

**"Evolución e impacto económico de la industria de los e-Sports en la sociedad digital actual"**

**"Evolution and economical impact of e-Sports industry in present digital society"**

Antonio Fernández Llamas

a.flamas@alumnos.upm.es

Estudiante ETSIT-UPM

**¿Qué son los e-Sports?, ¿Cómo una herramienta de entretenimiento puede tener tanto impacto a nivel global en la economía digital actual? ¿Es posible generar dinero en el sector del entretenimiento aprovechando el auge de las TIC?** Muchas de estas preguntas son formuladas hoy en día, las cual intentaremos de resolver y explicar en el presente documento.

El término de e-Sports surge como abreviatura del concepto de deportes electrónicos (*electronic sports*), y se define como la práctica de un videojuego a nivel competitivo en una plataforma virtual, donde varios jugadores trabajan individualmente o en equipo para alcanzar un objetivo común, y como consecuencia un premio o reconocimiento. Al igual que los deportes tradicionales existen equipos con jugadores, entrenadores y gente encargada de explotar el potencial económico de la entidad. La composición de un equipo de fútbol no es muy diferente de la de un equipo de e-Sports, simplemente hay que sustituir un deporte tradicional por un videojuego o plataforma de entretenimiento, un atleta profesional por un jugador profesional, y un grupo de millones de personas o fans seguidoras de la competición por todo el mundo, por un número bastante más reducido.

Por tanto, la sociedad digital actual está experimentando cómo una tecnología tan novedosa en el mundo de las TIC como los videojuegos está siendo protagonista de un crecimiento masivo tanto de jugadores, como de un público activo y partícipe que los sigue y se interesa por ellos. De esta forma, se ha profesionalizado la manera que tienen los jóvenes de hoy en día de entretenerse, lo que conlleva que muchísimas empresas del sector tecnológico busquen su hueco dentro de este mundo, creándose así un nuevo mercado que beneficia tanto a los equipos de e-Sports, como a los fans, intensificándose el *branding* y marketing de los mismos para poder acceder a un mayor público. Empresas del sector de las telecomunicaciones muy conocidas como Samsung o SK Telecom, se han percatado del valor que tiene mostrar sus marcas en el sector de los e-Sports, observando que merece la pena invertir su capital de publicidad en patrocinios tanto de equipos como de los propios eventos de la comunidad.

Por tanto, está a la orden del día que el nacimiento de los e-Sports como una nueva vía de publicidad interesa mucho a las empresas del sector digital y las telecomunicaciones, creándose una economía digital de nicho que pretender motivar y animar a los jugadores, financiándoles sus equipos de entrenamiento incluso pagándoles un sueldo a cambio de usar sus productos y utilizar su marca para competir a nivel internacional.

**¿Qué característica define lo que es un deporte? ¿Tiene que ser una actividad física y requerir excesiva habilidad para ejecutarlo?** Según la definición técnica que encontramos en el diccionario, un deporte es una actividad que requiere de esfuerzo físico y habilidad

donde se compite individualmente o bien por equipo para satisfacer una necesidad de entretenimiento. Esta definición es un poco burda si la aplicamos al contexto de la sociedad actual, sin embargo, muchas personas fundamentan sus opiniones en una definición arcaica para debatir y determinar qué es un deporte en realidad.

Aplicando esto al tema que nos concierne, los e-Sports es una de las industrias de nueva creación que han experimentado un crecimiento exponencial en Estados Unidos, Corea del Sur y otros países del mundo. Un e-Sport o deporte electrónico se resume como una competición organizada entre competidores profesionales de los videojuegos . Ya en los años 90, los jugadores competían por demostrar quien tenía mayor habilidad en las máquinas recreativas precursoras de los videojuegos, agitando sus *joysticks* en bares o salas de juegos y organizando torneos con premios y recompensas para el jugador que demostrara tener más destreza y habilidad.

**¿Cuándo empiezan los e-Sports a crear su propia comunidad de espectadores?** Con la llegada de los videojuegos online, aprovechando la mejora en las comunicaciones y el aumento de las velocidades de bajada y subida de Internet , se abre la posibilidad de competir a distancia con tus amigos a través de la red . Los primeros sistemas de arquitectura de red posibilitaron la evolución de los juegos hacia una experiencia más cooperativa.

