertise, sino que lo reconfigura hacia perfiles capaces de entender el funnel completo: adquisición, retención y monetización.

La principal implicación no es la sustitución humana, sino la redefinición del rol del marketer: de la ejecución a la configuración de sistemas. Esto implica definir eventos, estructurar inputs creativos, interpretar outputs y establecer marcos de decisión.

En síntesis, la IA impulsa una transición estructural en el crecimiento del gaming. A medida que la ejecución se automatiza, la ventaja competitiva se desplaza hacia la capacidad de diseñar y gobernar sistemas complejos.

Juan Sebastian Cantillo F.
Consultor en medios y Gaming LATAM
LinkedIn: [sebastiancantillof](#)



EL CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA DEL GAMING —PARTICULARMENTE EN MOBILE— SE HA APOYADO EN MODELOS INTENSIVOS DE PERFORMANCE MARKETING

El Impacto de la IA en la Formación educativa y el Gaming

A nivel de negocio, la arquitectura del ecosistema educativo en 2026 utiliza la inteligencia artificial generativa y las tecnologías emergentes como el núcleo del performance de captación.

Actualmente, la integración de modelos de aprendizaje profundo permite una personalización predictiva que redefine la atracción de leads a través de una comunicación digital hiper-segmentada. Este avance obliga a los líderes a diseñar estrategias que no solo atraigan tráfico, sino que resuelvan las dudas y consultas del usuario de forma inmediata, fundamentando el contenido en búsquedas informativas reales.

Los beneficios de implementar IA en el modelo de negocio educativo son tangibles y escalables. El uso de algoritmos predictivos permite una reducción de costos operativa al automatizar procesos de respuesta y clasificación de prospectos con una precisión del 95%. Asimismo, la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos en tiempo real facilita la identificación de nuevas tendencias de mercado, permitiendo que la oferta académica se adapte antes que la competencia. Estos beneficios se traducen en una mayor tasa de conversión y en una fidelización del alumno basada en experiencias personalizadas y de alta calidad técnica.

En lo formativo, la inteligencia artificial transforma el dictado de clases mediante entornos de aprendizaje adaptativos que ajustan el nivel de complejidad según el desempeño del alumno en tiempo real. Es fundamental que las instituciones logren desarrollar mallas curriculares que integren la IA dentro de sus planes académicos, permitiendo que la tecnología sea una herramienta cotidiana de resolución de problemas. Al tratar temas relevantes de acuerdo

a las necesidades del mercado, las universidades se consolidan como espacios de vanguardia que preparan a los estudiantes para los desafíos técnicos de la industria digital.

La sinergia entre educación y gaming permite que el estudiante desarrolle un pensamiento algorítmico avanzado a través de la creación de mundos virtuales y mecánicas de juego complejas. Este enfoque práctico logra que los usuarios tengan una buena experiencia de aprendizaje, transformando la teoría en proyectos tangibles que responden a la demanda global de entretenimiento interactivo e iGaming. De esta manera, el sector educativo adopta las dinámicas de alta competencia tecnológica para elevar el estándar de sus egresados, asegurando que dominen el lenguaje de la comunidad técnica y creativa.

En cuanto a los cambios operativos, la proyección del sector hoy se sustenta en la capacidad de escuchar de forma activa las demandas tecnológicas para integrarlas en la enseñanza superior. Priorizar alianzas estratégicas con líderes globales permite implementar laboratorios de innovación, asegurando que los estudiantes trabajen con herramientas de estándar industrial. Al integrar certificaciones oficiales de estos partners, logramos que el egresado sea un profesional con alta empleabilidad, listo para liderar la transformación digital y absolver la duda o consulta del usuario sobre el retorno de inversión de su carrera.

Juan Gonzales

Gestor de proyectos de Marca y Campañas
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
Linkedin: [juangonzalesalmache](#)

LA INTEGRACIÓN DE MODELOS DE APRENDIZAJE PROFUNDO PERMITE UNA PERSONALIZACIÓN PREDICTIVA QUE REDEFINE LA ATRACCIÓN DE LEADS MEDIANTE UNA COMUNICACIÓN DIGITAL HIPERSEGMENTADA.

Nota especial

Cómo la IA y las nuevas tecnologías han expandido la participación de los videojuegos en la economía digital.

En el reciente periodo post pandemia, el ecosistema digital ha experimentado un crecimiento económico, impulsado principalmente por la venta de videojuegos. De acuerdo con cifras de Newzoo, en 2025, las ventas de videojuegos a través de plataformas de e-commerce generaron USD 196 mil millones en el mercado global, cifra que incluye los segmentos de juegos móviles, consolas y PC. Se proyecta que este monto se duplique para 2026. Esta tendencia resalta la preponderancia del canal digital, la vía preferente para que los jugadores adquieran contenido como DLCs, juegos, divisas y otros ítems. De hecho, el 98% de las transacciones de compra registradas en 2025 se realizaron a través de eshops, marketplaces y plataformas live cloud, entre otros canales digitales.

