



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Evolución de los *e-sports* y comparación
con los deportes tradicionales**

Iker Pérez Blanco

Tutora: Amaya Arribas Urrutia

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2024-25

Tabla de contenido

1.	Resumen	3
	Introducción.....	4
2.	Justificación.....	5
3.	Objetivos.....	5
3.1	Preguntas de investigación	5
3.2	Hipótesis	6
4	Marco Teórico	6
4.1	¿Qué son los <i>e-sports</i> ?.....	6
4.2	Historia de los <i>e-sports</i>	7
4.3	Tipos de <i>e-sports</i>	10
4.4	Profesionalización de los <i>e-sports</i>	11
4.5	Audiencias y negocio de los <i>e-sports</i>	13
4.6	Los <i>e-sports</i> en Corea del sur	15
5	Metodología.....	17
5.1	Muestra de la encuesta.....	17
5.2	Enfoque.....	17
6	Resultados.....	18
6.1.1	Audiencias de la Liga española 24/25	18
6.1.2.	Mundial de <i>League of Legends</i>	20
6.1.3.	Segundo Split de la temporada 2025 de la LEC	22
6.2	Resultados de la encuesta	26
7.	Conclusiones.....	32
	Bibliografía.....	34
	Anexos	36
	Audiencias en La Liga 24-25	37

1. Resumen

El objetivo de este trabajo es describir la evolución de los *e-sports*, y en particular de *League of Legends*, mostrando su estado de desarrollo y profesionalización, comparándolo con los deportes tradicionales. Para ello, se han recopilado datos de audiencia de diversos torneos de *League of Legends* y de jornadas de la liga española de fútbol. También se ha aplicado una encuesta a jóvenes para conocer su percepción sobre los *e-sports*. Entre los resultados más relevantes, se destaca que la liga de fútbol española es vista un 302,32 % más que el Mundial de *League of Legends* (LoL). No obstante, al excluir al Real Madrid y al FC Barcelona, esta diferencia se reduce a un 118,86 %. Además, se observa que la media de espectadores del Mundial de LoL en el canal de Ibai Llanos (105.301) supera a la media del partido menos visto por jornada de la liga española 2024/25 (79.631), lo que indica que al menos 25 partidos de la liga fueron menos populares que las partidas del Mundial de *League of Legends*.

Palabras claves: *e-sports*, *League of Legends*, audiencias, evolución, espectadores

Abstract:

The objective of this paper is to describe the evolution of e-sports, and League of Legends in particular, showing its state of development and professionalization, and comparing it with traditional sports. To this end, viewership data was collected from various League of Legends tournaments and Spanish football league matches. A survey was also conducted among young people to understand their perceptions of e-sports. Among the most significant results, it is worth highlighting that the Spanish football league is viewed 302.32% more than the League of Legends (LoL) World Cup. However, when Real Madrid and FC Barcelona are excluded, this difference drops to 118.86%. Furthermore, it is observed that the average viewership of the LoL World Cup on Ibai Llanos' channel (105,301) exceeds the average of the least-watched match per day of the 2024/25 Spanish league (79,631), which indicates that at least 25 league matches were less popular than the League of Legends World Cup matches.

Key Words: e-sports, League of Legends, audience, evolution, spectators

Introducción

No se sabe con certeza cuál es el primer videojuego de la historia, pero la mayoría de las personas apunta a que el OXO, Noughts and Crosses, (un tres en raya jugable en un ordenador) creado en 1952 por Alexander S. Douglas, sería el primero. Desde ese entonces, cada vez han ido ganando mayor popularidad en nuestra sociedad, donde no solamente se utilizan los videojuegos a modo de diversión, sino que también para competir de forma profesional y como una forma de espectáculo, al igual que pasó con deportes como el fútbol o baloncesto. Según un informe de AEVI (Asociación española de videojuegos), los *e-sports* movieron más de 950 millones de dólares en 2019 y España representa un 4% de ese total.

Este trabajo fin de grado tiene como objetivo principal mostrar la historia de los *e-sports* y analizar las audiencias del mundial de 2024 y el primer Split de la liga europea de *League of Legends* para compararlas con la liga de fútbol española y de baloncesto.

Lee Sang-hyeok, más conocido por su apodo *Faker*, el indiscutiblemente mejor jugador de la historia en la escena competitiva de *League of Legends*, cobra 10.000 millones de won surcoreanos, lo que equivaldría a unos 6,6 millones de euros, según Barron's (2024), lo que lo convierte en uno de los jugadores mejores pagados dentro de los *e-sports*.

Para dar una similitud con deportes como el fútbol o el baloncesto, la final del mundo de *League of Legends*, el pasado 2 de noviembre de 2024, fue el espectáculo de *e-sports* más visto hasta la fecha, llegando a tener un pico de audiencia de 6,94 millones de espectadores de forma simultánea en diferentes plataformas de *streaming* oficiales alrededor del mundo, según la web *Sports Charts*, rompiendo así el récord anterior. En comparación, por ejemplo, con la final de la Copa del Rey, que según los datos que ha dado RTVE, fueron 8.437.000 millones de personas las que vieron el partido en algún momento de su retransmisión, ya sea por el canal de televisión La 1 o por su plataforma de *streaming* RTVE Play. Esto demuestra que los deportes electrónicos no están tan lejos de algunas competiciones más locales, también puede competir con eventos más globales como los Juegos Olímpicos, donde por ejemplo la final de tenis Djokovic-Alcaraz llegó a alcanzar 7.748.000 espectadores únicos en abierto a través de La 1.

2. Justificación

La realización de este estudio resulta de interés, dado que una parte considerable de la sociedad cree que los únicos deportes que se consumen son el fútbol y baloncesto o en el que destaque algún español, como es el caso del tenis o la Fórmula 1. En realidad, hay muchos otros deportes, ya sean deportes electrónicos o no, que también son vistos por bastante parte de la sociedad, aunque no sean tan populares y no se hable de ellos en los medios de comunicación a menos que consigan algo extraordinario.

Resulta importante destacar el rápido crecimiento que han tenido los *e-sports* alrededor del mundo y los reconocimientos que se han otorgado a esta disciplina en tan poco tiempo que lleva de vida.

3. Objetivos

- **O1:** Analizar y comparar las audiencias de *League of Legends* y la liga de fútbol española 24/25.
- **O2:** Explicar la evolución de los *e-sports*.
- **O3:** Mostrar la profesionalización y los salarios de los *e-sports*.
- **O4:** Exhibir el avance que hay en Corea del Sur con los *e-sports*.
- **O5:** Conocer la opinión de usuarios que consumen *e-sports* sobre este sector.

3.1 Preguntas de investigación

Para entender mejor los *e-sports* y los deportes electrónicos y su historia, se formulan una serie de preguntas.

- ¿Cómo ha sido la evolución de los *e-sports* desde sus inicios y sus competiciones?
- ¿Cuál es la diferencia de audiencias entre los partidos de la Liga de fútbol y las partidas profesionales de *League of Legends*?
- ¿Cuánto cobran los profesionales de deportes electrónicos? ¿Están a la par que los profesionales de deportes tradicionales?
- ¿Qué tan profesionalizado está el sector de los *e-sports* en comparación con los

deportes tradicionales?

- ¿Qué percepción tienen los *e-sports* entre las audiencias jóvenes que lo consumen?

3.2 Hipótesis

- H1. Las audiencias de los *e-sports* se acercan a las de la liga de fútbol española 24/25, -exceptuando partidos como finales de Copa de Rey o Champions.
- H2. Algunos partidos de *League of Legends* superan en audiencia media a varios partidos de la liga de fútbol española.
- H3. Los *e-sports* se han profesionalizado al mismo nivel que los deportes tradicionales. (equipamientos, ayuda al jugador profesional).
- H4. Los jugadores mejor pagados de *League of Legends* llegan a alcanzar los salarios promedio de los jugadores de fútbol en la liga española.

4 Marco Teórico

Con el auge de internet a nivel global, además de la proliferación del mundo de los videojuegos, han surgido nuevas formas de entretenimiento como los *e-sports* o deportes electrónicos. Esto ha transformado, sobre todo, en los más jóvenes, la forma que tienen de ver y consumir estos nuevos deportes.

4.1 ¿Qué son los *e-sports*?