Parece increíble que ya en 1997, Microsoft patrocinara por primera vez un torneo del videojuego *Quake*, premiando al ganador con nada menos que un Ferrari, lo cual provocó un gran revuelo en los medios de comunicación ante un premio de tal magnitud por ganar en un juego. Esto motivó en gran medida a la creación de empresas centradas en explotar este sector, con los e-Sports como eje central de su modelo de negocio. De este modo, surge la empresa pionera en el sector, CPL (*Cyberathlete Professional League*) definiéndose como la principal empresa de organización de eventos multitudinarios de e-Sports sobre los videojuegos más populares o con mayores audiencias del momento.

Sin duda alguna, en mi opinión el sucesor de *Quake* y gran impulsor del potencial de los deportes electrónicos en el panorama internacional surgió en el año 2000 con *Counter Strike*. Este juego revolucionó el interés por el competitivo entre los jóvenes, realizando quedadas multitudinarias para jugarlo cooperativamente, aumentando su público en cada evento que se organizaba. Llegaron a alcanzarse cifras de **250.000 dólares** como premio por alzarse con la victoria en la competición, obligando al sector a tener en cuenta este tipo de actividades que hasta el momento habían sido celebradas clandestinamente en cibercafés o en la intimidad. Muchos jóvenes de mi generación fueron partícipes de este movimiento del cual todavía hoy, tras haber pasado más de 15 años siguen organizándose quedadas y torneos para los amantes del género.

Remontándonos a la actualidad, la principal empresa organizadora de estos eventos es la MGL (*Major League Gaming*). La MGL es conocida por dar una visión estandarizada y global de los e-Sports a nivel profesional, aunque siempre estuvo un poco en la sombra debido al éxito de CPL. Gracias a numerosas inversiones y donaciones logró convertirse en la mayor empresa organizadora de e-Sports, aprovechando la caída de CPL tras realizar algunas apuestas arriesgadas. Comenzó así a retransmitir los eventos por televisión logrando alcanzar un público mucho más amplio.

Entonces, **¿cuál es el estado de los e-Sports y de la tecnología asociada a este campo en la actualidad?** Ahora mismo el negocio de los e-Sports está en constante crecimiento. Los torneos de videojuegos están batiendo verdaderos records de visualización de los eventos, cada vez hay más jugadores preparados para competir profesionalmente y un mayor número de juegos y de dinero circulando en torno a este mundo. Pero, **¿A qué se debe la popularidad actual? ¿Por qué no antes?** El primer motivo es que, finalmente, la tecnología está preparada para dar este gran salto y expandirse, ofreciendo un ancho de banda rápido y barato, creando herramientas que permiten a las personas emitir su experiencia de juego gratuitamente y plataformas que permiten a la comunidad consumir este contenido donde y cuando quieran. Empresas como **Twitch** dan la oportunidad a los jugadores de emitir sus partidas de forma gratuita a través de su web, donde pueden demostrar sus dotes de habilidad practicando, o bien retransmitir en directo sus torneos, obteniendo a cambio beneficios y ganancias de *partnership* y publicidad. La segunda razón es que ahora mismo los juegos que se están jugando son muy bien recibidos por la comunidad de espectadores, además de ser contenido enfocado muy directamente al perfil competitivo y de retransmisión para espectadores. Actualmente los videojuegos **Starcraft II** y **League of Legends** son los que están revolucionando este mercado, generando un público que disfrutan más viéndolo que jugándolo. La tercera es que jugar a videojuegos está muy de moda actualmente, solo hay que observar como plataformas sociales como **Facebook** tienen su apartado de *gaming*, o el "boom" que están teniendo muchos juegos enfocados a plataformas móviles con títulos como por ejemplo **Candy Crush** o **Flappy Bird**.

Desde una visión más tecnológica, uno de los factores más importantes que han impulsado los e-Sports ha sido el *live streaming*. La posibilidad de mostrar a millones de personas de todo el mundo eventos en directo con tanta aceptación, es algo a lo que no se le puede poner un precio determinado, y esto plantea la posibilidad de ganar muchos clientes potenciales que aumentan con cada evento celebrado. La fantástica atmósfera que generan empresas como MLG se ha visto recompensada con un crecimiento brutal del número de personas que ven sus *live streams*. Para hacernos a la idea de las cifras en las que nos estamos moviendo y establecer un marco de referencia con otras plataformas más cotidianas, un torneo del videojuego **League of Legends** tiene el mismo número de espectadores que los playoffs de la NBA. La final del campeonato mundial de 2015 la vieron por Internet un total de 23 millones de personas. Las últimas finales de la NBA tuvieron una

audiencia media de 13,9 millones. Está claro que no dejó en buen lugar a LeBron James y compañía pero así están las cosas. Se espera que en 5 años la industria crecerá en torno a un 30% de forma global. Económicamente hablando, el videojuego *League of Legends*, el más jugado del mundo con 70 millones de jugadores, generó mil millones de dólares. Esto refleja que se está generando un movimiento que no puede pasar desapercibido en la sociedad digital actual.

