



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

Los eSports: historia, evolución e impacto socioeconómico y futuro.

JAIME GALLEGO MARTIN

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, SEPTIEMBRE 2022**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2021-2022

TRABAJO FIN DE GRADO

**Los eSports historia,
evolución e impacto socioeconómico y futuro**

Trabajo presentado por: Jaime Gallego Martín

Tutor: Felicidad Viejo Valverde

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, septiembre 2022

INDICE

1.- Introducción	3
2.- Introducción a los eSports	4
2.1.- ¿Qué son los eSports?	4
2.2.- Historia de los eSports	5
2.3.- Plataformas actuales para la práctica de los eSports	6
2.3.1.- Ordenador	6
2.3.2.- Videoconsola	7
2.3.3.- Móvil y tablets:	8
2.3.4.- La nube:	8
2.3.5.- Menciones a antiguas consolas:	9
2.4.- Los eSports más influyentes	10
2.4.1.- League of Legends	10
2.4.2.- Fortnite:	10
2.4.3.- FIFA:	11
2.4.4.- Clash Royale:	12
2.4.5.- Counter Strike Global Offensive	12
2.4.6.- Menciones especiales:	13
2.5.- Controversia ligada a los eSports	14
2.5.1.- Generan adicción	14
2.5.2.- Generan sobrepeso	16
2.5.3.- Generan violencia:	17
3. Los eSports en la actualidad	18
3.1 Impacto socioeconómico de los eSports	19
3.2 Los torneos más importantes dentro de los eSports	24
3.3- Figuras y empresas importantes en el entorno	31
3.3.1 Nacional:	31
3.3.2 Internacionales	33
3.4- Entrada de grandes empresas en los eSports	34
3.4.1 Patrocinadores	34
3.4.2 Colaboraciones con eSports	36
4 Los eSports en Valladolid	38
4.1 Competiciones	38
4.2. Ámbito universitario	39
4.3 UltraLan	40
5. El futuro de los eSports:	41

5.1- Realidad virtual	41
5.2 Cloud Gaming	42
5.3 Metaverso	44
6. Conclusiones.....	47
7.Bibliografía	48

TABLA DE FIGURAS

Figura 1.....	5
Figura 2.....	14
Figura 3.....	18
Figura 4.....	20
Figura 5.....	24
Figura 6.....	30
Figura 7	44
Figura 8.....	46

1.- Introducción

El objetivo primordial de este trabajo con su desarrollo es la explicación de la industria de los eSports, la historia, su crecimiento en los últimos años, la explicación de la controversia relacionada con los videojuegos, el impacto que tiene en la economía el papel con el que cuenta dentro de la ciudad de Valladolid, su futuro, tanto en el carácter olímpico como económico y el desarrollo de la nube como nuevo concepto de videojuegos y de eSports.

Si bien la cuna de los eSports se puede considerar Corea, ya que es donde se comenzaron a desarrollar la mayoría de los torneos, su origen inicial como veremos más adelante se consideraría Estados Unidos, naciendo siendo competiciones sin gran afluencia e importancia hasta transformarse en eventos mundiales que mueven enormes cantidades de dinero y han ayudado a la creación de nuevos puestos de trabajo, con una gran proyección futura y que ha conseguido que empresas sin relación al mundo tecnológico entren y compitan por formar parte de esta industria.

Considero el motivo principal por el que he desarrollado este trabajo la gran afinidad que he tenido desde pequeño con este mundo, formando parte de mi entretenimiento tanto desde el punto de vista de la práctica como el de espectador de este nuevo formato deportivo que se ha desarrollado rápidamente en los últimos años. Asimismo, considero que es un gran punto de inversión y que podría convertirse en un futuro cercano en un gran motor económico llegando al nivel de importancia de los deportes tradicionales, tanto por espectadores como por ingresos, tanto de los clubes como de las competiciones.

Agradecimientos: gracias a aquellos que han estado a mi lado, mis amigos, mis seres cercanos y por supuesto mi familia que con paciencia me ha apoyado en este viaje universitario, preocupándose por mi futuro.

2.- Introducción a los eSports

En este apartado se incluye una explicación de lo que son los eSports y su historia, de esta manera se puede entender mejor el contexto de esta industria ya que se comenta los eSports más influyentes y más importantes que ha habido para el desarrollo de este mundo y también las plataformas en las que se practican y por último se trata sobre la controversia ligada en torno al mundo de los eSports, la cual ha creado un estigma en relación a esta industria, y de esta manera, poder ver y desmentir los mitos ligados a ella.

2.1.- ¿Qué son los eSports?

Los deportes electrónicos se han convertido en una enorme idea de negocio ya que han transformado el simple juego entre individuos en una competición que mueve anualmente millones de euros y ha desarrollado nuevas profesiones.

El concepto de eSports es utilizado para denominar las diferentes competiciones organizadas a nivel profesional en diferentes disciplinas de videojuegos, con un funcionamiento muy simple: cada eSport tiene sus propias reglas y acceso desde diferentes consolas/dispositivos. (IEBSCHOOL.com, 2021).

Pero ¿por qué se les llama eSports? Porque son una novedad en el campo de los videojuegos. Este concepto se utiliza para nombrar las competiciones multijugador de diferentes disciplinas de videojuegos. Cada eSport cuenta con diferentes plataformas para su desarrollo, tanto online como offline.

Plataforma online: consiste en el desarrollo a través de una conexión de internet con jugadores que pueden estar en la misma sala/habitación o a distancia, de esta manera se puede competir de manera simultánea con jugadores de cualquier región del mundo, sin importar la distancia entre ellos.

Plataforma offline: consiste en el desarrollo de un juego sin la necesidad de una conexión a internet, esto implica que los jugadores necesitan encontrarse en la misma sala y normalmente se juega en la misma pantalla y consola, pero con diferentes controladores (mandos).

2.2.- Historia de los eSports

Aunque el concepto de eSport es algo que se considera de gran actualidad, la competición dentro de los videojuegos es algo que se originó en 1958, con la creación del famoso “Tennis for two” de William Higinbotham. El primer videojuego que enfrentaba a dos personas entre sí.

Figura 1: - Tennis for two



Fuente: (Malo, 2018)

Este inicio fue más conceptual que una verdadera competición, no sería hasta el 1972 cuando en octubre de ese año se organizó la primera competición oficial entre estudiantes en la universidad de Stanford para el videojuego Spacewar, un evento en el que el ganador se obtendría de manera gratuita una suscripción anual para la revista Rolling Stones.

Aunque en los siguientes años siguió habiendo competiciones meramente universitarias, no fue hasta 1980 cuando, Space Invaders (videojuego desarrollado en el 1978 el cual consistía en frenar la invasión alienígena que se aproximaba a la tierra), celebró la que fue la primera gran competición de un videojuego comercial, con más de 10000 competidores que vinieron de todo EE.UU. en esta competición se demostraba la habilidad contra la máquina, viendo quien podía vencer las oleadas durante más tiempo y a más velocidad.

Gracias al aumento de jugadores se desarrolló una organización (Twin Galaxies) para recopilar aquellas puntuaciones más altas en los videojuegos y de esta manera buscar y catalogar a aquellos que se podían considerar como los mejores jugadores.

De esta organización salieron grandes jugadores los cuales fueron llamados a distintos programas de televisión para demostrar su habilidad y competir en directo, creando lo que pudo considerarse los primeros “Streams” de la historia.

En 1990 se desarrolló el primer campeonato oficial por una gran empresa de videojuegos, Nintendo World Championships, celebrada en marzo, en 29 diferentes ciudades de EE. UU con tres diferentes juegos y un premio para los mejores 90 competidores a los que se les entregaría un cartucho de los juegos a los que jugaron.

Este fue el comienzo de los eSports en el primer momento de auge de los videojuegos.

2.3.- Plataformas actuales para la práctica de los eSports

Actualmente en España, según datos de AEVI (Asociación Española de Videojuegos) a finales del 2021 el número de individuos que juegan a algún eSport es de más de 18 millones de personas de los cuales un 54% son hombres y un 46% son mujeres. (Aevi.org, 2022)

Para poder entender este número tenemos que hablar de las diferentes plataformas que permiten poder desarrollar este hobby:

2.3.1.- Ordenador: pudiendo ser tanto un ordenador de sobremesa como un portátil, es el dispositivo más generalizado para la práctica de eSports. Esto es debido a los siguientes factores:

- Cuenta con un mayor catálogo de juegos, los cuales para algunas consolas son restrictivas a su marca.
- El coste de jugar online no existe, simplemente se necesita una conexión a internet.
- El ordenador tiene más funcionalidades aparte que el mero hecho de jugar, puede servir como herramienta de trabajo y a su vez como consola.

- En el PC se puede jugar a juegos antiguos sin restricción por culpa del Hardware.

2.3.2.- Videoconsola: comúnmente se conocen a las videoconsolas como aquel dispositivo que permite jugar a videojuegos a través de un disco o cartucho y que pueden o no ser portátiles. Están ligadas a una marca concreta como Sony, Microsoft o Nintendo y los juegos a los que se puede jugar son más limitados, puesto que algunas esta únicamente centradas en no dejar aquellos juegos que han desarrollado para otras videoconsolas.

Las videoconsolas más generalizadas son las siguientes:

PlayStation 5: propiedad de Sony, con un gran impacto en el mercado de las consolas, es la líder histórica en España, su último lanzamiento, la PS5 cerró el año 2021 con más de 363.000 consolas vendidas (cuenta con unos números bastante más bajos que su predecesora PS4 puesto que sus ventas se han visto afectadas por la crisis de los microprocesadores). Cuenta con títulos propios que no se pueden jugar en otras consolas.

Su precio de venta ronda los 500€.

El juego que más importancia y competiciones tiene en esta consola es el FIFA.

Nintendo Switch: Propiedad de Nintendo y la única consola portátil de esta categoría, con la capacidad de conectarse a una televisión para convertirla en una consola de sobremesa, se ha convertido en la líder de ventas en el año 2021 en España, fomentado su compra por la pandemia, este dispositivo ha alcanzado la cifra de 2,7 millones de unidades vendidas desde su lanzamiento en 2019. Cuenta con algunos de los títulos más clásicos de Nintendo como Mario Kart, Super Smash Bros, The Legend Of Zelda, Pokémon... estos pertenecen exclusivamente a Nintendo y es en la única plataforma que se pueden jugar.

Su precio de venta ronda los 300€.

El juego que más importancia y competiciones tiene en esta consola es el Super Smash Bros.

XBOX Series X: Propiedad de Microsoft, competidora histórica en España de PlayStation, cerró el año 2021 con poco más de 100.000 unidades vendidas de su nueva consola la XBOX Series X (al igual que la PS5 sus ventas se vieron afectadas por la crisis de los microprocesadores).

Cuenta con títulos únicos para XBOX como Halo o Sea of Thieves.

Su precio de venta ronda los 500€

El juego que más importancia y competiciones tiene en esta consola es el Halo en el XBOX fan fest.

2.3.3.- Móvil y tablets: gracias al desarrollo del smartphone y las tablets durante los últimos años, estos se han convertido en un nuevo dispositivo para la práctica de los eSports, muy generalizados, sobre todo en los jugadores de más de 45 años, donde se encuentra que son el dispositivo elegido para esta práctica.

2.3.4.- La nube: cabe destacar la importancia de la nube de cara a los próximos años. Cada vez más, las empresas de videojuegos están comenzando a dejar de lado el Hardware y centrándose más en el desarrollo de este concepto.

La nube permitiría a los jugadores conectarse desde cualquier lugar del mundo sin necesidad de una consola, simplemente con una Tablet o una pantalla con conexión a internet, de esta manera y pagando una suscripción mensual, el usuario tiene acceso al catálogo de videojuegos sin la necesidad de tener una consola física, únicamente con un mando.

Esto ha generado que empresas que no son fabricantes de consolas puedan entrar en este mercado y aunque no esté completamente desarrollado, las previsiones futuras del “Cloud Gaming” son muy grandes.

De esta manera, se está creando una nueva forma de poder practicar eSports que nunca antes se había visto.

Algunas de las empresas que están desarrollando su propia experiencia en la nube son:

Amazon: ha creado Amazon Luna, suscripción mensual personalizable para cambiar la experiencia de jugabilidad dependiendo que enfoque se le dé al contenido (juegos solo para niños pequeños, solo para adultos, pagar solo por categorías).

Google: Ha creado Stadia, suscripción mensual.

Ubisoft: Ha creado Scalar, suscripción mensual.

Nvidia: se ha unido con Steam y han creado NVIDIA GeForce NOW, suscripción mensual.

Microsoft: Está desarrollando XBOX Cloud Gaming.

Sony: Está desarrollando PS Now.

2.3.5.- Menciones a antiguas consolas:

Como es lógico, las consolas actuales son las que dominan el mercado y la jugabilidad, pero cabe hacer una mención especial a aquellas consolas que fueron predecesoras de estas y que ayudaron a la generalización y desarrollo de los eSports:

- **PlayStation 2:** creada y producida por Sony, se lanzó en el año 2000 y se ha convertido hasta el momento en la consola más vendida en toda la historia de los videojuegos con 155 millones de ventas mundiales, un número que todavía no ha sido superado desde aquel momento, habiéndose cancelado su producción de manera definitiva en el 2013.
- **Nintendo DS:** una de las más icónicas consolas portátiles diseñadas y producidas por Nintendo introdujo la pantalla táctil en el mundo de las consolas en el 2004 cuando comenzó a comercializarse, estando cerca de superar los números de la PlayStation 2, con 154 millones de unidades vendidas entre todas sus diferentes versiones. Su producción se discontinuó en el 2020.
- **GameBoy y GameBoy Color:** nacida a manos de Nintendo en 1989, fue la primera consola portátil conocida, cuenta con un total de 119 millones de ventas a lo largo de su historia y hasta la fecha, es la consola con un mayor tiempo de comercialización, ya que estuvo durante 24 años en el mercado.
- **Nintendo Wii:** desarrollada y producida por Nintendo en 2006, es la consola de sobremesa más vendida de la propia marca, esta consola estaba más centrada en una jugabilidad en familia y cuenta con juegos como el Wii Sports el cual es el cuarto juego más vendido en toda la historia de los videojuegos.