Este crecimiento exponencial en los canales de venta digitales se ve directamente potenciado por la integración estratégica de la Inteligencia Artificial (IA) y otras tecnologías afines. Estas herramientas han optimizado significativamente la interacción con el usuario, lo que se traduce en un impulso sostenido tanto en el gasto promedio (ticket promedio) como en la retención de clientes. A continuación, se detallarán las soluciones de IA que recomendamos implementar para lograr un incremento en el valor de las transacciones.



- **La personalización:** La IA permite el desarrollo de sistemas de recomendación que personalizan la oferta de juegos. DLCs, monedas, ítems, aumentando la relevancia para el jugador y, por ende, las ventas.
- **Optimización de Pagos y Experiencia:** Las nuevas tecnologías garantizan transacciones digitales más fluidas y rápidas, reduciendo la fricción en el proceso de compra.
- Ofreciéndoles a los clientes variedad en métodos de pago, eWallets, apps de criptomonedas, entre otros.
- **Seguridad en Transacciones Digitales:** Fortalecer la seguridad en las transacciones digitales es crucial para generar confianza y fomentar la expansión de las economías virtuales.

En términos generales, la automatización de los procesos operacionales cotidianos en el comercio electrónico —tales como la gestión de cambios y la actualización de inventarios— resulta fundamental. Esta capacidad no solo garantiza una expansión de negocio más fluida y ordenada a nivel regional, sino que también sienta las bases para un crecimiento sólido en el ámbito global.

Plataformas digitales como Wing Store han cimentado la atracción, retención y lealtad de sus clientes mediante una experiencia de compra superior. Esto se logra al ofrecer un sitio intuitivo y de navegación fluida, complementado por una amplia y relevante variedad de productos para gamers en cada uno de los mercados donde tiene presencia global. Además, elementos clave como el servicio al cliente en el idioma nativo, la implementación de programas de fidelidad —tales como Wings Points (adquisición de puntos al realizar compras) y Wings Credits (créditos digitales con denominación en moneda)— y la garantía de métodos de pago confiables son pilares de su estrategia.

El éxito alcanzado es resultado directo de la ejecución sobresaliente del equipo de Wings Store, que ha capitalizado la implementación estratégica de la Inteligencia Artificial (IA) y otras tecnologías emergentes. Wings Store ha logrado conectar con millones de gamers a nivel global, impulsando la creación de comunidades sólidas con intereses compartidos. Este enfoque se ve claramente validado por un crecimiento superior al 600% registrado en los últimos cuatro años.



catalizadores primordiales para transformar la experiencia de juego en un modelo de comercio digital fluido y personalizado. Este enfoque no solo impulsa el crecimiento de los ingresos en las plataformas de venta, sino que también sienta las bases estratégicas para la evolución futura del comercio dentro del ecosistema de videojuegos.

Nombre: Deneb Castillo
Cargo: Directora de las Américas
Empresa: Wings Store
Sitio web: <https://www.wngstore.es/>

El impulso de liderazgo y la estrategia de expansión de Wings Store en las Américas para este 2026 están definidos por la reciente incorporación de Deneb Castillo, quien asumió la dirección del continente en marzo. Su visión estratégica se centra en un doble objetivo: consolidar la presencia en territorios clave (Norte, Centro, Caribe y Suramérica) y concretar la expansión del negocio hacia la conquista de nuevos mercados. Esto se logrará mediante la implementación de alianzas estratégicas, un firme enfoque en la dirección y el desarrollo de talento, la personalización avanzada del catálogo y la introducción de nuevos modelos de monetización inteligentes, todo ello apalancado por la optimización del uso de la Inteligencia Artificial (IA) y las tecnologías emergentes.

Mi reflexión sobre la Inteligencia Artificial y las tecnologías emergentes es que actúan como los



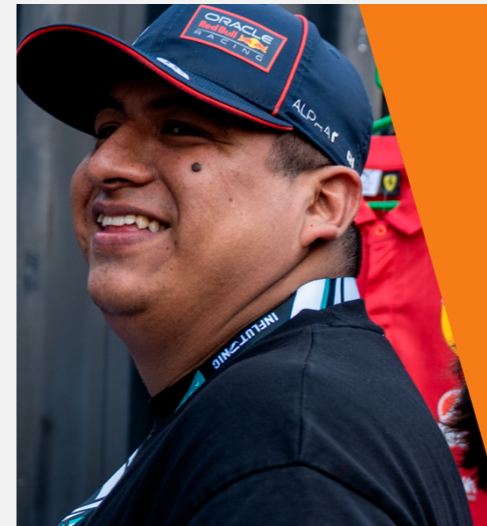
La inteligencia artificial se ha vuelto parte de nuestras vidas en un abrir y cerrar de ojos. Como streamers, nos permite generar contenido con mayor rapidez y simplicidad. Pero más allá de la tecnología, hay algo que no cambia: LA CONEXIÓN HUMANA.