Una vez que los videojuegos ya eran algo popular entre la sociedad, los jugadores querían ver qué tan buenos eran en sus videojuegos favoritos, y si había alguien mejor que ellos, así comenzaron los primeros torneos que después darían lugar a las competiciones de *e-sports*.

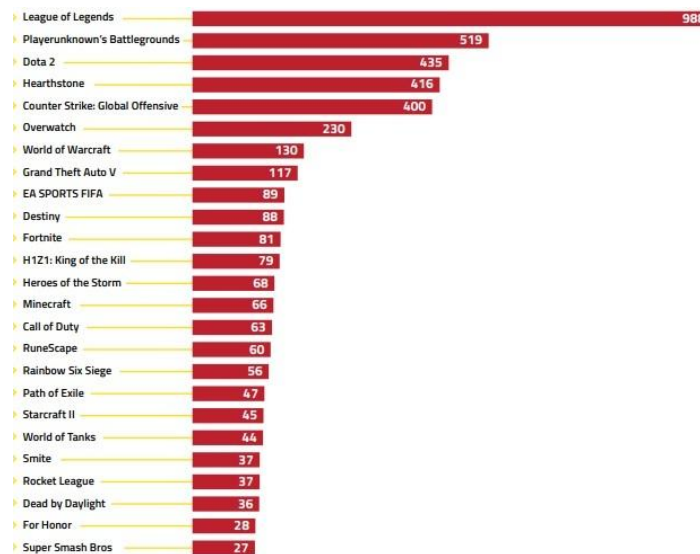
Según AEVI (Asociación Española de Videojuegos), los *e-sports* es “el nombre con el que popularmente se conocen a las competiciones de videojuegos estructuradas a través de jugadores, equipos, ligas, *publishers*, organizadores, *broadcasters*, patrocinadores y espectadores” (2017, p. 34).

Por lo tanto, la palabra *e-sports* aúna todos los deportes electrónicos que tienen asociados a ellos una parte competitiva, ya sea a través de torneos, ligas o diferentes modos.

Dentro de estos *e-sports* el más popular desde hace bastante tiempo es el *League of Legends*, es en el que nos centraremos en este Trabajo Fin de Grado para representar a los *e-sports*.

Gráfico 1

Juegos más vistos en Twitch en 2017



Nota: AEVI (Asociación Española de Videojuegos) 2017.

4.2 Historia de los *e-sports*

La primera competición de videojuegos se dio en la Universidad de Stanford un 19 de octubre de 1972, donde se dio un torneo de *Spacewar* entre los estudiantes, el ganador se llevaba una suscripción a la revista *Rolling Stone* durante un año. Así lo mencionaba la propia revista en un artículo del 2016, donde recordaba los inicios de los *e-sports*.

Imagen 1

Artículo de la revista Rolling Stone sobre el torneo de Spacewar.



Nota: Revista RollingStone (25 de mayo de 1966).

Las competiciones de videojuegos siguieron celebrándose alrededor del mundo, hasta la llegada de las consolas. En 1990, Nintendo América celebró una competencia en 29 ciudades de Estados Unidos, donde competían por ver quien era el más rápido en hacer ciertos desafíos en diferentes juegos de Nintendo de la consola NES. El ganador de cada ciudad pasaba a la final donde competiría contra los diferentes ganadores.

Este torneo supuso un gran paso en los *e-sports* porque fue la primera vez que la propia empresa que desarrolla los videojuegos fue la que realizó el torneo, haciendo que fuera bastante más grande tanto en número de participantes como en repercusión en comparación con el resto de las competiciones de la época.

Ya en los 2000 los torneos de videojuegos eran algo muy común entre los amantes a los videojuegos, pero todavía no se había profesionalizado esta industria, y los premios de estos torneos eran casi siempre algún videojuego que acababa de salir o pequeñas cantidades de dinero, normalmente en metálico, esto si el torneo era lo suficientemente grande.

En esos años surge la primera organización de *e-sports* ESL (*Electronic E-sports League*), en Colonia (Alemania), a manos de Benjamin Reichert. Al principio, ESL era

únicamente una página web donde se organizaban torneos de diferentes videojuegos y además alquilaban servidores para que los participantes pudieran competir en ellos. Durante los próximos años ESL, siguió prestando este servicio, pero además empezaron con la ESL Pro-Series en el 2002 en Alemania, donde se competía al FIFA, *Warcraft III* y *Counter Strike 1.6*. Tras esto, ESL empezó a crear ligas por toda Europa y torneos. En 2009 se lanzó al mercado el videojuego *League of Legends (LoL)*, él cual acabaría convirtiéndose en el *e-sports* más jugado y seguido de la actualidad. Riot Games es la empresa que desarrolló este videojuego y desde un principio quiso enfocarlo hacia un formato competitivo y de *e-sports*. Esto se vio a que desde su lanzamiento ya había un sistema de rankings dentro del propio videojuego y que dos años después de su inicio ya hubo un torneo mundial, se celebró entre el 18 y 21 de junio de 2011 en la *DreamHack* de Jönköping, Suecia y tuvo como premio 100.000 dólares. Por primera vez un español ganaría el mundial de *League of Legends*, Enrique Cedeño, más conocido como xPeke. En la siguiente imagen se puede comprobar cómo casi todos los años han ido creciendo en audiencia a lo largo de los años. También han ido creciendo en repercusión, gracias a diferentes acciones que hacen todos los años, como colaborar con grupos de música conocidos para crear una canción específica para el mundial, esto comenzó con *Imagine Dragons* en el mundial del 2014 y ha continuado en todos los mundiales siendo Linkin Park el último grupo que compuso una canción para el mundial de *League of Legends* de 2024.

Figura 1

Audiencias máximas, el premio de los mundiales del LoL

Name	Prize Pool	Hours Watched	Peak Viewers	Airtime	↓ Event Date
 2024 World Championship [Worlds 2024] LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	190 138 692	6 856 769	109h 50m	25.09.24 - 02.11.24
 2023 World Championship [Worlds 2023] LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	146 870 314	6 402 760	116h 35m	10.10.23 - 19.11.23
 2022 World Championship [Worlds 2022] LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	141 943 968	5 147 701	143h 45m	29.09.22 - 06.11.22
 2021 World Championship [Worlds 2021] LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	174 826 794	4 018 728	134h 40m	05.10.21 - 06.11.21
 2020 World Championship [Worlds 2020] LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	139 888 873	3 884 667	125h 35m	25.09.20 - 31.10.20
 2019 World Championship LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 225 000	137 008 382	3 981 706	131h 25m	02.10.19 - 10.11.19
 2018 World Championship LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$2 250 000	82 391 232	2 040 118	126h 40m	23.09.18 - 03.11.18
 2017 World Championship LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$4 946 969	73 571 161	2 101 737	128h 35m	23.09.17 - 04.11.17
 2016 World Championship LoL, LoL Worlds, Riot Games	\$5 070 000	21 951 005	1 558 415	34h 10m	13.10.16 - 30.10.16

Nota: E-sports Charts.

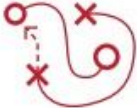
4.3 Tipos de *e-sports*

Dentro de los *e-sports* hay una gran variación de videojuegos en los que se puede competir. Con una amplia diferencia entre ellos, en cuanto a objetivos, tamaño o número de jugadores que pueden competir en cada partida.

- **First Person Shooter (FPS)** son juegos en primera persona donde manejas a un personaje con armas de fuego, normalmente se compite por equipos de 5 vs 5, y tienen varias modalidades: rescate a la bandera, poner una bomba, entre otras. Los *e-sports* más conocidos de este género son *Counter Strike*, *Call of Duty* o *Valorant*.
- **Juegos de deportes** estos simuladores de deportes como el fútbol, baloncesto, F1, entre otros. Intentan ser lo más cercano a la realidad posible, los más importantes son el FIFA y el NBA 2K.
- **Multiplayer online battle arena (MOBA)** en este *e-sports* el jugador controla un determinado personaje con habilidades propias, y el objetivo de la partida es destruir la base del equipo contrario, normalmente se juega 5 vs 5. Los juegos más importantes de este género son el *League of Legends* y el Dota 2.
- **Juegos de lucha** son juegos de 1 vs 1 donde se busca derrotar al rival, ya sea en una modalidad a vidas o rounds, o por porcentaje de daño, es decir, gana el que más daño haga a su rival en un determinado tiempo. Los juegos más representativos de este género son *Street Fighter*, *Super Smash Bros* y *Tekken*.
- **Estrategia en tiempo real** estos *e-sports* se caracterizan por la gestión de recursos en tiempo real, y crear un ejército para ganar al rival. Se podría decir que son los juegos tipo “ajedrez” de los *e-sports*. Los juegos más jugados de este género son *Starcraft 2*, *Age of Empire 4*.
- **Juegos de cartas (CCG)** juego que trata de coleccionar cartas para armar un mazo y competir contra otros jugadores. Los más famosos son *Hearthstone* y los juegos de *Pokémon*.