Todas estas consolas mencionadas previamente supusieron una gran ayuda para el desarrollo de la industria y la generalización del consumo de videojuegos.

2.4.- Los eSports más influyentes

Es complicado hablar de todos los eSports que se practican ya que cada día este número aumenta con nuevos lanzamientos, por ello, hay que mencionar aquellos que son más influyentes y que tienen mayor impacto monetario. Entre todos los que existen destacaremos League Of Legends, Fortnite, FIFA y Clash Royale, orientándolos en diferentes dispositivos en los que se puede jugar.

2.4.1.- League of Legends: eSport multijugador desarrollado en 2009 por Riot Games que enfrenta a dos equipos en un duelo 5 contra 5 en el cual hay que asediar y destruir la base enemiga. La duración promedio de una partida esta entre 25-35 minutos y es un videojuego exclusivo para su jugabilidad en ordenador, no pudiendo practicarse en otras plataformas.

Este Videojuego es el eSport más jugado en la actualidad en el mundo entero, está dentro de la categoría “Free to Play (videojuegos de descarga gratuita)” y aun así es uno de los videojuegos que más dinero recauda anualmente gracias a las micro transacciones para la compra de diferentes aspectos para los personajes.

Cuenta con diferentes ligas internacionales entre las que cabe destacar LEC (Liga Europea), LCS (Liga Norteamericana), LMS (Hong/Kong, Taiwán y Macao) o las ligas nacionales como LPL (Liga china) o LCK (Liga Coreana). A mayores se realizan eventos que enfrentan a los mejores de dichas ligas en competiciones como el mundial de League Of Legends con premios de hasta 1 millón de euros para el equipo ganador.

Los eventos realizados han llegado a tener un enorme impacto llegando a llenar estadios como el Allianz arena en Alemania o incluso han llegado a tener más espectadores que las finales de algunas de las competiciones deportivas más grandes.

2.4.2.- Fortnite: Videojuego desarrollado por Epic Games en 2017 con diferentes modalidades de juego y uno de los padres del concepto de juego “Battle Royale” que ha tenido un gran impacto en la escena de los eSports en los últimos años. Esta modalidad consiste en una combinación de juegos de supervivencia y la jugabilidad de ser el último

jugador en pie. De esta manera, el Fortnite enfrenta a 100 jugadores entre ellos para ver quien se corona con la victoria, pudiendo ganar solo uno. A esta modalidad se le añadió la capacidad de jugar en equipos de hasta cuatro personas.

Este juego es multiplataforma, dando la posibilidad de poder practicar tanto en una consola como en un ordenador, previamente también podía ser practicado en móviles tanto Apple como Android, pero tras ciertas discrepancias con Apple el juego fue eliminado tanto para los móviles como para los ordenadores de la marca.

Este videojuego, al igual que el League Of Legends se adquiere de manera gratuita y sus mayores ingresos provienen de las micro transacciones por la compra de aspectos.

Cabe destacar que Fortnite ha realizado numerosas colaboraciones con Marvel y Disney para promocionar sus películas o con personas como el reconocido DJ a nivel mundial "Marshmello".

El Fortnite a diferencia del League Of Legends, no cuenta con ligas internacionales, sino que cuenta con una clasificación interna dentro del juego, aun así, se han conseguido realizar grandes torneos, el más grande y con más impacto se realizó en 2019 donde el ganador, de únicamente 16 años se embolsó 3 millones de dólares.

2.4.3.- FIFA: una de las series de videojuegos más antiguas de la historia, desarrollado en 1993 por EA Sports este videojuego es el simulador de fútbol más vendido de la historia de los eSports que cada año pone a la venta una edición nueva y actualizada, suponiendo esto que, desde su lanzamiento en 1994, todos los años ha salido a la venta por lo menos una edición de este juego.

Este juego a diferencia de los anteriores no es gratuito, cuesta alrededor de 59,99€ y es multiplataforma, significando esto que es jugable en la mayoría de los dispositivos que sean capaz de soportar el requerimiento técnico, su práctica puede realizarse tanto en ordenador, consola y móvil.

Aun no siendo un juego "Free To Play" (gratuito) sus mayores ingresos no provienen de la venta del propio juego sino, como los anteriores mencionados, la mayor parte de estos provienen de las micro transacciones gracias a la modalidad "FIFA Ultimate Team", donde se adquieren sobres de cromos virtuales con jugadores que puedes utilizar para crear tu propio equipo.

Esta modalidad de juego y el dinero ingresado por estos sobres han sido fuertemente criticados en Europa por su estrecha relación a ludopatía, esto ha hecho que muchos países se estén considerando prohibir esta modalidad por el riesgo que supone.

La modalidad de juego puede ser, tanto con equipos predeterminados (Real Madrid, FC Barcelona, PSG...) enfrentando a dos o más jugadores que controlan a los futbolistas como utilizando la modalidad previamente hablada, por la cual cada jugador con los futbolistas que tengan genera su propio equipo.

Aunque su jugabilidad sea en diferentes dispositivos, para los grandes torneos solo se permiten la PS4/5 y la XBOX.

2.4.4.- Clash Royale: videojuego de estrategia en línea que generalmente enfrenta a dos jugadores y es exclusivo para dispositivos móviles, fue desarrollado en 2016 por la compañía Supercell y está basado en el juego "Clash of Clans" entra dentro de la categoría que se denomina como "Freemium" (ya que su descarga y jugabilidad es gratuita pero para obtener mejores cartas y más facilidad para avanzar y escalar en el ranking de jugadores, se puede pagar y agilizar este paso) esto hace que las micro transacciones sean la mayor fuente de ingresos para Clash Royale.

En el ámbito español, el Clash Royale ha tenido mucha importancia, creando torneos RTVE y el youtuber TheGreff, consiguiendo el mayor número de espectadores en un torneo de este eSport en la plataforma Twitch.

2.4.5.- Counter Strike Global Offensive: comúnmente conocido como CS:GO o simplemente Counter Strike, es un shooter (videojuego de disparos) en el cual se enfrentan dos equipos, siendo uno el de los terroristas y el otro la brigada antiterrorista, el objetivo de la partida es eliminar la equipo enemigo, pero se puede ganar también si alguno de sus equipos logra el objetivo, en el caso de los terroristas, plantar la bomba y aguantar hasta que detone y en caso del equipo antiterrorista, desmantelar la bomba si ha sido armada. Los equipos están formados por 5 jugadores cada uno y es un juego de pago para ordenador.

Este juego tiene un precio de 12,5 euros y cabe destacar que cuenta con una modalidad para conseguir diferentes aspectos para las armas que se pueden utilizar similar a los sobres del FIFA, en cambio aquí entra un concepto en el que se puede apostar y ha sido también foco de muchas críticas.

El torneo más importante sería el ESL ONE de CS: GO

2.4.6.- **Menciones especiales:** es importante destacar y mencionar otros de los juegos y plataformas que han ayudado a la creación y desarrollo de la industria de los eSports, por ello hay que hablar de:

Candy Crush Saga: juego de puzles individual en línea con más de 270 millones de jugadores mundialmente, desarrollado por King en 2012 y propiedad de Facebook, disponible para jugar en dispositivos móviles y ordenador, ha llegado a ingresar en total más de 2 mil millones de dólares desde su creación y lanzamiento gracias a las micro transacciones.

Dota I y II: Muy similar al League Of Legends, tanto en jugabilidad como objetivo, lanzado en 2003 y 2013 por Valve Corporation, ayudó mucho al desarrollo de los torneos que evolucionaron en las grandes competiciones que se conocen actualmente, en su momento se convirtió en el videojuego más jugado y que más ingresos obtenía, actualmente no tiene tanto impacto como tenía previamente.

Clash Of Clans: el predecesor del Clash Royale, desarrollado por Supercell para Android y IOS, es un juego de móvil de estrategia que consiste en la creación y desarrollo de una aldea y sus enfrentamientos online. Gracias a este juego tan popular en su momento se desarrolló el Clash Royale, en el cual se utilizan los personajes de este juego.

Among us: juego desarrollado en 2018, alcanzó su máximo auge durante el confinamiento debido a la pandemia, con más de 264 millones de descargas mundiales ya que permitía jugar con hasta 9 amigos más, tuvo una enorme popularidad en las plataformas de Streaming y ayudó mucho a la normalización de los videojuegos.

Twitch TV: propiedad de Amazon, consiste en una plataforma de Streaming en directo centrada principalmente en videojuegos, el crecimiento de esta plataforma debido a la pandemia ayudo mucho a una gran cantidad de creadores de contenido y la generalización de los eSports, desmitificación de estos y a la normalización de su práctica.

2.5.- Controversia ligada a los eSports

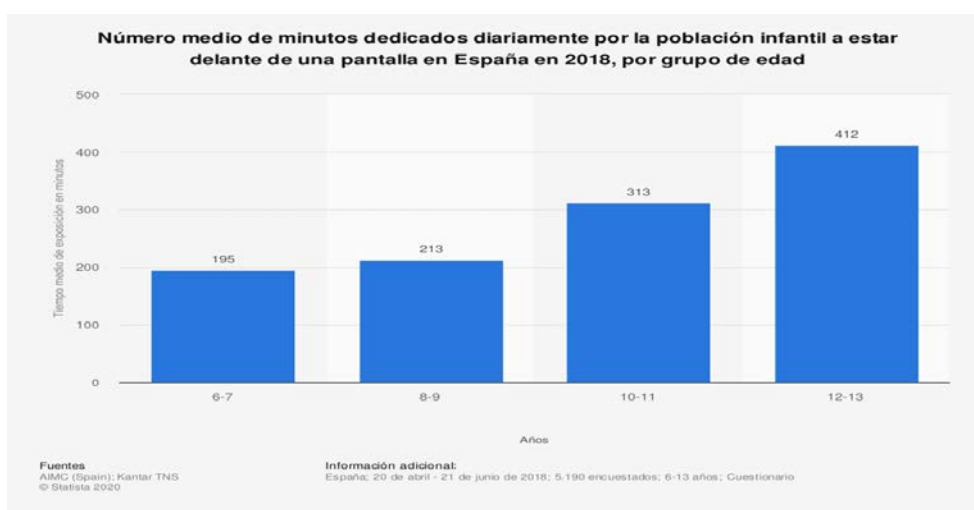
Es innegable el gran crecimiento y evolución que ha experimentado la industria de los videojuegos en los últimos años. Ha ayudado a generar empleo y aporta una gran inyección de dinero en las economías, del que se hablará con detalle en un apartado posterior. Pero este crecimiento ha tenido un doble filo, por el cual se han generado una gran cantidad de prejuicios respecto a los eSports, los cuales han desarrollado multitud de debates al respecto con los diferentes puntos de vista.

Estos prejuicios son:

2.5.1.- Generan adicción: cuando se habla de una adicción, normalmente se relaciona con el abuso de sustancias nocivas y adictivas para el cuerpo (tabaco, alcohol, marihuana...) sin embargo también existe la posibilidad de desarrollar una adicción comportamental (la realización de una actividad concreta con un contexto predeterminado).

Para comenzar, sí, la adicción a los videojuegos es algo existente y es comportamental, por lo que significa que la calidad de vida y la propia autonomía del individuo se ve mermado por la generación de una necesidad por dedicar una elevada cantidad del tiempo diario en jugar a videojuegos.

Figura 2: Número medio de minutos dedicados diariamente a por la población infantil delante de una pantalla, por edad en 2018



Fuente: (Orús, Statista, 2020)

De media los niños de entre 6 a 13 años pasan unos 239 minutos al día delante de una pantalla, es decir unas 4 horas aproximadas, siendo los de entre 12 y 13 años los que más tiempo pasan al día delante de una pantalla casi siete horas diarias.

Esta adicción ha sido reconocida como un trastorno psicológico por la OMS.

Pero... ¿Qué genera estas adicciones?, principalmente son los propios eSports los que influyen esta conducta, ya sea con una manera automática y rápida de iniciar otra partida o incluso con los juegos de azar que se encuentran dentro del propio juego (anteriormente mencionado respecto al FIFA con la modalidad "Ultimate Team" y que forman parte de otros eSports como Clash Royale con los sobres de cartas o League Of Legends con los aspectos aleatorios.)

Estas conductas son previsibles ya que se generan unos síntomas, tales como:

- Pensamientos recurrentes sobre el juego.
- Falta de comunicación.
- Jugar a diario e impaciencia y nerviosismo por jugar.
- Falta de atención de las relaciones interpersonales fuera del juego, pudiendo llegar a una falta de cuidado personal.

¿Cómo se causan estas adicciones?