Entonces, **¿es posible que una plataforma de entretenimiento tenga un impacto tan global a nivel económico?** Está claro que muchas de las personas seguidoras de los e-Sports se sienten identificados con algunos de los jugadores competitivos, lo cual actúa como incentivo a seguir su trayectoria y aumentar su interés por la competición, provocando un efecto bola de nieve que atrae cada vez a más público que ven cómo algo que en principio surgió como un entretenimiento, ha derivado en una afición seguida con entusiasmo a nivel mundial.

Es lógico que estos datos de participación y visualización de los deportes electrónicos capten la atención de las grandes empresas del sector, e intenten aprovechar la oportunidad de entrar en un mercado todavía en creación. No solamente se muestra interés por la retransmisión de los mismos, como MLG, sino que empresas del sector de las TIC centran sus campañas publicitarias en los e-Sports, patrocinando a los equipos, facilitándoles ordenadores y periféricos de alta calidad para competir, mostrando su marca en *merchandising* del equipo o simplemente creando su propia "escuela" de equipos para competir en torneos de e-Sports.

Es el caso de empresas tan conocidas en el mundo de las telecomunicaciones como la empresa líder en tecnología **Samsung**, que ha comprado literalmente varios equipos de deportes electrónicos a cambio de poner el nombre de la marca en su equipo. Lo mismo ocurre con la empresa coreana **SK-Telecom**, que fundó su propio equipo competitivo SK-Telecom T1 para diversos videojuegos, al igual que ejerce de patrocinador en deportes como el béisbol o el baloncesto. Existen miles de empresas como Ozone, Vodafone, Mediaset... incluso entidades tan globales y fuera del sector como Coca Cola, que apuestan por este mercado emergente que mueve a masas.

Esto significa que el gran auge que han obtenido los deportes electrónicos interesa sin duda a las empresas del sector tecnológico, que ven en ellos una oportunidad para dirigir sus productos a un *target* específico, pudiendo obtener mayores probabilidades de éxito que centrándose en otros mercados más heterogéneos.

**¿Qué visión de futuro tiene este nuevo mercado a corto-medio plazo?** Como hemos dicho anteriormente, hemos visto el crecimiento exponencial de espectadores que está teniendo MLG. Es probable que en unos pocos años se establezca como la principal entidad en este mundo, convirtiéndose en la *NFL* o la *Premier League* de los e-Sports.

Muchas compañías desarrolladoras de videojuegos intentarán adaptar sus productos e implantar en sus juegos un perfil competitivo, que permita a sus usuarios medirse entre ellos para buscarse un hueco en la industria de los deportes electrónicos.

Analizando el futuro de los e-Sports dentro de un marco de 10 o 15 años, veremos como en países mas orientales como Corea del Sur, donde un 10% de la población juega actualmente a videojuegos, llegarán a un punto en el que los e-Sports serán igual o más populares que los deportes tradicionales que conocemos hoy en día. Es importante resaltar que el rango de edades de personas que consumen este contenido actualmente es de 18 a 24 años, por tanto en 10 años este público habrá madurado e inculcarán a sus hijos sus aficiones y gustos, expandiéndose así el rango de edades que visualizan contenido relacionado con los deportes electrónicos cada vez más.

Es cierto que estas conclusiones pueden ser demasiado optimistas, pero el modo en el que la tecnología está evolucionando actualmente, y cómo los niños están creciendo y aprendiendo con un iPad en la mano derecha, y el mando de la PS4 en la izquierda, puede incluso llegar a ser una visión pesimista dentro de lo que cabe.

Para concluir, personalmente me resulta fascinante presenciar el nacimiento de un nuevo tipo de deporte tan ligado a la tecnología. Me encanta el hecho de que las compañías hayan dejado de ignorar los deportes electrónicos y hayan empezado a ver su potencial en ellos, no solamente la oportunidad a nivel publicitario, sino dotándolos de mayor profundidad y calidad. Lo que realmente me gustaría ver es a más empresas en este campo, sin importar si están desarrollando juegos, hardware o software, o únicamente haciendo negocio, cualquier cosa aunque sea pequeña importa.

Será muy emocionante ver lo que la tecnología nos depara dentro del mundo de los e-Sports en los próximos años. Todas estas plataformas unidas al servicio de *live streaming* permitirán a millones de personas seguir los deportes electrónicos por todo el mundo en cualquier lugar y momento.