Imagen 3

Diferentes tipos de e-sports

 Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) Juegos en arenas multijugador • League of Legends • Dota 2 • Heroes of the Storm • Smite	 First Person Shooters (FPS) Juegos de disparos en primera persona • Counter-Strike • Overwatch • Call of Duty • Rainbow Six Siege	 Battle Royale (BR) Juegos de último superviviente • Playerunknown's Battlegrounds • Fortnite • H1Z1	 Collectible Card Games (CCG) Juegos de cartas coleccionables • Hearthstone • Clash Royale
 Real Time Strategy (RTS) Juegos de estrategia en tiempo real • Starcraft 2 • World of Tanks	 Fighting Games Juegos de lucha • Tekken 7 • Street Fighter V	 Sport games Simuladores deportivos • FIFA18 • NBA 2K18	 Racing Juegos de conducción • MotoGP 17 • F1 2017 • Gran Turismo Sport • Forza Motorsport 7

Nota: AEVI (Asociación Española de Videojuegos) 2017.

4.4 Profesionalización de los e-sports

A medida que han ido avanzando los años, los *e-sports* se han ido expandiendo, esto ha supuesto mayores premios y, por lo tanto, mayor era el nivel que tenían los competidores, ya que veían una oportunidad de dedicar su vida profesional a competir en el videojuego que les gustaba. Esto suponía que los jugadores invirtieran más horas de su día en jugar/entrenar para ser mejores y así el nivel general de la competencia subía. Esto también suponía un beneficio para los patrocinadores, ya que, a mayor nivel en la competencia, más gente querrá verla y su marca se hará más conocida, haciendo de esto

una bola de nieve.

Si bien en cuanto a salarios, todavía los *e-sports* están lejos de igualarlos con deportes como el fútbol, ya que hay una gran diferencia. Según un informe del insider de la LEC, “LEC Wooloo”, los jugadores de la liga europea de League of Legends, estarían cobrando de media 240.000 € al año, cifra que ni se asoma a los 2,374,402 € que cobra un jugador de primera división en el fútbol español según la página Capology en la liga 24/25 y respaldado por otras páginas que confirman esta cifra como *FootyStats*. En el caso de Caps, el mejor jugador de Europa, que rondaría entre los 300.000 y 400.000 euros anuales. Antiguamente si se podían ver contratos millonarios tanto en Europa como en Estados Unidos hace 4 o 5 años como fue el caso de Perks, un talentoso jugador europeo que se fue a competir a Estados Unidos ya que le ofrecían mayor salario. Para ver hoy en día cifras similares a las de un jugador de fútbol profesional tendríamos que irnos a Corea del Sur, es más normal ver contratos millonarios. El jugador que más cobra es el coreano Faker, reconocido como el mejor del mundo y de la historia, se estima que su salario está entre los 7 y 8 millones de euros anuales.

Los equipos profesionales de las grandes disciplinas del deporte tienen unas instalaciones óptimas para el desarrollo de sus actividades, como es el caso del Real Madrid con su ciudad deportiva en Valdebebas. En el caso de los *e-sports*, una de las que más destaca es *BMW x Fnatic Esports Performance Facility* en Berlín, que son las instalaciones que acogen a todos los equipos competitivos del equipo europeo Fnatic. Entre las instalaciones de este recinto se encuentran salas de alto rendimiento, sala de revisión de partidas, un gimnasio para todo el equipo, una cocina equipada, donde tienen un chef para todo el equipo.

Es crucial poder ofrecer a nuestros jugadores una experiencia integral que cubra todas sus necesidades». Esto, combinado con el personal adecuado en todas las áreas importantes, como la psicología y el rendimiento deportivo, el conocimiento del juego, la gestión y el contenido, proporciona a nuestros jugadores los recursos que necesitan para alcanzar su mejor versión”, añadió el director del equipo de LoL Fnatic. (Zafra, 2022, p. 1)

Otro de los puntos donde los equipos más punteros apuestan para mejorar su equipo, es en la contratación de psicólogos para el buen rendimiento de sus jugadores.

En 2021, en la *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, salió un número dedicado a la psicología dentro de los *e-sports* (García-Naveira, León Zarceño, & González García, 2021), donde se analiza en que áreas la

Pérez Blanco, I. (2025). *Evolución de los e-sports y comparación con los deportes tradicionales*. TFG en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025

psicología podría ayudar a mejorar a los jugadores profesionales, entre las que se encuentran, el entrenamiento psicológico, para mejorar la comunicación en equipos, ya sea dentro o fuera de las partidas, aprender a mejorar en las derrotas o no frustrarse para la siguiente partida, aprender a escuchar, liderar un equipo, entre otras cuestiones.

4.5 Audiencias y negocio de los *e-sports*

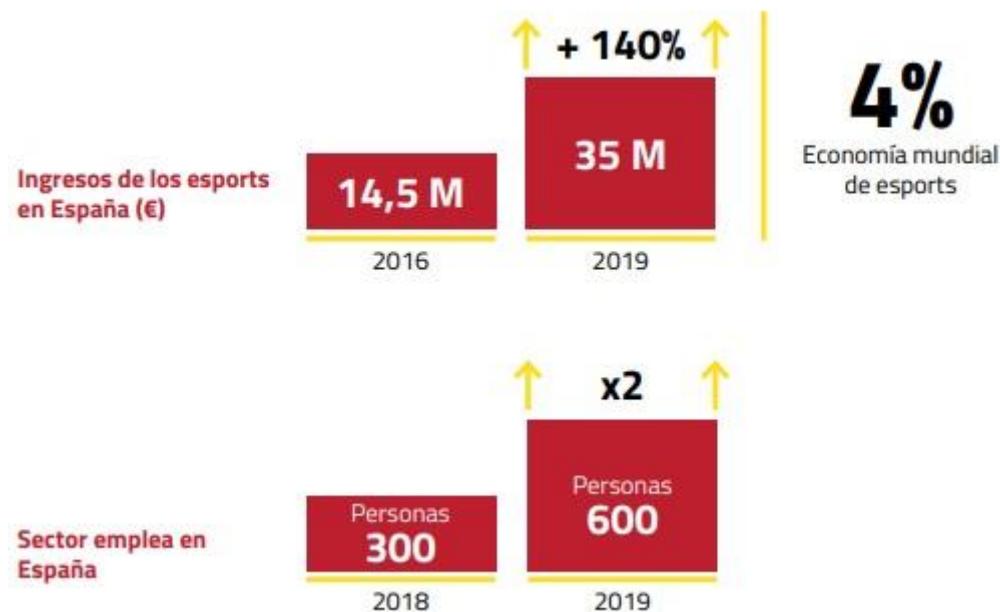
En 2024, Mercedes Leguina, Marta-Eulalia Blanco-García, Iyán Iván-Baragaño, Marta Herráiz y Álvaro Fernández-Luna, publicaron un artículo llamado “Diferencias en el comportamiento y hábitos de menores asociados a los *e-sports* en España en función del tipo de juego” en la revista Retos el 3 de agosto de 2024. Se exponía el crecimiento continuo de público que tenían los *e-sports*. En 2021, la audiencia de los *e-sports* fue de más de 489 millones de espectadores y se espera llegar hasta los 532 millones, lo que supondría un crecimiento de un 8,7%. La mayoría de los espectadores son hombres de entre 21 y 35 años, lo que supone el 31%, siendo el grupo más grande, al que le siguen los comprendidos entre 10 y 20 años, con un 18%. Las mujeres que siguen los *e-sports* se contabilizan con el 34% y el 10% tienen edades comprendidas entre 10 y 20 años. Estos datos los sacaron de Newzoo una página dedicada a la información de videojuegos en PC y consolas.