Hoy cualquier persona puede apoyarse en herramientas para crecer, pero no todos logran construir algo auténtico. En un entorno donde mucho puede ser automatizado, la personalidad, el criterio y la autenticidad son los factores que marcan la diferencia.

Creo que la clave está en usar la IA como aliada, mas no como un reemplazo, ya que el contenido que realmente impacta no es el mejor producido, sino el más real. Lograr esa combinación entre tecnología y autenticidad es a lo que debemos apuntar.

Flocss | Creador de contenido

Instagram: flocsss_



Entre lo gamers y los deportes de competición siempre existe algo en particular, muchas veces nos mentalizamos en ganar aunque a veces perder, nos ayuda a corregir nuestros errores y nuestras debilidades. No tengan miedo de seguir intentando que la constancia es para los campeones.

Cirilo | Creador de contenido

Instagram: cirilotv.official



En eSports, el rendimiento de un equipo va más allá de lo que ocurre dentro del juego. Detrás de cada partida hay una estructura que lo sostiene todo: gestión de tiempos, coordinación diaria y decisiones constantes que permiten que el equipo funcione con consistencia. Es moverse entre horarios, scrims y pendientes para que todo fluya, resolver rápido y anticiparse a lo que haga falta. Es asegurarse de que todo esté alineado mientras los jugadores se enfocan en mejorar. Es un ritmo sin horas fijas, donde cada día trae algo nuevo: estar atenta a los detalles, incluso a los que nadie nota. Y también es ver cómo el equipo crece, gana confianza y mejora, y sentir alegría por cada logro. Porque en eSports también hay compromiso, y un equipo que se apoya para que todo funcione.

Aysel | eSports Manager

Instagram: myaysel

Ruth Elena Foundation

transformar la solidaridad en acción



En 2025, la Ruth Elena Foundation consolidó sus primeras campañas solidarias con el objetivo de acompañar a pacientes oncológicos y a sus familias más allá del tratamiento médico. Los hitos más importantes fue la campaña realizada junto al Instituto Nacional de Salud del Niño San Borja y al cierre del año también estuvo marcado por una campaña especial en diciembre junto al Aldimi, una casa albergue que acoge a niños con cáncer y a sus familias que llegan desde distintas regiones del país para recibir tratamiento en Lima. En esos espacios, el acompañamiento humano, las actividades recreativas y el apoyo solidario demostraron que la comunidad puede marcar una diferencia real en momentos difíciles.

Este 2026 iniciamos el año ampliando nuestro alcance con una campaña de recaudación de donativos cuyo beneficiario será la **Sociedad de Beneficencia de Arequipa**, reforzando nuestro compromiso de llevar apoyo a más comunidades

y organizaciones que trabajan directamente con personas en situación vulnerable.

La misión de la Fundación Ruth Elena es clara: generar impacto real en la lucha contra el cáncer, con especial atención en niños y adultos mayores. Para lograrlo, no solo impulsamos campañas solidarias, sino también espacios de **coaching y apoyo emocional** para pacientes y familias, creando entornos de escucha, resiliencia y bienestar.

Pero este esfuerzo necesita más manos y más voces. Invitamos a nuestra comunidad, aliados y lectores a sumarse a las campañas solidarias que desarrollaremos durante 2026, ya sea mediante **donaciones** o participando en nuestros programas de **voluntariado**. Cada aporte, por pequeño que parezca, puede convertirse en un momento de esperanza para quienes más lo necesitan.

¿CÓMO SUMARTE A LAS CAMPAÑAS DE RUTH ELENA FOUNDATION?

1:

VOLUNTARIADO

2:

SÚMATE CON ALIANZAS O DONACIONES



ESCANEA AHORA Y FORMA PARTE DEL CAMBIO

¡VISITA PERÚ!



Parque Nacional del Manu - Perú

INFLUTONIC
MARKETING AGENCY

Influenciamos el mundo del streaming
conectando marcas y creadores
impulsando su crecimiento con
propósito, innovación y estrategia.

 Influtonic Agency

 @Influtonic.Agency

 hello@influtonic.com