Al considerarse un trastorno psicológico, esta adicción no solo se puede reducir a una única causa sino a un conjunto de ellas que combinándose generan este problema, aun así, existen algunas predeterminadas que conocerlas puede servir en avance para evitar alimentar el proceso adictivo, por lo tanto, habría que fijarse en:

- Evitar hábitos de vida que tengan una falta de estímulos o sean solitarios.
- En el caso de niños y adolescentes, es importante conocer que las malas relaciones tanto en casa como en el colegio/instituto sirven para facilitar la generación de estas conductas gracias a la dispersión del mundo real.
- Un círculo de amistades únicamente centrado en los videojuegos.
- Por último, pero no menos importante, como en la mayoría de las adicciones entra el componente genético sobre las dinámicas adictivas.

¿Cómo solucionar/tratar esta adicción?

La mejor manera y más recomendada sería la ayuda profesional, con terapia, es de fundamental importancia de refuerzo para la mejora de autoestima y confianza, lo cual derive en una mejora tanto del estilo como de la calidad de vida del paciente.

2.5.2.- **Generan sobrepeso:** durante muchos años y siendo objetivo de grandes críticas, se ha ligado el sobrepeso a los videojuegos, creándose así un prejuicio el cual no está estrechamente relacionado pero que puede existir una relación entre ambos conceptos.

Por lo tanto, hay que comenzar respondiendo a la pregunta ¿jugar a videojuegos genera sobrepeso? Teniendo una respuesta simple, no.

Si bien es cierto que la práctica de eSports no genera sobrepeso, es un factor que puede derivar en ello, ligado estrechamente al anterior punto, una adicción a los eSports podría desencadenar en una vida sedentaria, llegando al punto de descuidarse uno mismo, dejando de lado una vida sana y equilibrada.

Según un estudio de la universidad de Würzburg en Alemania, no se pudo establecer entre más de 38.000 participantes que hubiese una relación estrecha entre la práctica de eSports y el sobrepeso estimando que únicamente alrededor de un 1% del sobrepeso de un individuo podría estar ligado al tiempo dedicado a la práctica de eSports en adultos, aun así, si se constató que aquellas personas, en la transición de adolescente a adulto o de niño a adolescente, que tuvieran sobrepeso anterior, eran más propensas a crear una mayor afición sobre los videojuegos, generando esto unos comportamientos y estilo de vida de carácter más sedentario. (E.P.Madrid, 2019)

Como punto final de este problema, cabe destacar que no todos los videojuegos tienen un carácter sedentario, la famosa consola Wii requería de movimiento para su jugabilidad o incluso el desarrollo del Pokémon GO impulsó a gente que tenía una vida sedentaria a salir a la calle y cambiar su estilo de vida por uno más saludable para poder así jugar.

Por lo tanto, podemos relacionar este concepto con el anterior, ya que evitar una adicción a los videojuegos facilita la evasión de una vida sedentaria.

2.5.3.- **Generan violencia:** uno de los prejuicios más grandes relacionados con los eSports es que crean conductas violentas tanto en los adolescentes como en los niños, ayudado por la mejora de los gráficos y la realidad de la jugabilidad, sin embargo, lejos de la realidad, es algo que una gran cantidad de estudios al respecto han negado que sea cierto.

Si bien es verdad que hay juegos con un carácter altamente violento tales como las sagas de “Call Of Duty” (juego absolutamente bélico) o “Grand Theft Auto” (donde el protagonista principal es un criminal) estos no tienen una relación con las conductas violentas que desarrollan los individuos.

Este prejuicio se extendió con la gran popularidad de esta clase de videojuegos y la agitación de los individuos cuando están jugando (y pierden), esto causaba grandes preocupaciones sobre si había una relación directa entre ambos campos.

Gracias a los estudios realizados al respecto y las opiniones de grandes figuras en el campo de la psicología como por ejemplo Christopher Ferguson a lo largo de los años, y aun habiendo pensamientos contrarios a ello, hoy en día se puede desmentir que la práctica de estos eSports está ligada a unas conductas violentas. Cabe destacar que en muchas ocasiones estos juegos no están destinados al público que lo consume, puesto que en muchos núcleos familiares no se sigue la recomendación de edad para estos videojuegos.

Los estudios se centraron principalmente en adolescentes, niñez e infantes, donde se demostró que, aunque algunos de los individuos escogiesen armas falsas para jugar (después de haber jugado con dichas armas en los videojuegos) su comportamiento no era para nada violento.

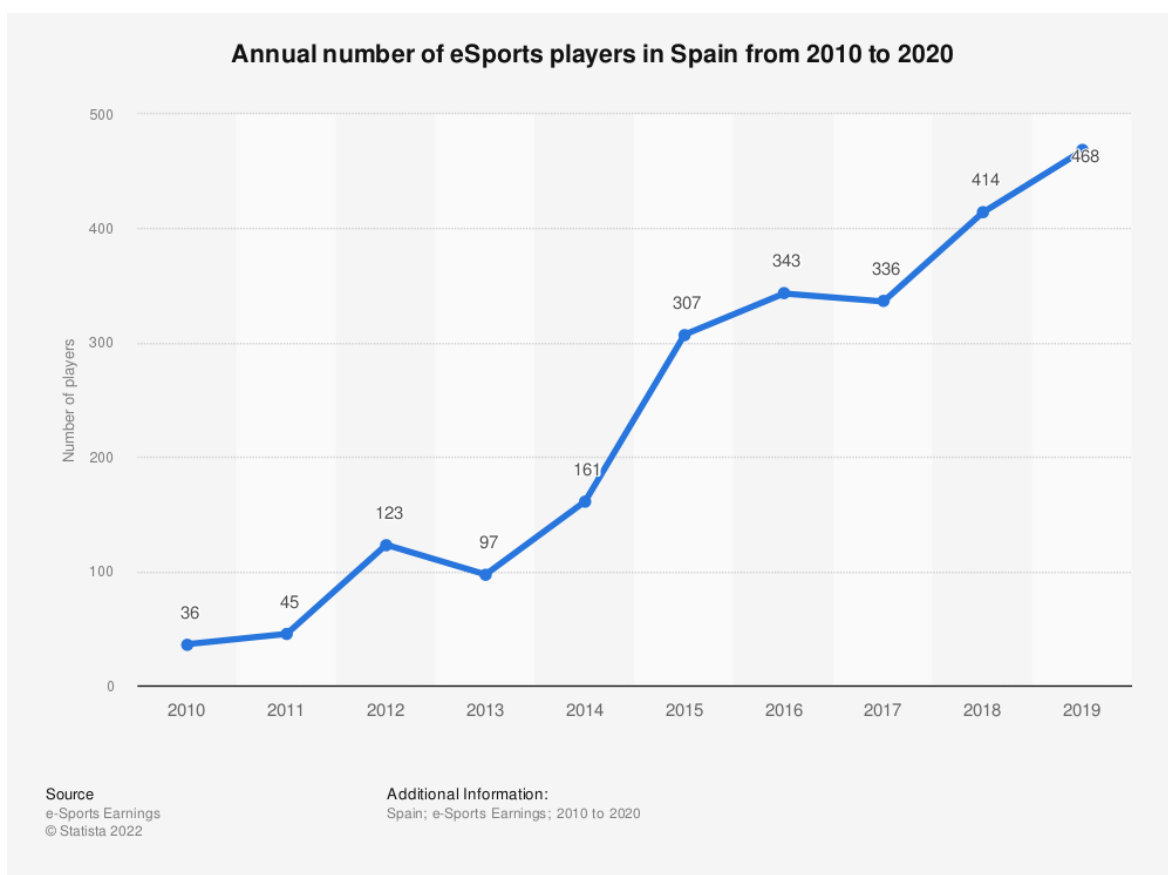
Otro estudio desarrollado en Alemania realizó test psicológicos a tres grupos distintos que jugaron de manera diaria por tres meses a diferentes juegos tanto violentos como no y se estableció que no hubo un cambio de conducta entre los individuos testados.

Lo que gran cantidad de científicos relaciona más con las conductas agresivas es tanto el descuido de la salud mental como el fácil acceso a las armas (sobre todo en Estados Unidos).

3. Los eSports en la actualidad

El crecimiento de los eSport es indudable, pero a mayores, este aumento tanto de competiciones como competidores contiene un importante impacto en el desarrollo de la economía, diariamente nuevas empresas entran como patrocinadores e incluso como equipos para diferentes competiciones, ya que la tendencia creciente de este fenómeno es una gran oportunidad de la cual cada vez más corporaciones desean aprovechar.

Figura 3: Número de jugadores de eSports en España desde 2010 a 2020



Fuente: (Statista, 2022)

Como podemos observar, el número de profesionales de los eSports ha aumentado con consistencia desde el 2010, llegando en el 2020 a su punto más alto, pudiéndose ver en la Figura 3, que muestra el número de profesionales que se ganan la vida en España a través de la práctica de eSports. Partiendo de meramente 36 en 2010 para llegar a los 468 individuos.

3.1 Impacto socioeconómico de los eSports

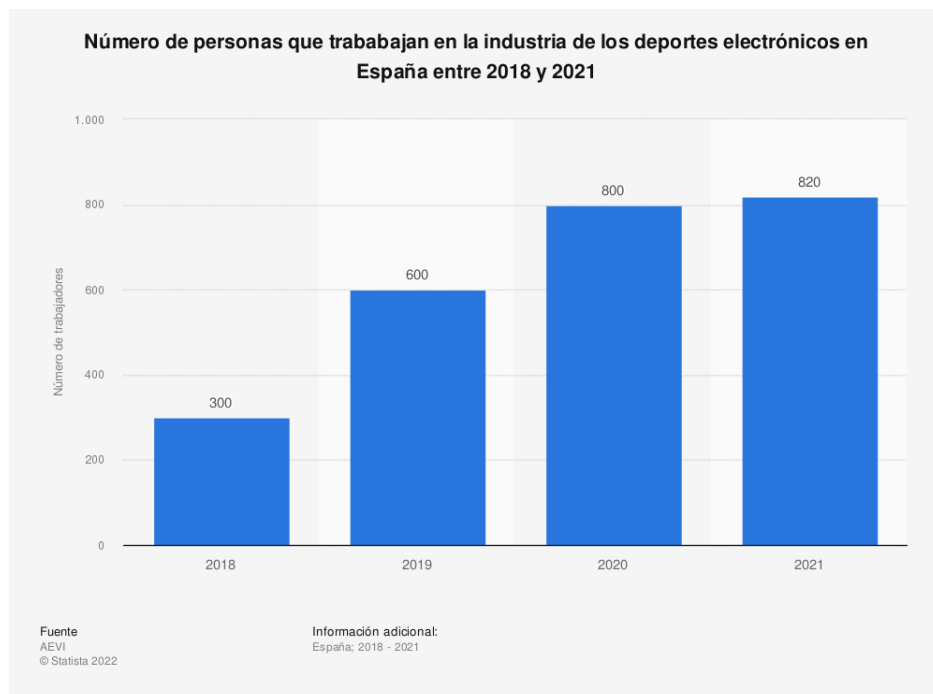
Por lo indicado previamente, el crecimiento y desarrollo de los eSports desde el comienzo de los 2000 ha sido de gran importancia, creando un nuevo mercado de cara al desarrollo tanto social como económico de la población. Esto se debe a los siguientes factores:

Los eSports generan nuevos puestos de trabajo: un importante factor de este desarrollo, aunque algunos de estos puestos existían antiguamente, se han adaptado a los eSports, convirtiéndose en nuevos oficios mucho más orientados a los videojuegos, entre ellos cabe destacar (elplural.com, 2020):

- **Jugador profesional:** equivalente a un jugador de fútbol, baloncesto, tenis... este puesto se ha desarrollado de la misma manera, pudiendo competir tanto de manera individual (tenis, ping pong, golf...) como en equipo (fútbol, baloncesto...) cuentan con rutinas, entrenamientos, preparadores...
- **Entrenador:** con las mismas similitudes que el anterior, sin embargo, si existen cursos para aprender a ser entrenador, en el caso de los entrenadores de eSports es importante tener una gran capacidad de análisis de datos ya que los números son un punto clave en estas competiciones.
- **Diseñadores y desarrolladores:** una de las profesiones más importantes ya que va enfocada al nacimiento de nuevos eSports y actualización de versiones. Los estudios más destacados para este oficio, son tanto informática como diseño 3D y gráfico.
- **Especialista en marketing de eSports:** el equivalente del especialista en marketing deportivo, debe enfrentarse al reto de conseguir crear una nueva y buena imagen para los equipos de este incipiente mercado a través del merchandaising, contenido y publicación de este.
- **Organizador de eventos:** muchos de los éxitos de esta industria vienen dado gracias al increíble esfuerzo y organización de los eventos relacionados con los eSports como Gamergy (Madrid), Gamepolis (Sevilla), Barcelona GameWorld (Barcelona) o UltraLan (Valladolid). Los organizadores de eventos han tenido que adaptarse rápidamente a esta tendencia y han creado grandes eventos que han facilitado el crecimiento de los eSports.

- **Creador de contenido:** el boom de la era digital dio lugar al nacimiento de este nuevo oficio, un creador de contenido es aquel (que sin una necesidad absoluta de estar ligado a los eSport) que prueba, comparte y desarrolla contenido en internet, con una gran influencia en su audiencia y capaz de crear tendencias. En España los creadores de contenido más conocidos son Ibai, El Rubius y Auronplay.
- Otros puestos: el número de oficios creados es grande, por ello cabe mencionar otros como: comentarista, community manager, y desarrolladores tanto para páginas web como móvil. (universia.net, 2021)

Figura 4: Número de personas que trabajan en la industria de los deportes electrónicos en España entre 2018 y 2021.