Según AEVI (Asociación española de videojuegos), en 2019 los *e-sports* generaron 35 millones de euros en España.

Según Newzoo en el año 2019, en España había 2,9 millones de entusiastas de los *e-sports* siendo el doceavo país en audiencia de *e-sports* a nivel mundial, a pesar de ser el trigésimo en población, además de contar con el mayor porcentaje de audiencia de *e-sports* femenina de toda Europa (36%).

Figura 2

Ingresos de los e-sports en España 2016 - 2019



Nota: AEVI (Asociación Española de Videojuegos).

Los *e-sports* estaban en crecimiento en España y se veían como una oportunidad de negocio rentable, tanto es así que las grandes marcas en España empezaron a apostar por este sector, en forma de patrocinio, los tres mayores operadores nacionales de comunicaciones (Movistar, Orange y Vodafone). Movistar ha patrocinado al equipo de G2, Vodafone a *Riders*, por su parte, Orange ha patrocinado a la LVP (Liga de videojuegos de España) que lleva a cabo ligas nacionales de diferentes *e-sports*.

También a lo largo de varios años han ido surgiendo programas tanto en plataformas de streaming como *Twitch* como en canales de televisión, programas específicos que se dedicaban a comentar el mundo de los *e-sports*. En 2016 se creó el programa *Gamers* de MTV España, que trataba de mostrar cómo era la vida y el día a día de los jugadores profesionales de esta disciplina. Para eso recurrieron al equipo de G2, para mostrar sus instalaciones. En 2017, Movistar creó un canal completo dedicado a los *e-sports*, Movistar E-sports. También en 2017, la cadena Gol estrenó su informativo *eSports Generation* y Neox, de Atresmedia, ha retransmitido desde 2017 contenidos de *e-sports* a través de su programa *Neox Games*. En 2018, RTVE, la televisión pública, retransmitió contenido de *e-sports* a través de su plataforma digital *Playz*.

4.6 Los e-sports en Corea del sur

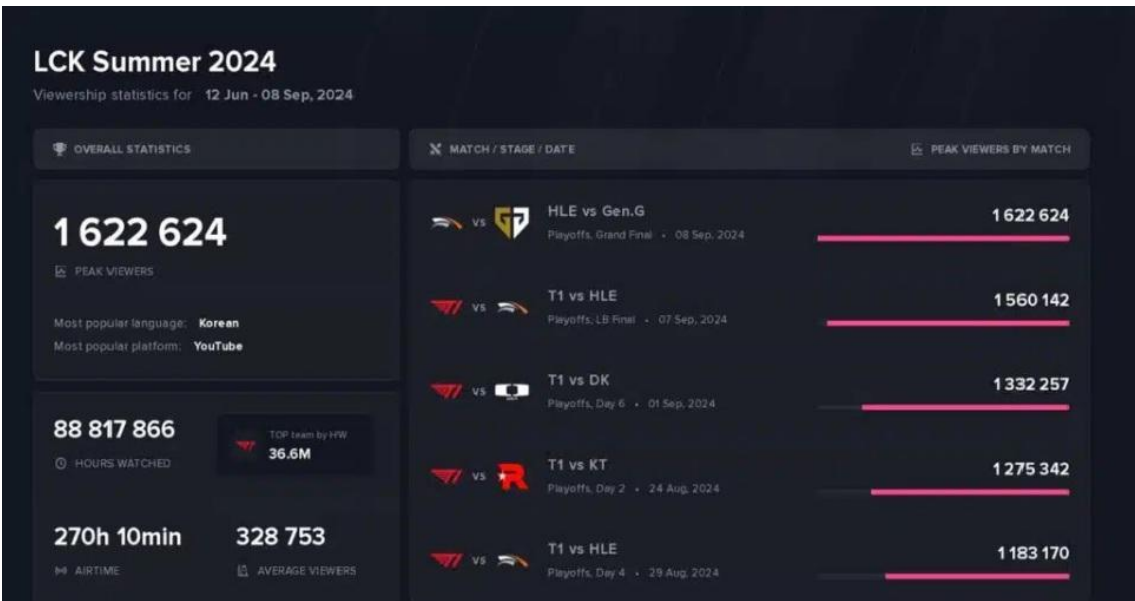
Los e-sports en Asia, aunque se juegan igual que en el resto del mundo, es totalmente diferente, sobre todo en cuanto a la fama que tienen los mejores jugadores de estos videojuegos. Tal es el punto que la selección de Corea del Sur en el año 2023 ganó los Juegos Asiáticos de *League of Legends*. Debido a esta hazaña no tuvieron que hacer el servicio militar obligatorio que el país obliga a todos los varones de entre 18 y 28 años por un periodo de mínimo 18 meses. Esto los iguala con los ganadores de medallas en los juegos olímpicos que tampoco tienen que hacer el servicio militar en Corea del Sur.

Los e-sports están tan arraigados en Corea del Sur, que ya son parte de la cultura del país. Esto se puede ver que en cómo el *Riot Games* ha destinado millones en hacer el LoL Park Seúl, que es el estadio donde se juega la LCK. También en Corea se estima que hay entre 12.000 y 20.000 PC Bangs, según la página SENET, que son como los cibercafés de antaño, aunque mucho más evolucionados, ya que se puede pedir comida, jugar a gran velocidad de internet a cualquier juego.

La liga de Corea del Sur es la más vista de todas las regiones, teniendo un máximo de 1.622.624 espectadores simultáneos, mientras que el promedio de las partidas cuenta con 328.753 espectadores. Tanto *YouTube* como *Twitch* son las principales plataformas donde los coreanos ven este e-sports. Estos datos han sido recopilados de *E-sports Charts*.

Figura 3

Liga de Corea del Sur del LoL, con la audiencia máxima y la media.

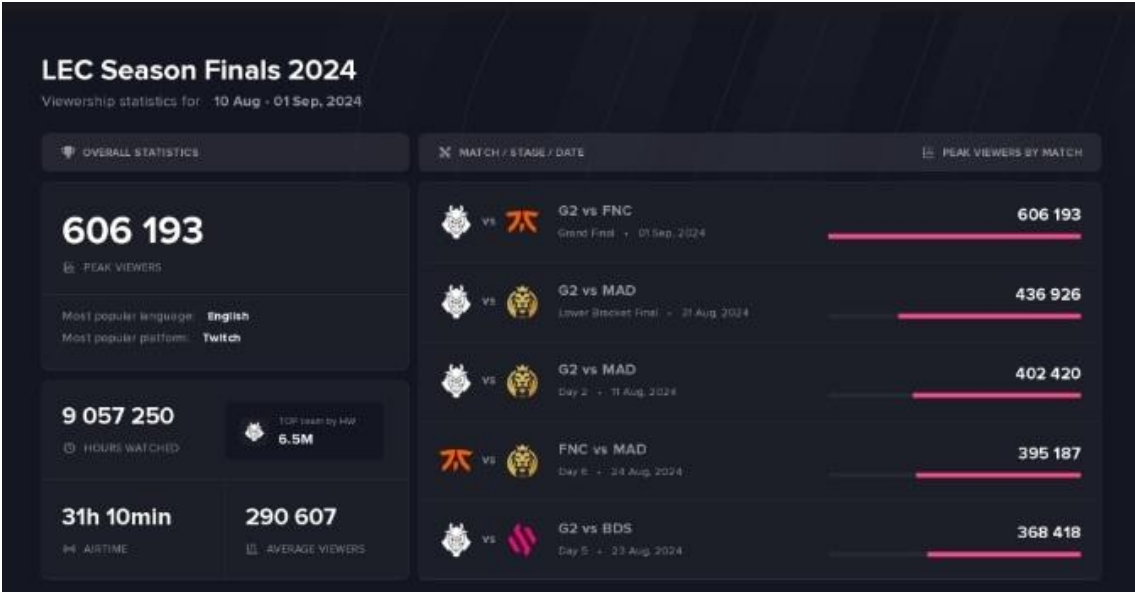


Fuente: E-sports Charts

Cada año van aumentando los espectadores que ven esta competición o similares que se dan en Corea del Sur. En este 2025, el T1 vs HLE fue el partido más visto de la historia de LCK con 1,9 millones de espectadores máximos.

