Xbox prepara el lanzamiento de su tienda de videojuegos móviles

Microsoft mantiene su idea de lanzar una tienda propia para los videojuegos móviles. En este sentido, se reunió con sus socios para que le ayuden a ponerla en marcha, ahora que acaba de completarse el acuerdo de adquisición de Activision Blizzard.

Nintendo, PlayStation y Xbox son las firmas que lideran el mercado de los videojuegos en consola, con incursiones más o menos exitosas en PC y juegos móviles.

Estos últimos se distribuyen principalmente a través de dos tiendas: App Store y Play Store, de Apple y Google, respectivamente.

Estas dos firmas tecnológicas tienen una situación de privilegio en el mercado móvil, donde imponen a través de sus tiendas requisitos para la publicación en sus plataformas y tasas en las transacciones económica.

También limitan la posibilidad de que los juegos y apps se puedan descargar desde tiendas externas.

Microsoft es consciente del potencial económico que tiene el mercado del juego móvil, principal motivo que le llevó a adquirir la empresa distribuidora y desarrolladora Activision Blizzard , más fuente en este área.

La Ley de Mercados Digitales de la Unión Europea, incluso se presenta como una «gran oportunidad» para el lanzamiento de una tienda de juegos propia, que la compañía ya anticipó a principios de 2022, cuando compartió sus planes y los principios que la guiaría.

Ahora, con la adquisición de Activision Blizzard completada, los planes para esa tienda de juegos móviles siguen adelante.

Según informan en Bloomberg, el responsable de la división de juegos de Microsoft, Phil Spencer, se reunió con sus socios para preparar el lanzamiento, que por el momento no tiene una fecha establecida.

Lee también: Cerca de 24.000 personas se han movilizado por el MotoBus en El Hatillo

El propio Spencer lo confirmó en una entrevista concedida al medio citado en el marco de la Comic-Con Experience, en Sao Paulo (Brasil).

El directivo de Xbox considera que actualmente no hay elección en el teléfono, en referencia a Apple y Google, y por ello defendió que «para asegurar de que Xbox no sólo sea relevante hoy, sino durante los próximos 10, 20 años, vamos a tener que ser fuertes en muchas pantallas».

Con información de Diario2001