Fuente: (Orús, Statista.com, 2022)

Con la Figura 4, podemos ver el incremento en los últimos años de personas que trabajan en torno a la industria de los eSports, creciendo a casi tres veces su número en tres años. Si bien es cierto que parece poco 820 trabajadores, hay que tener en cuenta que aquí se refiere a aquellos que están exclusivamente centrados en el desarrollo de los eSports, quitando de entre ellos, aquellos creadores de contenido, community managers, desarrolladores y puestos mencionados con anterioridad que no estén dirigidos al ámbito competitivo de esta industria.

Otro factor clave de los eSports sería la capacidad de no solo crear un gran negocio sino el desarrollo de la economía generando un crecimiento gracias a los puestos de trabajo mencionados y al gran ingreso que suponen las competiciones. Entre estas cabría destacar las siguientes:

- **Mundiales de League Of Legends 2020/2021:** considerándolo como una mención especial ya que por motivos de la pandemia del Covid19 no se pudieron realizar eventos presenciales para esta competición durante dos años consecutivos, aun así, los récords de audiencia fueron rotos en el 2021 convirtiéndose esta edición en la más vista de la historia, con una media de 1.298.219 espectadores y un pico de audiencia de más de 4 millones de espectadores únicos (término utilizado para referirse a los espectadores en transmisiones online, de esta manera, aunque una persona vea más de una de las retransmisiones se contará como un único individuo, creando así una mayor acercamiento con respecto al número real de espectadores) durante la final.
- **Mundial 2018 League Of Legends:** esta edición se realizó en Corea del Sur, con una asistencia de 55.000 espectadores físicos, como comparación, la final de la Champions League (evento de fútbol más importante de Europa) ha contado con casi 48.000 espectadores presenciales este 2022, en este 2018, se batió el récord de asistencia a una final de eSports. (Mundial League Of Legends 2018, 2018)
- **PGL Major Estocolmo 2021:** esta competición del Counter Strike batió los récords de audiencia de su propia categoría con un total de 2.748.850 espectadores únicos durante la retransmisión de las finales, asimismo consiguió llenar el Ericsson Globe Arena de Estocolmo con más de 10.000 espectadores presenciales.
- **Fortnite World Cup 2019:** este evento consiguió que 2.334.826 millones de espectadores únicos vieran online la sexta partida de este campeonato y consiguió mantener una media de más de un millón de espectadores por partida a lo largo del torneo.

Aunque estas cifras todavía tienen cierta distancia respecto a las cifras que conllevan los deportes tradicionales (Baloncesto, Fútbol, Beisbol, Fútbol Americano...) es innegable el crecimiento que están experimentando, y el acercamiento notable a los deportes que reinan tanto en espectadores como asistencia. Con un mercado creciente, que desarrolla anualmente tanto nuevos eSports como nuevas competiciones, es complicado mirar a otro lado en lo que al crecimiento de esta industria supone, tanto como mercado económico como influencia en la economía del país.

Por otro lado, también es importante destacar que, para poder ver estas competiciones, se necesita una conexión a internet, ya que (aunque ver las retransmisiones sea gratuito) apenas existen canales que estén centrados en los eSports, al contrario que ocurre con los deportes tradicionales que diariamente son comentados en las noticias. Asimismo no existe (al menos en España) ningún canal de televisión donde se pueda ver estos eventos en directo, mientras que otros como el Fútbol, Baloncesto o Tenis cuentan con una gran cantidad de cadenas tanto gratuitas como de pago que lo retransmiten, impulsado también por la hostelería, la cual cuenta con estas retransmisiones como un plus a su oficio para atraer clientela, mientras que para lo eSports normalmente se debe encontrar un bar especializado que esté dispuesto a compartir estos eventos.

Centrándonos en un aspecto más social que económico, cabe incidir en que el desarrollo de los eSports ha facilitado la entrada de la mujer en este campo, llegando en 2019 a cifras que representan que un 48% de los jugadores son mujeres y un 52% son hombres. Aunque a día de hoy no sea algo que se pueda apreciar de manera competitiva mundial, sí puede apreciarse en competiciones amateur.

Las mujeres se están haciendo un hueco en el mundo de los eSports, tanto como creadoras de contenido como jugadoras, esto también es debido a que, en otros deportes tradicionales como fútbol, baloncesto o tenis entran en juego aspectos físicos que derivan en la creación de ligas separadas que dividen los diferentes géneros, esto en los eSports es algo que no se ve, ya que no existe una condición física que pueda suponer una ventaja respecto a los oponentes, por lo que una mujer y un hombre, dentro de un eSport son absolutamente similares ya que se valora mucho la capacidad de concentración, estrategia, liderazgo, coordinación y se deja absolutamente de lado otros factores que por estadística pueden favorecer al hombre, tales como estatura, fuerza, resistencia o velocidad.

Pero entonces, si la mayoría de las competiciones y ligas son mixtas ¿por qué apenas se ven mujeres en el ámbito competitivo?

Gracias a un estudio realizado por la ESPN, se ha podido dar con el problema a esta situación, esta encuesta, realizada a jugadores profesionales de entre 18-25 años, nos presenta que, estos profesionales no se encuentran cómodos compitiendo al lado de una mujer, incurriendo en ello una connotación de carácter sexual, que lejos de ser un problema ligado a la industria, es algo relacionado con la sociedad (Martin, 2017).

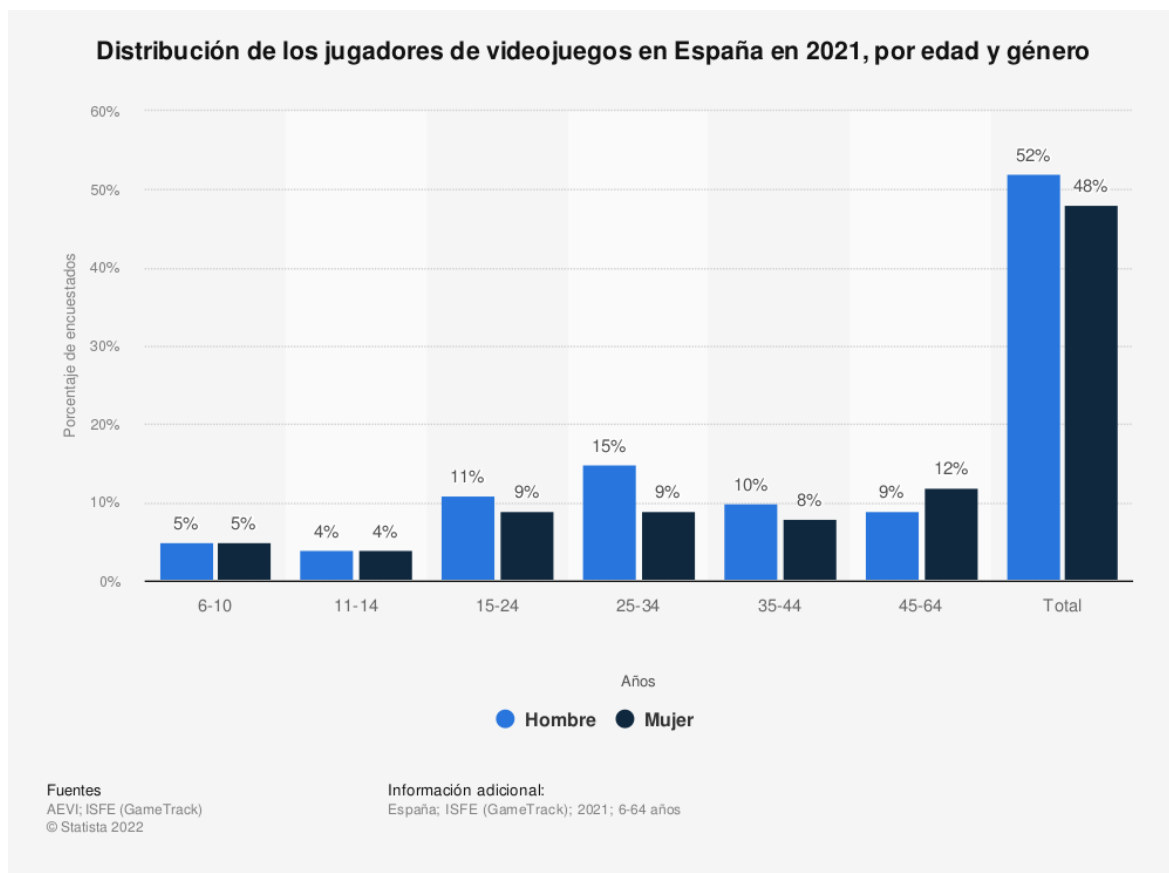
Añadiendo sobre este aspecto, se encuentra la situación se la hipersexualización de los personajes femeninos dentro de los videojuegos, donde se puede observar con claridad la diferencia de diseño entre hombres y mujeres en ello, la mujer se ve mucho más sexualizada y esto genera en ocasiones incomodidad al respecto.

Por otro lado, las mujeres también se encuentran reacias en ocasiones a participar, al considerar que su presencia sirve únicamente como publicidad para el club/organismo en el que participen para simplemente mostrar que una mujer también puede competir o en ocasiones simplemente por demostrar que tienen en cuenta a la mujer, a modo de campaña pro igualdad.

Por último, el otro fallo que encontramos en esta paridad, sería culpa de los medios de comunicación, aquí encontramos similitudes con el deporte tradicional, donde rara vez se menciona a las mujeres tomando importancia en los deportes, lo mismo ocurre en los eSports, donde apenas se menciona a aquellas mujeres que compiten o son capaces de ello, si no nos encontramos en una situación que sea de carácter especial (polémicas, ganadores de torneos...).

Aun así, la inclusión de la mujer en el mundo de los eSports es algo que está ocurriendo y creciendo con el paso de los años, ganando cada vez más importancia y teniendo un papel más grande en esta industria.

Figura 5: Distribución de los jugadores de videojuegos en España en 2021, por edad y género.



Fuente: (Statista, 2022)

Como podemos apreciar en la Figura 5, la brecha que podría encontrarse dentro de los jugadores de videojuegos se ha visto altamente reducida, quitando algunos rangos de edad donde predomina claramente el hombre como jugador respecto a la mujer, la equidad de jugadores es algo que cada vez se acerca más. Como comentado anteriormente, estos números se sitúan en un 52% de hombres y un 48% de mujeres jugadoras a datos de final de 2021

3.2 Los torneos más importantes dentro de los eSports

Previamente se ha mencionado alguno de los eventos más importantes dentro de los diferentes eSports, este apartado tratará sobre los torneos que más importancia tienen, no únicamente de dicho evento en un año correspondiente.

Dividiendo esta categoría por los distintos eSports, empezamos por el **League Of Legends**:

- **Temporada regular de League of Legends:** este torneo se realiza por diferentes regiones del mundo, sus símiles con el deporte tradicional serían, Champions League (futbol), euro liga (baloncesto) o NBA (baloncesto), en estas competiciones se miden los mejores equipos de cada región por el trofeo en dos temporadas cada año, la de primavera y la de verano. Las principales regiones en las que se compite serían (GalleGutsito, 2021):
 - **LEC:** sus siglas significan League European Championship es la liga que se juega en Europa del Oeste (EUW) su formato se basa en dos partidos semanales por equipo y al final de la temporada una serie de playoffs donde se declara al ganador del torneo. Según el puesto en el que se finaliza a lo largo de las dos temporadas (invierno/verano) se deciden los 3 equipos que representaran al oeste de Europa en el Mundial que se juega a finales de año.
 - **LCS:** sus siglas significan League Championship Series, liga que se juega en Norte América (NA) y que posee el mismo formato que la LEC, temporada regular con playoffs y clasificando a 3 equipos, curiosamente, tanto la LEC como la LCS han llevado siempre una gran rivalidad entre ellas.
 - **LCK:** sus siglas significan League Championship Korea, esta liga es exclusiva de Corea del Sur, este país cuenta con un servidor y una liga exclusiva para ellos, ya que es un país donde los eSports tienen una gran importancia y generalización de su práctica. El país cuenta con más de 19 millones de cuentas en activo jugando, teniendo una población de 57 millones de habitantes. Convirtiéndolo en el país con más porcentaje de jugadores de League of Legends. Su formato es diferente a las anteriores, aun siendo una liga con playoffs, en esta ocasión se juega 5 días a la semana (respecto a los 2 que se juegan en las anteriores) y en vez de un partido al día se realizan series de 2 partidos. De esta liga se clasifican 4 equipos para el mundial.