Si comparamos los números de espectadores con los de la LEC, que es la liga europea, y la segunda más vista tras la LCK, la coreana, veremos que el pico máximo de audiencia es superado por los coreanos en más de 1 millón de espectadores. En cambio, la media de espectadores, aunque también inferior a comparación con la LCK, no bajan tanto y la liga europea se posiciona con 290.607 en comparación con los 328.753 de la coreana. También se aprecia que, en la LEC, ninguno de los partidos más vistos sobrepasa el millón de espectadores y en la LCK las cinco partidas más vistas lo hacen.

Figura 4
Liga europea del LoL, con la audiencia máxima y la media.



Nota: E-sports Charts

5 Metodología

En el trabajo se estudiará las diferencias que existen en cuanto a las audiencias que puede tener la liga de fútbol profesional española 24-25, con sus 38 jornadas, respecto a dos torneos de *League of Legends*, como son el Mundial de 2024 y el segundo Split de la liga europea de *League of Legends*, Lec.

También se ha realizado una encuesta para conocer la opinión de las personas que consumen *e-sports*. La encuesta se ha realizado desde el 18 de junio hasta el 2 de julio.

5.1 Muestra de la encuesta

La encuesta ha sido respondida por un total de 61 personas, con edades comprendidas entre 15 y 31 años. Se han elegido estas edades, ya que hay mucha gente que ha seguido los *e-sports* durante bastante tiempo, pero a la vez estos tienen la capacidad de atraer a los más jóvenes. La encuesta ha sido realizada a través de la plataforma de Google de formularios, y se ha invitado a todas aquellas personas que jugaban y seguían el competitivo del *League of Legends*, y a su vez estas personas han ido invitando a más personas, siguiendo la técnica de bola de nieve.

5.2 Enfoque

Con las tres competiciones se compararán las audiencias, haciendo las medias, el pico máximo de audiencia, cuáles son los partidos más vistos y cuáles los que menos. Y los resultados se compararán con las competiciones de *League of Legends* para sacar unos resultados y saber si nuestras hipótesis eran ciertas o equivocadas.

Las preguntas de las encuestas están enfocadas a saber qué piensan las personas dentro del mundo de los *e-sports* de los diferentes apartados que se han ido desarrollando en este Trabajo de Fin de Grado. Las dos primeras preguntas se han realizado para saber qué tipo de personas son las que han respondido a la encuesta y para saber cómo son las personas que ven los *e-sports*, se ha preguntado el género y la edad (categoría de perfil sociodemográfico). Después, vienen las preguntas relacionadas con las audiencias de los *e-sports* (categoría de perfil de audiencia de *e-sports*) otra con la profesionalización de estos (categoría sobre la profesionalización de los *e-sports*), una hace referencia al debate

sobre si los *e-sports* son un deporte o no (categoría sobre condiciones para ser deporte), una al apartado de los negocios dentro de este sector (categoría sobre negocios), otra hace referencia al apartado de los *e-sports* en Corea del Sur (categoría sobre presencia de *e-sports*). Y la última pregunta, relacionada con los medios de comunicación (categoría sobre medios de comunicación).

6 Resultados

6.1.1 Audiencias de la Liga española 24/25

La Liga española de fútbol cuenta con 38 jornadas en las cuales se juegan 10 partidos, de los cuales 1 de ellos es retransmitido en abierto por Gol Televisión y el resto se los reparten entre Movistar y Dazn, aunque algunas televisiones de comunidades autónomas compran los derechos de algunos partidos de equipos de su comunidad, como por ejemplo Telemadrid retransmitió el partido de la jornada 6 entre el Getafe y el Leganés.

Los datos con las audiencias y el share han sido recopilados de la página Fútbol en la TV, que a su vez los obtienen de la consultora audiovisual Barlovento Comunicación.

También motraremos el share del partido más visto cada jornada, para ver cuántas personas que tenían la televisión encendida en ese momento han visto el partido.

Los datos que hemos sacado con la siguiente tabla son que la media de audiencias entre las 38 jornadas es de 318.355 espectadores, mientras que la media del partido con máxima audiencia da un total de 890.526 espectadores, mientras que la mínima da solamente 79.631, lo que da una gran diferencia.

Tabla 1

Datos sobre las jornadas de fútbol de la Liga 2024-2025

Jornada	Audiencia Media	Audiencia Máxima	Menor audiencia	Share del partido más visto	Media sin Barca o Madrid
1	363.000	Mallorca - Real Madrid 829.000	Celta – Alavés 151.000	9,1%	299.626
2	297.000	Barcelona – Athletic 701.000	Leganés - Las Palmas 45.000	10,3%	259.250
3	315.400	Las Palmas - Real Madrid 901.000	Valladolid – Leganés 44.000	9,6%	251.429
4	301.100	Real Madrid –	Leganés –	11,5%	182.125

		Betis 1.228.000	Mallorca 31.000		
5	335.000	Real Sociedad - Real Madrid 670.000	Mallorca – Villarreal 92.000	7,5%	253.625
6	328.100	Villarreal – Barcelona 854.000	Getafe – Leganés 80.000	9.6%	244.125
7	287.000	Real Madrid – Alavés 823.000	Mallorca - Real Sociedad 56.000	6,6%	190.875
8	356.700	Atlético - Real Madrid 1.430.000	Getafe – Alavés 82.000	11,8%	197.750
9	333.000	Real Madrid – Villarreal 624.000	Las Palmas – Celta 72.000	6,2%	265.500
10	360.000	Barcelona – Sevilla 880.000	Mallorca - Rayo Vallecano 120.000	6,8%	252.000
11	382.800	Real Madrid – Barcelona 2.029.000	Valladolid – Villarreal 72.000	17,7%	230.777
12	258.500	Valencia - Real Madrid 756.000	Villarreal - Rayo Vallecano 24.000	6,5%	241.000
13	271.400	Real Sociedad – Barcelona 876.000	Getafe – Girona 84.000	6,7%	197.142
14	347.400	Celta – Barcelona 885.000	Las Palmas – Mallorca 53.000	7,9%	254.875
15	306.100	Real Madrid – Getafe 718.000	Alavés – Leganés 107.000	7,3%	266.875
16	307.300	Girona - Real Madrid 606.000	Leganés - Real Sociedad 107.000	5,7%	238.500
17	345.600	Barcelona – Leganés 1.076.000	Espanyol – Osasuna 75.000	8,4%	262.625
18	329.200	Barcelona – Atlético 1.118.000	Leganés – Villarreal 59.000	10,1%	207.250
19	290.560	Athletic - Real Madrid 1.010.000	Las Palmas – Getafe 92.000	7,7%	228.750
20	291.600	Getafe – Barcelona 670.000	Espanyol – Valladolid 127.000	6%	222.000
21	331.400	Barcelona – Valencia 1.077.000	Las Palmas – Osasuna 124.000	8,2%	237.875
22	317.700	Espanyol - Real Madrid	Osasuna - Real Sociedad	7,0%	224.875

		816.000	126.00		
23	388.900	Real Madrid – Atlético 1.043.000	Alavés – Getafe 84.000	8,5	211.250
24	375.800	Barcelona - Rayo Vallecano 1.026.000	Leganés – Alavés 93.000	7,4%	283.750
25	335.400	Las Palmas – Barcelona 811.000	Alavés – Espanyol 116.000	7,3%	253.500
26	291.000	Barcelona - Real Sociedad 781.000	Mallorca – Alavés 116.000	7,7%	254.429
27	351.000	Barcelona – Osasuna 831.000	Athletic – Mallorca 150.000	6,4	278.375
28	373.000	Atlético – Barcelona 1.713.000	Osasuna – Getafe 105.000	12,7%	198.625
29	321.600	Real Madrid – Leganés 524.000	Getafe – Villarreal 103.000	4,9%	256.625
30	326.800	Barcelona – Betis 890.000	Las Palmas - Real Sociedad 104.000	8,5%	235.000
31	314.300	Leganés – Barcelona 803.000	Real Sociedad – Mallorca 105.000	7,8%	225.000
32	310.000	Real Madrid – Athletic 868.000	Mallorca – Leganés 102.000	7,3%	222.625
33	307.900	Getafe – Real Madrid 922.000	Leganés – Girona 66.000	7,5%	165.250
34	315.300	Valladolid – Barcelona 874.000	Villarreal – Osasuna 109.000	8,7%	248.375
35	328.100	Barcelona – Real Madrid 1.629.000	Mallorca – Valladolid 88.000	16,1%	228.222
36	297.400	Espanyol – Barcelona 911.000	Villarreal – Leganés 36.000	7,2%	231.125
37	193.166*	Barcelona – Villarreal 444.000	Valencia – Athletic 66.000	4,7%	131.000
38	212.000	Athletic – Barcelona 723.000	Alavés – Osasuna 37.000	6,6%	124.000

Fuente: elaboración propia

6.1.2. Mundial de *League of Legends*

El mundial de *League of Legends* se celebró del 25 de septiembre al 2 de noviembre de 2024, con una fase inicial celebrada en Berlín, Alemania, mientras que la final se celebró

Pérez Blanco, I. (2025). *Evolución de los e-sports y comparación con los deportes tradicionales*. TFG en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025

en Londres, Reino Unido.