- **LPL:** sus siglas significan League Pro League y es únicamente para el país de China, el gigante asiático cuenta al igual que Corea con su propio servidor y liga y ambos llevan un formato similar para su competición, clasificando también 4 equipos para el mundial
- **PCS:** sus siglas significan Pacific Championship Series y está orientada para los países asiáticos de Taiwán, Hong Kong y Macao, cuenta con un sistema similar a los dos primeros, pero su representación en el mundial se reduce únicamente a dos equipos.
- **Mundial de League Of Legends:** competición más importante dentro de este videojuego, cuenta (al menos la última edición, aunque va variando durante los años) con 22 equipos que representan las anteriores ligas mencionadas y a mayores otras que solo cuentan con un participante que son: **LJL** (liga japonesa), **TLC** (liga Turka), **EUNE** (Norte y Este de Europa), **CBLOL** (Brasil), **LLA** (Liga Latinoamericana) y **LCO** (Liga de Oceanía). De aquí salen los 22 participantes, de los cuales 10 (formados por los recién mencionados más el tercer puesto de LCS, los cuartos de LCK y LPL y los dos ganadores de PCS) jugaran un torneo previo por ganar las ultimas 4 plazas del torneo principal donde los 16 equipos se enfrentarán en 4 fases de grupos donde los 2 primeros de cada grupo pasaran a cuartos de final, a partir de este momento se enfrentarán en partidos de al mejor de 5 para llegar a la final y alzarse con la victoria. El premio para el equipo ganador es de 1 millón de dólares. Cuenta con una gran audiencia, como hemos visto previamente y con importantes patrocinadores como Acer, American Express, Louis Vuitton, Coca-Cola, MasterCard u Orange. (Wagih, 2021)
- **Mención especial:** dentro del entorno Español, cabe desatacar la Superliga, esta es básicamente la liga española de videojuegos, creada por la LVP (liga de videojuegos profesional) es la competición nacional más importante de España cuenta con 10 equipos, entre los que destacan tanto los patrocinadores como los dueños de estos equipos, entre los que aparece el FC Barcelona, Movistar, KOI(uno de los dueños es el jugador de futbol Piqué) o G2 y Mad Lions, filiales de dos de los mejores equipos de Europa y ambos de origen español, Fnatic, filial de un equipo francés, también hay que destacar Giants Gaming, uno de los equipos más veteranos en España, Team Heretics que es uno de los equipos españoles

con más seguimiento a nivel mundial y por último la entrada de un institución académica en esta liga tras la adquisición de un equipo, convierte a la universidad católica San Antonio de Murcia en la primera universidad en tener un puesto en esta competición (UCAM). (Sepúlveda, 2022)

El siguiente eSport con alguno de los torneos más importantes es el **Counter Strike**:

Este shooter del que previamente hemos hablado cuenta con uno de los torneos más importantes nivel mundial, el cual es:

- **ESL ONE COUNTER STRIKE GLOBAL-OFFENSIVE**: uno de los torneos estrella de este videojuego, realmente son dos torneos, que se celebran en marzo y en julio-agosto, en las ciudades de Katowice y Colonia respectivamente, pero al ser creadas por la misma entidad cuentan con el mismo nombre. Cuentan con un formato por el cual 24 equipos en 4 grupos diferentes compiten y más adelante se cruzan en diferentes rondas por ver quien se declara campeón del torneo. El ganador no solo opta por un premio de 175000 euros, sino que además se aseguraría una plaza para las finales del mundial de CS: GO.
- **Blast Premier Worlds Final**: el torneo más importante del CS: GO es el mundial, a diferencia del mundial de League Of Legends, en este torneo solo participan 8 equipos, los ganadores de las principales competiciones regionales y los ganadores del torneo mencionado previamente más el equipo líder en la clasificación mundial, compitiendo en una serie de playoffs por el primer puesto con un premio de 500 000 dólares, este año se realizará en diciembre en Abu Dabi con un total de un millón de dólares en premios. (Carrillo, 2021)

El siguiente videojuego con torneos importantes ya se ha mencionado previamente, y que ahora se tratará con más detalle por su gran crecimiento en tan poco tiempo, es el **Valorant**.

Este juego salió a la luz el 2 de junio de 2020, es un shooter, como el mencionado CS: GO, pero con algunos aspectos diferentes, como la posibilidad de utilizar diferentes habilidades según el personaje que se escoja. Es un juego gratuito desarrollado por Riot Games (misma empresa que el League of Legends) que está desarrollado para ordenador. Tuvo tanto éxito, que, en tan solo un año, ya se crearon competiciones y hasta un torneo mundial.

Por ello, destacamos las siguientes:

- **Valorant Master Series:** dos torneos jugados en Europa (Islandia y Berlín) si bien el premio es de una cantidad que no parece tan grande como los mencionados previamente (60 000 dólares para el equipo ganador), el verdadero motivador para ganar este torneo es la oportunidad de entrar en los mundiales de Valorant. De esta manera se eligen a los representantes europeos, mientras que el resto del mundo tiene sus competiciones con el mismo objetivo.
- **VCT:** sus siglas significan, Valorant Championship Tour y es la mayor competición hasta el momento de Valorant, su primera edición se realizó el pasado diciembre de 2021. En un principio iba a realizarse en Los Ángeles, pero su ubicación se cambió a Europa por motivos de la pandemia del Covid19. Participan un total de 16 equipos que luchan por levantar el trofeo y llevarse el premio de 350 000 dólares. El desarrollo del torneo es a través de 4 grupos en los que se enfrentan diferentes participantes por los dos primeros puestos para llegar a los cuartos, desde ahí los cruces y partidos decidirán el ganador de esta primera edición (Acend, equipo europeo fue quien finalmente levanto el trofeo). (González, 2021)

El siguiente entorno competitivo con gran importancia es el **Fortnite**, desde su lanzamiento en 2017 tuvo un gran crecimiento y ello le llevo a desarrollar torneos debido a su enorme popularidad. (TheFortniteTeam, 2019)

- **Mundial de Fortnite 2019:** el evento más grande que ha tenido hasta el momento Fortnite, repartió más de 100 millones de dólares entre sus participantes y los ganadores, pero este juego no es principalmente en equipo, sino que cuenta con diferentes modalidades (individual, por parejas, en cuartetos), de esta manera la selección de participantes se hacía gracias a la búsqueda de los mejores jugadores de los rankings mundiales y para algún otro modo como el creativo, a través de inscripciones y enviando videos propios, esta fue una forma original y nunca antes usada para participar en un torneo de este calibre. El ganador, Kyle Giersdorf de origen estadounidense se embolsó 3 millones de dólares por quedar primero en este torneo. Como dato curioso cabe añadir que en el quinto puesto y ganando 900 000 dólares se encontraba Thiago Lapp, con únicamente 13 años. (Guiñón, 2019) (Brugat, 2019)

Dentro de las menciones especiales, hablamos del juego **Dota II** y si bien este juego no es el más antiguo con competición sí que es uno con la base de jugadores más fiel, su número de jugadores no es tan variable, pero se mantiene como uno de los más jugados. Por ello, es importante destacar su torneo más importante, el cual entra en la lista de los más famosos del mundo.

- **The International:** el torneo más famoso de Dota II lleva celebrándose desde 2011 (hasta el 2013 se jugaba al Dota I, salió al mercado en 2013), con un total de 40 millones de dólares en premios para los participantes, se convirtió en el torneo que daba el mayor premio al equipo ganador, llevándose éste 18 208 300 dólares, la cifra más alta hasta la fecha por la victoria de un torneo en un eSport en la edición de 2021, el segundo y tercer puesto se llevaron 5 202 400 dólares y 3 601 600 respectivamente. Parte de este premio se forma gracias a un porcentaje de las compras dentro del juego van destinadas a agrandar este bote por el que se compite anualmente.

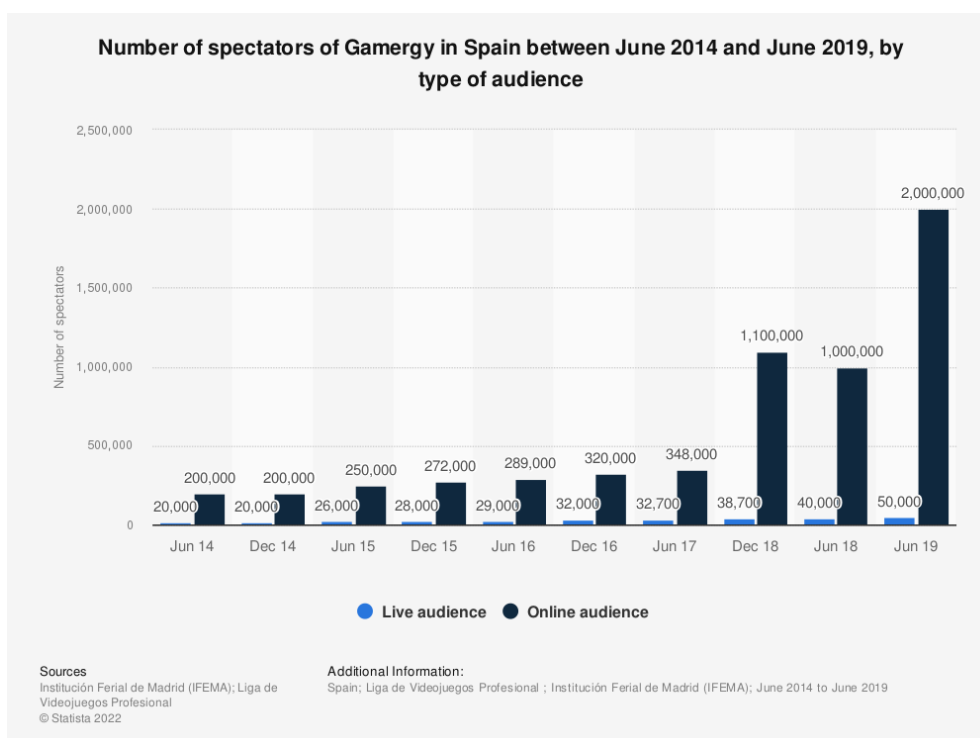
Existe otro shooter que lleva años en lo alto de las ventas para PlayStation, el **Call Of Duty** (abreviado como COD), este juego cuenta con un total de 34 títulos distintos, incluyendo las versiones y diferentes plataformas para las que está disponible (aunque su principal mercado sea el de PlayStation). Por ello, cabe mencionar el torneo más importante de este eSport:

- **Call of Duty World League (CWL):** el torneo en el cual se decide el mejor equipo de este eSport anualmente, 8 equipos compiten en los cruces al mejor de cinco con diferentes modalidades de juego. En total se reparten 2 500 000 dólares en premios, donde el equipo que se alce con la victoria se llevó en la última edición de 2021 un total de 1 200 000 dólares. Aunque este juego sea multiplataforma (pueda ser jugado en diferentes consolas), como la más generalizada y la que tiene contrato con la entidad organizadora. (cod-esports.fandom.com, 2021)

Con esto se puede observar que anualmente hay una enorme cantidad de torneos que suponen una gran cantidad de ingresos para la economía, contando con grandes patrocinadores, diferente empresas y equipos y por supuesto con los grandes eventos que se forman en torno a estos torneos.

Resaltar a la Liga de Videojuegos Profesional mencionada que mencioné con los torneos de League of Legends, ya que no cuenta únicamente con ese eSport, sino que entran en juego diferentes, tales como Valorant, Counter Strike, FIFA, Clash Royale, Free Fire, TeamFight Tactics y Fortnite. Siendo esta la principal entidad española formada en torno a los eSport y que apoya a los jugadores profesionales tanto en España como en Latinoamérica. (Garcia-Moreno, 2021)

Figura 6: Número de espectadores de Gamergy en entre 2014 y 2019



Fuente: (Orús, Statista.com, 2022)

Como piedra angular de los eventos/torneos de eSports en España hay que hablar de Gamergy, mencionado previamente, este evento que se realiza desde 2014, organizado por IFEMA Madrid, es el evento que más fanáticos de los eSports congrega a nivel nacional, como podemos observar en la figura anterior, los números de asistencia han crecido constantemente hasta llegar en 2019 a los 50 000 asistentes que han seguido el desarrollo de esta edición. Asimismo, es importante recalcar y observar el increíble crecimiento que ha experimentado a nivel de espectadores online, pasando de 200 000 a 2 millones en cuestión de años, si bien su asistencia física ha sido más que duplicada, su seguimiento por las diferentes plataformas de Streaming ha sido diez veces más grande que en su origen.

Gamergy es un evento nacional que cuenta con parte competitiva profesional, amateur y parte educativa, una experiencia que reúne a miles de fanáticos de los eSports y a profesionales y que en 2022 está orientada a lanzarse en diferentes países de América Latina como Argentina, Chile y México debido a su enorme fama y éxito en España.

3.3- Figuras y empresas importantes en el entorno

El siguiente punto del que es importante hablar la introducción de personajes famosos en el entorno de los eSports, siendo esta una industria en crecimiento, muchos famosos han visto la oportunidad para introducirse en este mundo, ya sea como parte de su negocio o incluso como publicidad, apoyando diferentes juegos y equipos gracias a ello, entre estas figuras y empresas cabe destacar dos apartados, el nacional y el internacional.

3.3.1 Nacional: dentro del ámbito de los eSports en España, todavía no se cuentan con numerosas figuras y empresas famosas que formen parte de este mundo, aunque dentro de los que hay, cabe destacar a los siguientes:

- **Gerard Piqué:** el futbolista español, central y capitán del FC Barcelona, se unió a Ibai Llanos (una de las figuras más importantes del entorno de los eSports en España) para crear entre los dos un equipo competitivo que formase parte de la Superliga, gracias a esta unión, en 2021 se fundó KOI, equipo que compite en diferentes juegos y categorías y que gracias a Piqué e Ibai gana una increíble popularidad en muy poco tiempo.
- **Ibai Llanos:** este vasco de tan solo 27 años, comenzó su carrera profesional como comentarista de League of Legends para la Superliga (en aquel momento solo conocida como LVP) y tras participar en algunos eventos y gracias a su popularidad en la red social Twitter, se ha convertido en uno de los creadores de contenido más importantes del país, su contenido va desde practicar algún eSports con amigos hasta haber realizado entrevistas con celebridades tanto nacionales como internacionales, entre las cuales se podrían destacar deportistas como Sergio Ramos, Pau Gasol o Iniesta (y por supuesto Piqué, donde surgió la amistad entre los dos) de carácter nacional, o el Kun Agüero y Dybala internacionales, también ha contado con músicos como Aitana, Bzrrap, Duki o incluso Ed Sheeran. También ha llegado a salir en televisión en el programa de Jordi Évole “Lo de Évole” (cuya retransmisión contó con más

de 2 500 000 personas, convirtiéndose en el segundo episodio más visto de este programa) e incluso participó en un cortometraje para Netflix.