Para la comunidad española de *League of Legends*, tanto el canal de la LVP (liga de videojuegos profesional) como Ibai fueron quienes retransmitieron este torneo, a modo de *costreaming* del canal oficial de *Riot Games*.

Las siguientes capturas son tomadas de la página web *TwitchTracker*, donde podemos ver todos los *streamings* que fueron realizados por parte de Ibai para el mundial del LoL, junto con su duración, la audiencia media de cada *streaming*, la máxima.

Figura 5

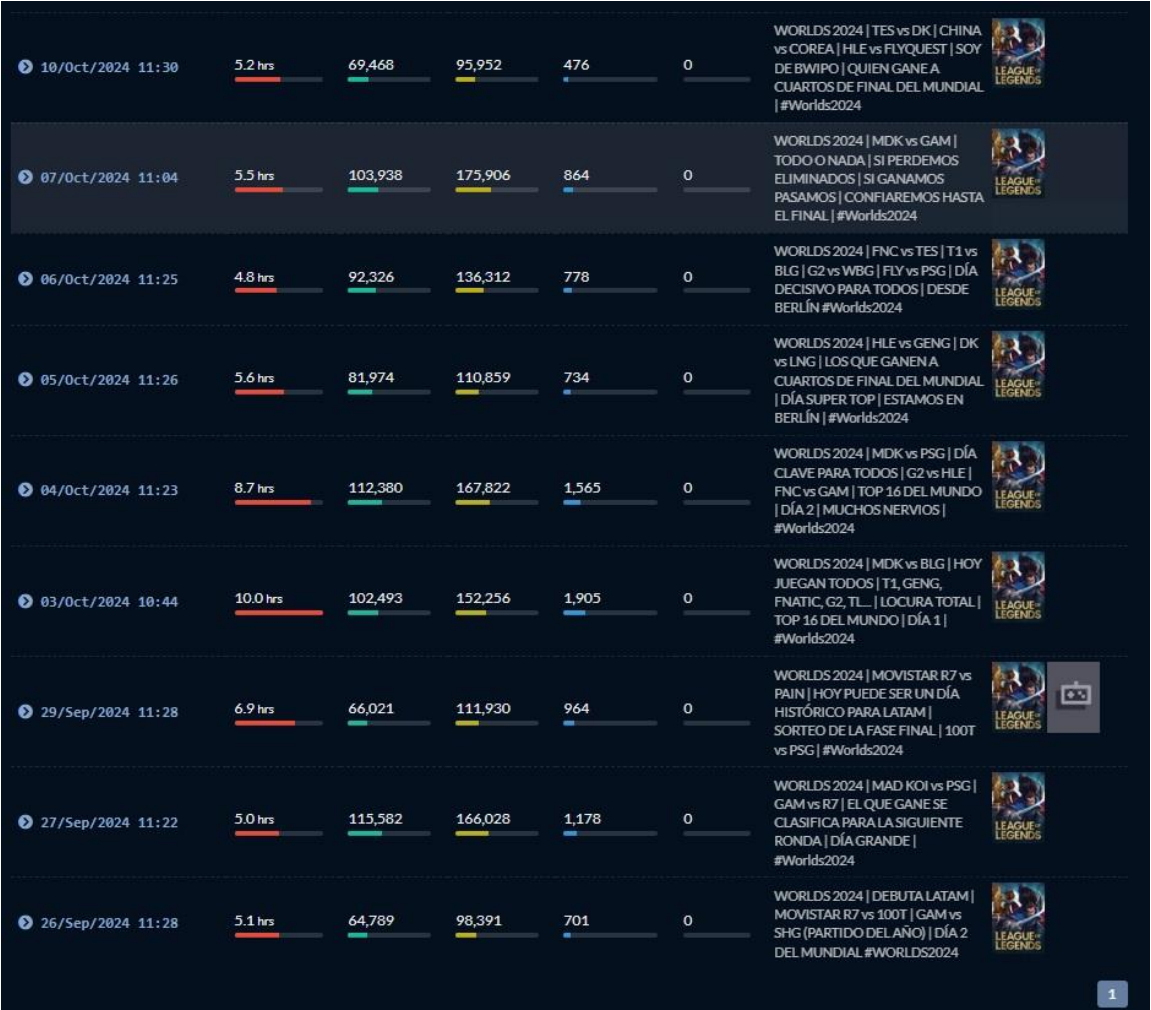
La audiencia media y la máxima del mundial del LoL en el canal de Ibai

Stream ▾	Duration ▴	Avg Viewers ▴	Max Viewers ▴	Followers ▴	Views ▴	Title #Worlds2024	Games ▴
02/Nov/2024 12:43	6.3 hrs	276,129	406,970	8,263	0	GRAN FINAL WORLDS 2024 T1 vs BLG HOY SE DECIDE EL CAMPEÓN DEL MUNDO DESDE LONDRES PARTIDO DEL AÑO #Worlds2024	
27/Oct/2024 12:04	5.0 hrs	161,141	234,212	2,579	0	WORLDS 2024 T1 vs GENG EL PARTIDO DEL AÑO SEMIFINALES DE WORLDS TODO O NADA AL MEJOR DE 5 #Worlds2024	
20/Oct/2024 11:32	7.2 hrs	98,805	179,070	1,434	0	WORLDS 2024 GENG vs FLYQUEST CUARTOS DE FINAL DE WORLDS DÍA DE SONAR DÍA DE TENER FE #Worlds2024	
19/Oct/2024 11:30	3.4 hrs	114,486	148,036	869	0	WORLDS 2024 T1 vs TES FAKER QUIERE LA QUINTA QUIERE EL QUINTO MUNDIAL MEJOR DE 5 TODO O NADA #Worlds2024	
18/Oct/2024 11:29	4.3 hrs	84,457	119,113	448	0	WORLDS 2024 HLE vs BLG CAMPEÓN DE COREA vs CAMPEÓN DE CHINA CUARTOS DE FINAL AL MEJOR DE 5 #Worlds2024	
17/Oct/2024 11:32	4.5 hrs	74,138	93,054	573	0	WORLDS 2024 CUARTOS DE FINAL LNG vs WBG SUPER DUELO CHINO AL MEJOR DE 5 TODO O NADA #Worlds2024	
13/Oct/2024 11:29	9.4 hrs	105,304	185,474	1,470	0	WORLDS 2024 DK vs WBG G2 vs BLG FLY vs TL DÍA DE TODO O NADA LOS QUE PIERDAN ELIMINADOS LOS QUE GANEN A CUARTOS #Worlds2024	
12/Oct/2024 11:30	5.7 hrs	81,549	121,408	869	0	WORLDS 2024 FNATIC vs WBG QUIEN PIERDA ELIMINADO TODO O NADA HOY SORTEO TL vs GAM FASE DECISIVA DEL MUNDIAL #Worlds2024	
11/Oct/2024 11:25	4.3 hrs	90,443	146,519	672	0	WORLDS 2024 G2 vs T1 EL PARTIDO DEL AÑO HOY O NUNCA QUIEN GANE A LOS CUARTOS DE FINAL BLG vs PSG #Worlds2024	

Nota: TwitchTracker 2025.

Figura 6

Audiencias máximas y la media del mundial del LoL en el canal de IbaiFuente:



TwitchTracker 2025.