La figura de Ibai probablemente se haya convertido en una de las más importantes gracias tanto a sus retransmisiones en directo como a su cercanía a sus fans y ha ayudado a reducir el estigma que se crea alrededor de los fanáticos de los videojuegos.

- **Fernando Alonso:** el famoso corredor de Fórmula 1 también ha visto una oportunidad de inversión en el mundo de los eSports, por ello, en 2017 entró en este ámbito, tras una serie de discrepancias, abandono esta idea para poder retomarla más adelante, más concretamente en 2019, donde se asoció e invirtió en los juegos de carreras virtuales con el equipo Veloce eSports.

Es importante recalcar que la figura de Fernando Alonso es de las primeras en España en entrar en el mundo de los eSports.

- **FC Barcelona:** el equipo catalán entro en el mundo de los eSports en el 2019, con la absorción de un equipo ya existente, consiguió la plaza en la Superliga en 2022 y se ha convertido en el primer gran equipo español en tener plaza en la Superliga.
- **Resto de equipos de primera división:** aunque no con la intensidad con la que entró el FC Barcelona en este mundo, el resto de equipos de La Liga Santander compiten entre ellos anualmente en la elija Santander, donde cada equipo escoge un representante y compiten al FIFA para ver quien se alza con el título, el Real Valladolid también cuenta con equipo, pero lo veremos más adelante.
- **Movistar:** la telefónica española por excelencia es uno de los grandes promotores de los eSports, si bien es verdad que tanto Vodafone como Orange han tenido su propia inclusión en estos (Vodafone tiene un equipo en la Superliga y Orange fue el principal patrocinador de esta) contamos a Movistar por su carácter nacional. Cuenta con cinco equipos en cuatro diferentes videojuegos, que serían League of Legends, Valorant, FIFA y Counter Strike. Fundado en enero de 2017, se ha convertido en uno de los equipos más emblemáticos en las diferentes competiciones en las que participa a nivel nacional.

3.3.2 **Internacionales:** en este siguiente apartado, podremos ver las grandes figuras y empresas que forman parte del mundo de los eSports en un nivel más internacional, centrándonos sobre todo en Europa y América, por ello cabe destacar los siguientes:

- **Imagine Dragons:** el grupo Estadounidense fue el primer grande de la música en formar parte del mundo de los eSports, conocidos por ser grandes entusiastas y jugadores del League Of Legends, realizaron su primera colaboración con dicho juego en 2014, fueron los encargados de crear la canción promocional para el Mundial de League Of Legends del mismo año, titulada “Warriors” con un videoclip mostrando a diferentes individuos practicando el eSport, tuvo un enorme impacto para la comunidad y una gran aceptación. Mas adelante desarrollaron otra colaboración con el juego y Netflix, pero lo veremos más adelante.
- **Michael Jordan:** el seis veces campeón de la NBA y reconocido como uno de los mejores jugadores de baloncesto de la historia, invirtió en 2018 la cantidad de 26 millones de dólares para desarrollar la empresa aXiomatic, la cual esta enteramente dedicada a los eSports y al mundo del gaming, dicha empresa cuenta también con la participación de otros famosos de la industria del baloncesto estadounidense.
- **Mike Tyson:** el proclamado como campeón mundial de boxeo y considerado uno de los mejores de la historia, se convirtió en 2019 en uno de los mayores inversores para la empresa Fade2Karma, más conocido como uno de los equipos del juego Hearthstone con más reconocimiento a nivel mundial. Su inversión ayudo a desarrollar instalaciones y plataformas centradas en la retransmisión de contenido para el equipo.
- **Christopher Comstock:** el afamado DJ estadounidense conocido por su apodo Marshmello ha reconocido su gran afán por la práctica de Fortnite, esto le llevo a desarrollar una gran colaboración con el juego en 2019 donde a mayores de ser promotor y dar un concierto durante uno de los eventos, se introdujo un aspecto para que los jugadores pudiesen comprarlo y usarlo dentro del juego.
- **Jennifer López:** primera mujer en entrar en esta lista, la cantante y actriz estadounidense, también vio en los eSports una increíble oportunidad para invertir, es por ello que en 2015 invirtió la suma de 15 millones de dólares para formar parte de NGR, organización que participa en diferentes

eSports, tales como Clash Royale, Apex Legends, Overwatch, Rocket League y Valorant.

- **Paris Saint-Germain:** apodada como PSG es la mayor entidad futbolística de Francia, diez veces ganadores de la Ligue 1, fundó en 2016 su primer equipo de eSports, a partir de ahí consiguió desarrollar su carrera simultanea como uno de los equipos de eSports de Francia con más reconocimiento a nivel europeo a través del League Of Legends. Aunque a día de hoy dejase el mercado europeo en este juego (ha creado una unión con Talon eSports en Hong Kong y se ha desvinculado del League of Legends en Europa), sigue teniendo gran relevancia en otros eSports como FIFA y Rocket League. (Cáceres, 2021)

Con esto podemos ver la importancia y crecimiento que los eSports están teniendo en la actualidad, aunque sea cierto que las inversiones que se realizan en otros países pueden ser de más tamaño, es claro que cada vez más figuras y empresas entran en este mundo que se está desarrollando.

3.4- Entrada de grandes empresas en los eSports

Previamente hemos mencionado algunas grandes organizaciones que han entrado en los eSports creando equipos (Movistar, FC Barcelona y Paris Saint-Germain), pero ahora nos centraremos en dos categorías diferentes, en la cual hablaremos de empresas que pasan a formar parte del mundo de los eSports tanto como colaboradores y como patrocinadores.

3.4.1 Patrocinadores: en este apartado, he querido centrarme más en las empresas que han entrado a los eSports, pero para las cuales, los eSports no son su negocio de manera regular, por ello, se omitirán aquellas que vaya intrínsecamente ligados a ellas, por lo que empresas como Logitech, Asus, Acer Nvidia... quedarán fuera de la ecuación.

En España cabe destacar que, aunque los patrocinios no estén tan acentuados, dos marcas han tomado el dominio dentro de la Superliga:

- **Nike:** una de las marcas deportivas por excelencia, Nike, llegó a un acuerdo con el equipo español Vodafone Giants para convertirse en el patrocinador de este equipo.
- **Adidas:** la otra marca de ropa deportiva con más reconocimiento mundial, se alió con Team Heretics para su patrocinio en 2019.

Fuera de España también encontramos grandes marcas asociándose tanto a equipos, como a torneos y eventos de eSports, por ello haremos la distinción entre estas dos opciones:

- Patrocinios con equipos y jugadores:
- **BMW:** la prestigiosa marca de automoción alemana se ha metido de lleno en los eSports tras convertirse en uno de los principales patrocinadores de Cloud9, la organización norteamericana.
- **Honda:** siguiendo la dinámica de la automoción, Honda patrocina al equipo norteamericano Team Liquid.
- **Red Bull:** las bebidas energéticas no solo van ligadas a los deportes extremos, sino que han sabido captar la atención de los jugadores de videojuegos y por ello, Red Bull se asoció para representar al Streamer más importante del Fortnite, Ninja.
- **Monster Energy:** siguiendo la tendencia de las bebidas energéticas, Monster Energy hizo su lugar entorno al Call Of Duty, donde no solo promocionaban el juego, sino que, a mayores, por la compra de una lata, se otorgaba un código para obtener mejores recompensas durante el fin de semana.
- **Fuerza Aérea de EEUU:** aunque parezca inaudito, las fuerzas armadas, más concretamente la fuerza del aire del ejército de los Estados Unidos, cuenta con parte del presupuesto para eSports, de aquí surgió su alianza y patrocinio con el equipo Cloud9 previamente mencionado ya que el logo del equipo es el mismo que el de la Fuerza Aérea.
- **Samsung:** introducimos esta empresa, ya que, aunque está ligada a la tecnología, no está ligada directamente al mundo de los eSports, por lo que hay que tener en cuenta que la propia marca creó su equipo en Corea del Sur, Samsung Galaxy Blue, los cuales llegaron a ser campeones del mundial de League Of Legends.
- **Patrocinios con competiciones y eventos:** en este apartado nos centramos más en los patrocinios a las competiciones y diferentes eventos alrededor de los eSports, destacando los patrocinios más notables que podemos haya en este mundo:

- **KIA:** la marca de automoción surcoreana ha optado por no patrocinar equipos, pero si ha conseguido convertirse en uno de los mayores patrocinadores de la LEC (League European Championship)
- **Mapfre:** en 2020, la aseguradora internacional se convirtió en el principal patrocinador del gran evento sobre eSports en España, el previamente mencionado Gamergy.
- **Banco Santander:** en junio de 2022 ha anunciado su colaboración para convertirse en otro de los principales patrocinadores de la LEC y de la LLA (Liga latinoamericana de League Of Legends)
- **Red Bull:** aunque ya mencionado anteriormente patrocinando a Streamer, Red Bull es una de las compañías que más apuestan por patrocinios en los eSports, por ello es patrocinador de muchas de las grandes competiciones, como las grandes ligas de Valorant y League Of Legends,
- **Gillette:** la marca de cuchillas de afeitar y cuidado facial, siempre ha sido relacionada con deportistas tradicionales, como Roger Federer (tenista profesional), Antoine Griezman o Joaquín Sánchez (Ambos jugadores profesionales de fútbol), aun con la imagen que ostenta la marca, han dado el salto al mundo de los eSports, patrocinando la Blast Series de Valorant.
- **Amazon:** en 2014, Amazon adquirió Twitch, la plataforma de retransmisión de videojuegos más conocida mundialmente, por ello se convirtió en un enorme patrocinador de la mayoría de los eventos y competiciones de eSports, puesto que las retransmisiones de todos estos partidos, entrevistas, análisis y demás, se realiza a través de esta plataforma. (Manuel, 2021)

3.4.2 **Colaboraciones con eSports:** anteriormente hemos hablado de alianzas entre marcas y eSports para patrocinios, ahora haremos más hincapié en colaboraciones y no simples representaciones de las marcas. Por ello hay que mencionar las siguientes colaboraciones:

- **Netflix & Riot Games (League of Legends):** en colaboración con League Of Legends, desarrollaron la serie de animación Arcane, basada en la historia de algunos de los personajes que pueden ser utilizados

dentro del juego, esta creación fue un enorme éxito, superando en números el estreno de “El juego del calamar” y en palabras de Marc Merill (cofundador de Riot Games) “El éxito de Arcane ha superado todas nuestras expectativas” y ha contado con más de 17 millones de espectadores. (García, 2021)

- **Riot Games & Louis Vuitton:** siguiendo con las colaboraciones con League of Legends, la afamada marca francesa desarrolló una colección de aspectos para el propio juego y a la vez se convirtió en patrocinador para algunos torneos y eventos.
- **Disney & Fortnite:** el gigante de la animación ha participado activamente con Fortnite para promocionar sus películas y diferentes sagas, entre las que destacaríamos, la promoción de Rompe Ralph (película de animación), las películas de los Vengadores (películas de superhéroes de Marvel) (como Disney adquirió la compañía, lo meto dentro de Disney) o incluso las nuevas películas y series de Star Wars, Fortnite es muy utilizada por la compañía ya que la Edad Media de los jugadores se encuentra entre 18 y 25 y entra dentro de su público objetivo.
- **Riot Games, Netflix & Fortnite:** las tres compañías se unieron para colaborar tras el lanzamiento de la serie de animación Arcane, y para promocionarla usaron el propio juego Fortnite, donde incluyeron un aspecto que se podía comprar en la tienda del juego de uno de los personajes del propio juego y protagonista de la serie.

4 Los eSports en Valladolid

La industria de los eSports en Valladolid está creciendo como en el resto de España, tanto a nivel universitario como en las competiciones oficiales y en los eventos.

Para conocer esta industria local, sería importante hablar de estos tres puntos:

4.1 Competiciones

El Real Valladolid, como hemos mencionado previamente, se encuentra dentro de la eLaLiga Santander, compitiendo como equipo, habiéndose anunciado y formado en 2021 la asociación entre el Real Valladolid y Dux Gaming, considerado uno de los mejores equipos de eSports deportivos en España, creando así “Los Zorros”, el acuerdo, que en principio sería de un año, pero se ha mantenido durante las dos siguientes temporadas refuerza la presencia Del Real Valladolid en el mundo de los eSports.

Este contrato suponía la integración del jugador conocido como “Neat”, que con tan solo 16 años es dos veces campeón de España en la modalidad de FIFA y reconocido como el mejor jugador de España.

No solo es la única incorporación al equipo Neta, sino que además ha servido para incorporar a “Nashmiki”, un vallisoletano cantera del equipo y a “DR Juanpa” como ilustrador del equipo, desarrollando la nueva línea del logo para el club.

En enero de 2021, se incorporó al equipo otro jugador, el bilbaíno Iker Monti, para reforzar este equipo competitivo.

El equipo vallisoletano ha conseguido alzarse con varios trofeos, entre los que se destacar la SuperCup, torneo que se juega previo a la eLa Liga Santander y ha sido ya bicampeón de la misma competición, alzándose dos temporadas consecutivas con el trofeo.

Por desgracia, este año Los Zorros no consiguieron alzarse con el trofeo pero mantienen sus objetivos de ganarlo de cara a la próxima temporada en el 2023.

Gracias a la inversión y desarrollo de los eSports por parte de la entidad, Valladolid se ha convertido en un foco de atención respecto a las competiciones de FIFA gracias a las victorias conseguidas y la importancia de la institución en las diferentes ligas y torneos jugados.

4.2. Ámbito universitario

Amazon ha tenido gran hincapié en el desarrollo de los eSports, no solo gracias a la compra de Twitch (previamente comentado), sino gracias al desarrollo de la liga universitaria Amazon University eSports, desarrollada en febrero del 2020, con sede en Alicante, da soporte e incluye no solo a España de manera exclusiva, sino que además entran países como Reino Unido e Italia.

En su creación implemento ligas universitarias para: League of Legends, TeamFight Tactics y Clash Royale. Pero a lo largo de los dos años funcionando cuenta con siete diferentes competiciones, añadiendo a estas: Valorant, Legends of Runaterra, Rocket League y Brawl Stars.

En estas competiciones se enfrentan los mejores jugadores de diferentes universidades de España en diferentes eSports por el trofeo Nacional actualmente cuenta con 76 universidades españolas participando y cuenta con 25 000 jugadores de toda España. Dentro de los premios que se otorgan a los ganadores, es importante destacar que no solo son monetarios, sino que también entran en estas becas que se otorgan a los ganadores.

De los ganadores de las diferentes competiciones y temporadas es donde surgen aquellos equipos que se enfrentaran de manera internacional contra las universidades ganadoras de los demás países incluidos en esta competición (previamente mencionados).

Los objetivos de esta creación por parte de Amazon no es simplemente el desarrollo de una liga, sino que entran factores como la contribución al apoyo en el campo personal y profesional, mejorando el trabajo en equipo y la opción de convertirse en profesional dentro de este campo, asimismo tiende a un fomento del talento de los estudiantes que son fanáticos de la práctica de los eSports, fomentando en palabras de la propia empresa a aquellos que serán los representantes del mundo tecnológico en un futuro, por último, se hace hincapié en el desarrollo y el crecimiento de la comunidad universitaria, no solo en España sino de carácter internacional.

Para el correcto desarrollo de esta idea, Amazon lanzó un programa para abanderados, por el cual, anualmente se elige a un representante de cada universidad, el cual se encargará en ese período de la coordinación entre la entidad y Amazon trabajando tanto en la difusión como en la creación y gestión de los equipos que competirán en nombre de la institución académica representada. Amazon da oportunidad a 81 personas anualmente, 76 abanderados, 4 coordinadores de diferentes regiones y 1 coordinador del proyecto.

Por parte de la ciudad de Valladolid, las dos mayores entidades académicas universitarias de la ciudad cuentan con representación en esta liga, tanto la Universidad de Valladolid como la Universidad Europea Miguel de Cervantes cuentan respectivamente con sus equipos formando activamente parte de esta liga:

- UVA: cuenta con los Spartans, aunque compite únicamente en la categoría de League of Legends es el equipo que representa a la Universidad de Valladolid.
- UEMC: cuenta con los Peacocks, compitiendo en dos diferentes categorías, League Of Legends y Clash Royale, representa a la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

4.3 UltraLan

Durante los días 4 y 5 de diciembre de 2021, se realizó en Valladolid la primera edición del UltraLan, una feria Gamer desarrollada en Valladolid al más puro estilo Gamergy, sin poder contar con tanta asistencia, la Feria de Valladolid, acogió a más de 8000 fanáticos de los eSports en un evento que contaba con unas diferentes zonas, con diferentes aspectos, desde torneos, concursos, zonas de juego gratuitas, talleres y masterclasses.

Sus principales patrocinadores fue el Ayuntamiento de Valladolid en colaboración con Carrefour y sus organizadores son, tanto la Feria de Valladolid como la empresa Kaiju Entertainment y hay que destacar algunas de las empresas colaboradoras como son Grupo Pascual, Dominós Pizza y el Real Valladolid.

5. El futuro de los eSports:

Como hemos visto hasta ahora, en los últimos años la industria de los eSports ha estado en crecimiento y en auge, acentuada por la pandemia Covid19, la cual aceleró este crecimiento, ayudando a su desarrollo.

Es de vital importancia comentar que el desarrollo de los eSports va ligado con el desarrollo de la tecnología, gracias a esto la industria del videojuego crece año tras año, por ello hay que pensar en el futuro y si seguirá siendo una empresa con dicha rentabilidad o ha llegado a su punto máximo y comienza la decadencia de la misma.

Para esto, hay que hablar de triada de desarrollos tecnológicos por excelencia que en los próximos años serán clave para los eSports:

5.1- Realidad virtual

Este concepto que lleva años gestándose se está desarrollando de manera muy rápida en los últimos años, consiste básicamente en la capacidad de, básicamente, incluir al propio jugador dentro del juego, como individuo y personaje, creando la sensación de formar parte del mismo entorno en el que se está desarrollando el juego. Es importante no confundirla con la realidad aumentada, un concepto que diferentes empresas probaron hace años pero que no se ha seguido desarrollando de tal manera al cabo de los años.

La primera y principal diferencia entre ambas sería que, mientras que la realidad virtual te introduce en el juego, la realidad aumentada saca al juego para que se vea en la realidad, en otras palabras, crea proyecciones de las imágenes del juego que puedes ver en tu entorno. Esto tuvo gran éxito en su momento, donde uno de los dispositivos que primero introdujo esta tecnología fue la PlayStation Portátil, con la que, gracias a la cámara que se podía incorporar y a través de la compra de códigos impresos, se podía ver personajes del juego en tres dimensiones a través de la pantalla en tu entorno.

Más adelante se desarrollaría uno de los juegos que más ha tenido en los últimos años, el Pokémon GO, en este juego el jugador tenía que caminar para poder obtener logros y diferentes personajes dentro del juego contando con la opción de la realidad aumentada el juego te permitía realizar las capturas de las personas con la cámara del móvil, viendo el entorno y daba la posibilidad de hacerte fotos con los propios personajes del juego.

Es importante mencionar este juego, el cual además de ser gratuito fue uno de los mayores éxitos que ha tenido Nintendo, alentando a los jugadores a salir a la calle y creando un nuevo modelo de juego que nunca antes se había visto. Este juego llegó a tener más de mil millones de descargas a nivel mundial y fue líder en la AppStore y

Google Store. Conociendo la principal diferencia entre estas dos modalidades, cabe destacar la empresa OCULUS, la cual ha desarrollado hasta el momento los mejores dispositivos para esta idea. (A, 2022)

Cabe destacar la importancia de la Realidad Virtual respecto a la gran ayuda que puede suponer dentro de la transformación de las empresas a un paso más digital, se estima que la inversión en general en los próximos años será veintiuna veces mayor a la actual, llegando a gastar los 15.500 millones de euros a finales de este 2022.

5.2 Cloud Gaming

O como se conoce en España el juego en la nube, este concepto ha experimentado un desarrollo exponencial en los últimos años y actualmente la mayoría de las empresas ligadas a los eSports se encuentran invirtiendo activamente en el desarrollo.

La idea (ya implementada, aunque con una necesidad de mejora y desarrollo latente) consiste básicamente en la eliminación del hardware a la hora de la práctica de los eSports, dejando las consolas de lado y contando con que la mayor parte de las televisiones son inteligentes, o que para convertirlas en ello simplemente se necesita un pequeño dispositivo (Amazon FireStick, Google Chromecast) con un precio medio de 25€ cualquier pantalla con un puerto HDMI puede convertirse en una Smart TV.

En torno a esto se está desarrollando este nuevo concepto, desde 2019 han surgido diferentes plataformas, por las cuales, gracias al pago de una suscripción mensual, se tiene la capacidad de disfrutar de distintos juegos, desde cualquier pantalla, por ello se elimina el alto costo que supone el poder adquirir una consola, que en ocasiones puede rondar los 700€, lo único que sería necesario comprar sería un controlador o mando, el cual a través del bluetooth, podría conectarse y jugar en cualquier momento y en cualquier lugar de mundo.

Son muchas las empresas que se encuentran ya utilizando y desarrollando esta idea, por ello hay que destacar las siguientes, aunque hayan sido mencionadas previamente:

- **Amazon Luna:** la empresa americana ha desarrollado su propio cloud gaming, pero por el momento solo se encuentra para su uso en Norteamérica, cuenta con diferentes precios y catálogos, estando disponible las opciones de juegos únicamente para niños, o si solo se desean categorías concretas por un precio reducido. También se puede

optar por todo el catálogo por un precio fijo de: 12,99\$. Es importante recalcar, que los juegos disponibles en estas plataformas no tienen la necesidad de ser exclusivamente creados por dichas empresas, a través de diferentes licencias de uso hay plataformas que cuentan con juegos que no son de su propiedad.

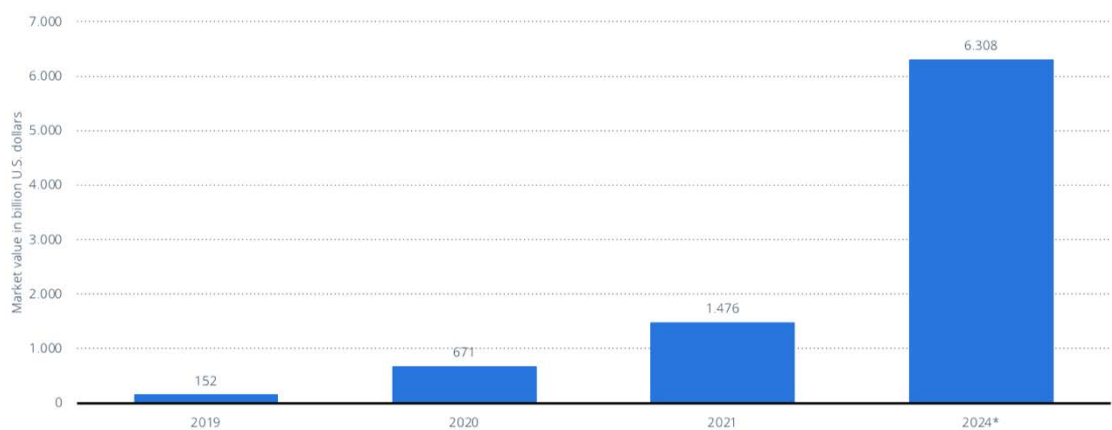
- **Google Stadia:** siguiendo con empresas que no suelen considerarse directamente como desarrolladoras de videojuegos, Google lanzó Stadia, otro concepto de Cloud Gaming que, a través del pago de una cuota mensual, permite acceder un amplio catálogo de juegos, siendo algunos de estos gratuitos con la suscripción, mientras que para otros hay que comprar el propio juego y contenido para poder practicarlo.
- **Nvidia GeForce Now:** una de las más afamadas marcas de diseño de tarjetas gráficas se ha asociado con Steam (plataforma online para venta de videojuegos) y han desarrollado Nvidia GeForce Now, la cual, al igual que las anteriores, pagando una suscripción mensual, se tiene acceso a un amplio catálogo de juegos, el aspecto más positivo de esta plataforma, a parte del catálogo, es que al ya existir previamente Steam, todas aquellas compras realizadas en dicha tienda online se mantienen para el consumidor, no teniendo que comprar por segunda vez algún juego que deseen practicar, suponiendo esto un menor coste para el consumidor.
- **XBOX Cloud gaming:** encontrándose en fase beta de desarrollo, el desarrollador de consolas junto a Windows ha desarrollado esta opción como una idea similar a las previas mencionadas, pero contando con la exclusividad de algunos de los juegos que son únicamente para XBOX a la par que introduce juegos de otras consolas, ofreciendo de primeras más variedad que algunas de las anteriormente destacadas como Stadia o Luna.
- **PlayStation Now:** siguiendo el anterior ejemplo, PlayStation, junto a Sony han desarrollado este concepto de Cloud Gaming que mantiene la historia competición entre XBOX y PlayStation por ver que consola es mejor, con exclusividad en algunos de sus propios títulos y con un catálogo amplio de títulos que no son propios, se presenta como uno de los nuevos grandes competidores en el ambiente del juego en la nube.

Aunque este desarrollo sea un concepto nuevo, se está convirtiendo en un gran mercado que mueve enormes cifras y que tiene una proyección futura increíble para el poco tiempo que lleva en desarrollo

Figura 7: Valor del mercado del juego en la Nube entre 2019 y 2024 (Estimación en billones de dólares)

Cloud gaming market value worldwide from 2019 to 2024 (in billion U.S. dollars)

Cloud gaming market size worldwide 2019-2024



Fuente: (Clement, 2022)

Como se puede observar en la Figura 7, el crecimiento de esta industria conlleva unos números exponenciales, donde en el transcurso de un año, ha crecido cuatro veces su número entre 2019 y 2020 y al año siguiente a más del doble en el mismo período, por ello no sorprende que las predicciones para el 2024 se encuentren ya en los 6.308 billones de dólares, suponiendo más de cuatro veces la cantidad monetaria que dicha industria acarrea a datos del 2022.

5.3 Metaverso

El meta verso normalmente viene ligado al concepto de las criptomonedas, pero más allá de eso se trata también de crear una especie de realidad virtual como un nuevo concepto tanto social como en torno a la industria de los eSports, aunque esta industria es la que más resalta.