Si hacemos la media de las 18 retransmisiones que se dieron para el mundial de LoL en el canal de Ibai nos sale que la media de espectadores fue de TAP espectadores por retransmisión, mientras que los espectadores máximos de media dan 158.295. Cabe destacar que cada retransmisión no solo se da un partido, sino todos los partidos que se realizan en ese día, por eso las retransmisiones suelen durar más de 5 horas.

6.1.3. Segundo Split de la temporada 2025 de la LEC

Esta vez el canal desde donde se retransmitirá esta competencia será el de Knekro, que hará el *costreaming* oficial para habla hispana. Este Split comenzó el 29 de marzo y terminó el 8 de junio con la victoria de *Movistar Koi*, equipo español.

Al contrario que el mundial, este torneo tiene dos fases, donde la principal es en un formato liga, y después se clasifican varios equipos para una fase eliminatoria.

Si hacemos, la media de la audiencia media no da un total de 40.414, mientras que la media de la audiencia máxima es de 57.910.

Figura 7

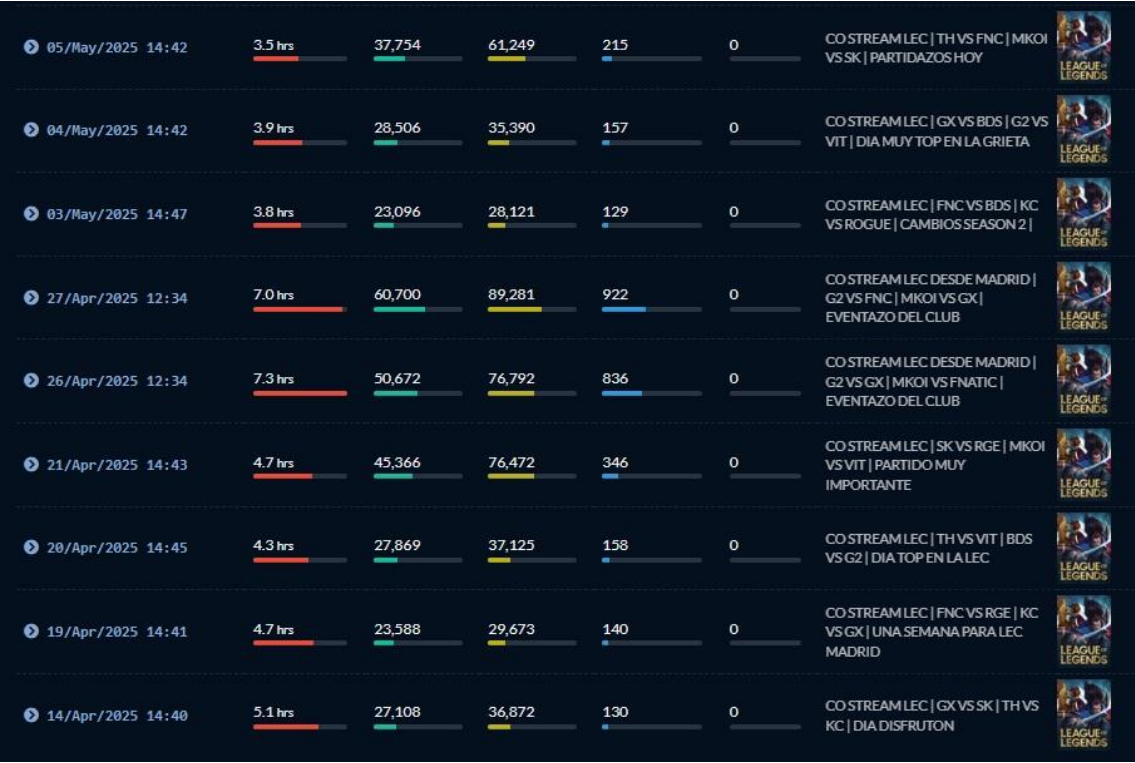
Audiencias máximas y la media del segundo Split de la liga europea del LoL en el canal del Knekro

Stream ▾	Duration ▾	Avg Viewers ▾	Max Viewers ▾	Followers ▾	Views ▾	Title	Games ▾
08/Jun/2025 14:31	4.9 hrs	103,077	145,054	2,049	0	CO STREAM LEC MKOI VS G2 FINAL CONFIAMOS 100% EN LOS CHAVALES	
07/Jun/2025 14:34	4.8 hrs	71,561	98,167	955	0	CO STREAM LEC MKOI VS KC BOS SEMIFINALES POR UN PUESTO EN LA FINAL, MSI Y EWC	
02/Jun/2025 14:44	2.8 hrs	36,171	48,025	172	0	CO STREAM LEC FNC VS KC DE AQUI SALE NUESTRO RIVAL	
01/Jun/2025 14:42	4.0 hrs	34,522	44,577	159	0	CO STREAM LEC KC VS TH DIGREF SIEMPRE GANA? EL QUE PIERDA FUERA, MAÑANA SABEMOS NUESTRO RIVAL	
31/May/2025 14:41	3.9 hrs	30,095	36,931	168	0	CO STREAM LEC FNC VS GX EL QUE PIERDA ESTA FUERA	
26/May/2025 14:28	4.3 hrs	57,839	79,246	494	0	CO STREAM LEC MKOI VS G2 EL QUE GANE A LA FINAL Y PUESTO EN EL MSI VAMOS CON TODO!	
25/May/2025 14:34	5.2 hrs	76,527	104,001	884	0	CO STREAM LEC MKOI VS KC BOS HISTORICO, DIA DE LUCHAR Y SOÑAR	
24/May/2025 14:45	3.6 hrs	32,411	43,257	192	0	CO STREAM LEC G2 VS FNC BOS PLAYOFFS MKOI MAÑANA	
12/May/2025 14:54	3.5 hrs	40,868	62,487	165	0	CO STREAM LEC TH VS GX MKOI VS RGE HOY SE DECIDE TODO	
11/May/2025 14:45	5.0 hrs	29,135	42,738	168	0	CO STREAM LEC VIT VS SK G2 VS KC EVENTO KC	
10/May/2025 14:48	6.1 hrs	25,667	29,688	146	0	CO STREAM LEC NUEVA SETUP G2 VS SK KC VS VIT EVENTO DE KARMINÉ	

Nota: TwitchTracker.

Figura 8

Audiencias máximas y la media de audiencia del segundo Split de la liga europea del LoL en el canal del Knekro



Nota: TwitchTracker.

Figura 9

Audiencias máximas y la media de audiencia del segundo Split de la liga europea del LoL en el canal del Knekro

Stream ▾	Duration ▴	Avg Viewers ▴	Max Viewers ▴	Followers ▴	Views ▴	Title	Games ▴
13/Apr/2025 14:43	4.2 hrs	40,792	67,405	304	0	COSTREAM LEC VIT VS FNC BDS VS MKOI VAMOS MOVISTAR KOI!!!	LEAGUE LEGENDS
12/Apr/2025 11:37	6.6 hrs	22,275	28,507	217	0	COSTREAM LEC TH VS BDS RGE VS G2 KC VS SK JORNADITA INTENSA, ULTIMO DIA DE TRES BO3	LEAGUE LEGENDS
07/Apr/2025 14:38	4.3 hrs	40,571	68,423	1,162	0	COSTREAM LEC RGE VS GX TH VS MKOI NECESITAMOS ESTA VICTORIA GOGOGO!!!	LEAGUE LEGENDS
06/Apr/2025 14:42	4.7 hrs	29,844	40,384	185	0	COSTREAM LEC SK VS BDS FNC VS KC SE VIENE DIA INTENSO	LEAGUE LEGENDS
05/Apr/2025 11:39	5.9 hrs	22,465	29,378	206	0	COSTREAM LEC RGE VS VIT KC VS BDS TH VS G2 JORNADA MUY TOP	LEAGUE LEGENDS
31/Mar/2025 14:45	4.8 hrs	22,367	32,198	121	0	COSTREAM LEC BDS VS ROGUE FNC VS SK LOS MEJORES PARTIDOS EN EL DIA DE HOY	LEAGUE LEGENDS
30/Mar/2025 14:32	5.0 hrs	49,643	83,694	450	0	COSTREAM LEC GX VS VIT KC VS MKOI SE VIENE PARTIDAZO	LEAGUE LEGENDS
29/Mar/2025 12:35	7.5 hrs	41,090	66,888	649	0	COSTREAM LEC FNC VS GX TH VS ROGUE G2 VS MKOI VUELVE LA LEC, TODO BO3 FEARLESS	LEAGUE LEGENDS

Fuente: TwitchTracker

Viendo los resultados de las audiencias, queda claro que a los *e-sports* todavía le queda recorrido para poder llegar a tener la misma visibilidad que el fútbol hoy en día, pero se pueden sacar algunas conclusiones de la recopilación de las audiencias de las tres competiciones.