Es importante destacar que no es lo mismo que la realidad virtual ya que comúnmente son dos términos que se confunden. Por ello, las principales diferencias entre ambos son:

La primordial diferencia es el concepto, mientras que la realidad virtual está establecida, el metaverso es algo en desarrollo que todavía es difícil de definir, asimismo, el metaverso conlleva algo mayor que la realidad virtual, creando un mundo para el usuario y no participando únicamente en un juego o evento, otra diferencia, es que para acceder al metaverso, no es necesaria la realidad virtual, aunque con los dispositivos que se tienen se facilita este acceso.

El metaverso, ya que sigue en fase de desarrollo es complicado de definir, pero se podría definir como: la creación de un nuevo universo, virtual, que gracias a los dispositivos con los que se utilizará, el individuo podrá sentirse presente allí donde acceda, ya sea un museo, un concierto o incluso una tienda.

Si bien es cierto que los diferentes mundos y universos en diferentes plataformas como juegos (Minecraft) o en redes (Roblox), el metaverso desea ir más allá aparte de crear mundos donde se pueda interactuar, sino que tiene la intención de ser capaz de desarrollar realidades alternativas. (Fernández, 2022)

La estimación para que el metaverso se desarrolle actualmente se encuentra entre 1 y 5 años y más del 38% de la generación millennial se encuentra interesada en el desarrollo de los eSports en el metaverso.

Hay que resaltar la importancia de Roblox en este aspecto, este servidor de metaverso ha contado el primer cuatrimestre de 2022 con 54.1 millones de usuarios activos de manera diaria, un “mundo” donde se puede compartir música, diferentes marcas y jugar a videojuegos, aun así, la mayoría de estos usuarios son menores, la propia empresa ha comenzado a centrarse en captar la atención de clientes de una edad más avanzada.

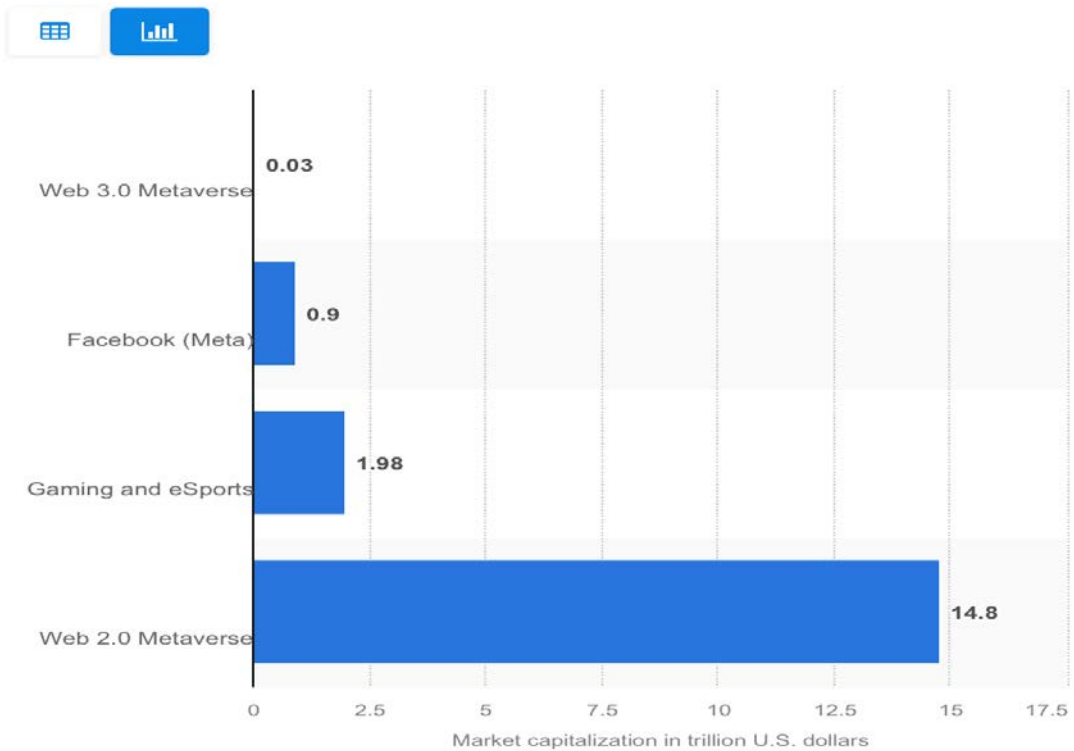
Asimismo, ha lanzado colaboraciones para hospedar eventos de grandes artistas como David Guetta o Lil Nas X. Estas medidas han mejorado la Edad Media de los usuarios, previamente en Roblox se encontraba que únicamente un 10% de estos era mayor de 13 años, ahora este porcentaje se encuentra en un 28%.

Un gran número de empresas se encuentran invirtiendo en el metaverso actualmente, la más destacable sería Facebook, renombrada como “Meta” en honor al desarrollo del metaverso.

Figura 8: Capitalización del metaverso, Facebook y gaming octubre 2021.

Market capitalization of the metaverse, Facebook and gaming worldwide as of October 2021

(in trillion U.S. dollars)



Fuente: (Dixon, 2022)

6. Conclusiones

Tras haber hablado de la historia, nacimiento, desarrollo, opciones, impacto a nivel nacional y local e impacto futuro podemos extraer las siguientes conclusiones:

- La industria de los eSports se encuentra en un momento fundamental de su vida, con un gran crecimiento y desarrollo se ha convertido y ha entrado de lleno en las grandes industrias actuales, si bien es cierto que tiene más impacto en la economía en otros países con más cultura de videojuegos como Estados Unidos, está ganando gran importancia en España y creciendo con los años.
- El mundo de los eSports se ha visto propulsado y favorecido gracias a la pandemia del Covid19, ayudando a que más personas entrasen tanto como jugadores como espectadores en este mundo.
- Cada vez más empresas son las que optan por introducirse en esta industria por el crecimiento, incentivando a su vez este de una manera simbiótica, estas ayudan al crecimiento de la industria y la industria les proporciona un nuevo target gracias a sus espectadores.
- La controversia que viene ligada al mundo de los eSports es cierta es directa y exclusiva de ella, uno de los grandes factores que promueven estos problemas relacionados tanto con la salud mental y física es en gran parte el entorno, tanto familiar como social como educacional, siendo los eSports una baza de salida y ayuda hacia el individuo como forma de escapar de otros problemas.
- El futuro de los eSports tiene una enorme proyección que va mejorando a la par que se desarrolla la tecnología, suponiendo esto un enorme avance de cara a competiciones futuras y nuevos estilos de juego y experiencia en torno a este mundo.
- Las consolas tradicionales, aunque ninguna empresa haya considerado dejar de producirlas, se encuentran en peligro para años próximos, con la gran oportunidad con la que cuenta la jugabilidad en la nube, unido a la realidad virtual y el metaverso, no es raro entender que, en los años próximos, el lanzamiento de nuevas consolas se vea relegado a algo secundario dentro del mundo de los eSports.

7. Bibliografía

- A, I. S. (2022). *iberdrola.com*. Recuperado el 15 de Julio de 2022, de <https://www.iberdrola.com/innovacion/realidad-virtual>
- Aevi.org*. (20 de abril de 2022). Recuperado el 15 de Mayo de 2022, de <http://www.aevi.org.es/videojuego-facturo-1-795-millones-euros-2021-una-base-superior-los-18-millones-usuarios-espana/>
- Brugat, M. (29 de Julio de 2019). *lavanguardia.com*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20190729/463747165377/videojuegos-fortnite-world-cup-ganador-premio-bugha.html#:~:text=El%20estadounidense%20Kyle%20Giersdorf%2C%20m%C3%A1s,jugador%20de%20Fortnite%20del%20mundo.>
- Cáceres, D. (25 de Julio de 2021). *businessinsider.es*. Recuperado el 28 de Junio de 2022, de <https://www.businessinsider.es/10-famosos-deportistas-no-sabias-invirtieron-esports-871839>
- Carrillo, A. (30 de Noviembre de 2021). *alfabetajuega.com*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://alfabetajuega.com/guia/world-finals-blast-counter-strike-global-offensive>
- Clement, J. (17 de Mayo de 2022). *Statista.com*. Recuperado el 30 de Julio de 2022, de <https://www.statista.com/statistics/932758/cloud-gaming-market-world/>
cod-esports.fandom.com. (2021). Recuperado el 26 de Junio de 2022, de https://cod-esports.fandom.com/wiki/Call_of_Duty_League_Championship_2021
- Dixon, S. (07 de Junio de 2022). *Statista.com*. Recuperado el 30 de Julio de 2022, de <https://www.statista.com/statistics/1280565/global-market-cap-metaverse-facebook-gaming/>
- E.P.Madrid. (22 de Junio de 2019). *diariodenavarra.es*. Recuperado el 15 de Abril de 2022, de <https://www.diariodenavarra.es/noticias/vivir/2019/06/22/una-nueva-investigacion-refuta-que-los-videojuegos-causen-obesidad-infantil-655565-3190.html>
- elplural.com*. (19 de Junio de 2020). Recuperado el 20 de Mayo de 2022, de https://www.elplural.com/eSports/noticias/importancia-eSports-economia_242919102#:~:text=Favorecen%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico%3A%20cada,audiencias%20de%20millones%20de%20espectadores.
- Fernández, Y. (16 de Mayo de 2022). *Xataka*. Recuperado el 24 de Agosto de 2022, de <https://www.xataka.com/basics/que-metaverso-que-posibilidades-ofrece-cuando-sera-real>
- GalleGutsito. (28 de Mayo de 2021). *Milenium.gg*. Recuperado el 27 de Junio de 2022, de <https://www.milenium.gg/noticias/37261.html>
- García, A. (20 de Noviembre de 2021). *lavanguardia.com*. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20211120/7875258/arcane-league-of-legends-netflix-acto-3-marc-merrill-riot-games.html>

- García-Moreno, S. (20 de Agosto de 2021). *Blog.encom.es*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://blog.encom.es/torneos-videojuegos-importantes>
- González, P. (12 de Diciembre de 2021). *dexerto.es*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://www.dexerto.es/valorant/valorant-champions-2021-equipos-clasificados-localizacion-y-premios-1448541/>
- Guiñón, Á. (30 de Junio de 2019). *esports.as.com*. Recuperado el 25 de Junio de 2022, de https://esports.as.com/fortnite/audiencias-sonrien-Mundial-Fortnite_0_1268273161.html
- IEBSCHOOL.com*. (27 de Abril de 2021). Recuperado el 13 de Marzo de 2022, de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-eSports-marketing-digital/>
- Malo, E. (22 de Octubre de 2018). *MuyComputer.com*. Recuperado el 20 de Marzo de 2022, de <https://www.muycomputer.com/2018/10/22/tennis-for-two-primer-videojuego-60-anos/>
- Manuel, M. C. (Diciembre de 2021). *marketinginsiderreview.com*. Recuperado el 5 de Julio de 2022, de <https://www.marketinginsiderreview.com/grandes-marcas-patrocinadores-esports/>
- Martin, R. P. (11 de Junio de 2017). *elDiario.es*. Recuperado el 24 de Junio de 2022, de https://www.eldiario.es/ping/mujeres-esports-invisibilizacion-jugadoras-profesionales_132_3345804.html
- ole.com*. (5 de noviembre de 2018). Recuperado el 20 de Julio de 2022, de https://www.ole.com.ar/esports/esports-mundial-lol_0_RcXgZHkDB.html
- Orús, A. (11 de Mayo de 2020). *Statista*. Recuperado el 15 de Mayo de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/1058925/tiempo-medio-diarios-de-exposicion-de-la-poblacion-infantil-por-edad-espana/>
- Orús, A. (20 de Abril de 2022). *Statista.com*. Recuperado el 15 de Julio de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/1235384/industria-de-videojuegos-ventas-en-espana/>
- Orús, A. (20 de Abril de 2022). *Statista.com*. Recuperado el 30 de Julio de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/718379/audiencia-total-registrada-en-las-ediciones-de-la-feria-gamergy-espana/>
- Sepúlveda, J. (13 de Enero de 2022). *redgol.cl*. Recuperado el 25 de Junio de 2022, de <https://redgol.cl/gamer/Cuando-se-fundo-el-equipo-deKOl-en-Valorant-KOl-European-Qualifiers-Valorant-Valorant-KOl-Valorant-20220113-0104.html>
- Statista*. (28 de Julio de 2022). Recuperado el 31 de Julio de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/481369/jugadores-de-videojuegos-en-espana-por-edad-y-genero/>
- Statista*. (23 de Mayo de 2022). *Statista.com*. Recuperado el 6 de Julio de 2022, de <https://www.statista.com/statistics/745916/number-of-esports-players-in-spain/>

TheFortniteTeam. (18 de Abril de 2019). *epicgames.com*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://www.epicgames.com/fortnite/es-ES/news/fortnite-world-cup-creative-competitions-official-rules>

universia.net. (2 de septiembre de 2021). Recuperado el 30 de Junio de 2022, de <https://www.universia.net/es/actualidad/empleo/nuevas-profesiones-ligadas-a-los-eSports.html>

Wagih, M. J. (11 de Octubre de 2021). *Marca.com*. Recuperado el 26 de Junio de 2022, de <https://www.marca.com/esports/league-of-legends/2021/09/29/61543561e2704ef5328b45dd.html>