En primer lugar, vemos cómo la media de espectadores cada jornada en el fútbol son de 318.355 espectadores, mientras que la máxima audiencia por jornada es de 890.526 espectadores, lo que supone una subida del 179% o aproximadamente 2,8 veces más espectadores. Por el contrario, la audiencia mínima por jornada está en los 79.631, que con respecto a la audiencia media significa una bajada del 74,95% o casi 3/4 de la audiencia. Con estos resultados podemos ver que tanto la máxima de espectadores como la mínima distan bastante de la media, lo que quiere decir que los partidos más vistos como los del Barcelona o Real Madrid tienen mucha repercusión en las audiencias de la liga, ya que en algunos casos superan el millón de espectadores. Pero también, que decaigan mucho las personas que ven el fútbol cuando no son partidos tan interesantes y

solamente $\frac{1}{4}$ parte de la gente que suele seguir el fútbol lo vea en estos casos.

Al comparar estos datos de la liga de fútbol de España 24/25 con los del mundial de *League of Legends* de 2024, veremos que la audiencia media es mayor en la liga, un 302,32%. Y si contamos la audiencia máxima entre las dos competiciones, veremos que la distancia se separa bastante más, ya que da un 562%. Con esto podemos ver qué gran parte de la audiencia de la liga se la llevan normalmente 2 equipos, el Real Madrid y el Barcelona. Si quitamos a estos dos equipos de la liga, la media de espectadores quedaría en 230.421, lo que supone una disminución del 27.62%. Comparando esta nueva media de la liga con la del mundial, daría que la liga sigue siendo un 118,86% más vista que el Mundial del LoL

De las 38 jornadas de la liga, en 25 ocasiones la media de espectadores del mundial de *League of Legends* supera la media del partido menos visto de la jornada.

Con el segundo Split de la liga europea de *League of Legends*, los espectadores bajan drásticamente, ya que el formato liga es menos seguido que un torneo eliminatorio como lo era el del mundial. El porcentaje de audiencia es un 688% mayor en la liga que en el Split 2 de la liga europea o 7,88 veces mayor.

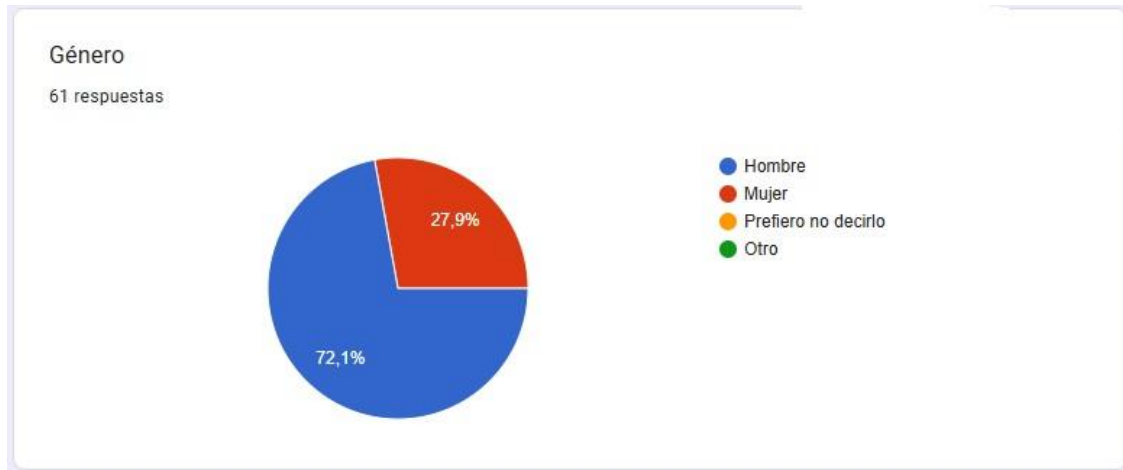
6.2 Resultados de la encuesta

La encuesta se ha realizado entre personas que consumen *e-sports* y deja varias conclusiones acerca de este mundo.

La primera pregunta se ha utilizado para conocer el sexo de las personas que han realizado la encuesta, siendo un 72,1% de los 61 participantes hombres, mientras que el 27,9% restantes son mujeres. Con ello se puede ver cómo el sector de los videojuegos y *los e-sports* todavía está mayoritariamente conformado por hombres.

Gráfico 1

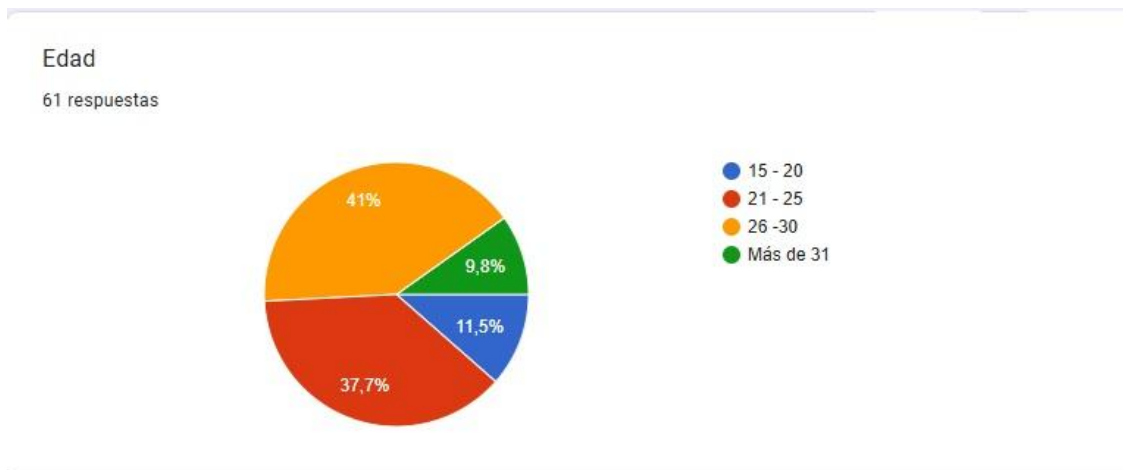
Género de los encuestados



La siguiente pregunta fue la edad de los participantes, siendo el grupo mayoritario entre 26 y 30 años con un 41%, aunque seguido muy de cerca por el de 21 – 25, estos resultados demuestran que los *e-sports* y sobre todo el *League of Legends* ya llevan años de trayectoria, y no es algo relativamente reciente, ya que el competitivo del LoL lleva más de 14 años funcionando.

Gráfico 2

Edad de los encuestados



La siguiente pregunta tiene la intención de conocer la frecuencia con que la gente consume contenido relacionado con los *e-sports*. Un 47,5% ha respondido que varias veces a la semana, siendo la segunda opción una vez a la semana con un 31,1% y las dos últimas opciones, de vez en cuando, con 11,5% y todos los días con un 9,8%. Con estos

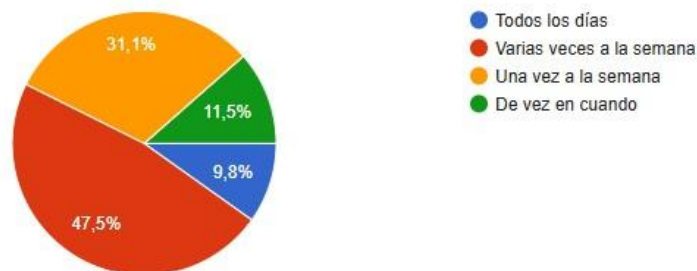
resultados se entiende que las personas que consumen *e-sports* suelen ver por lo menos una competición a la semana.

Gráfico 3

Frecuencia de consumo de e-sports

¿Con qué frecuencia consumes contenido relacionado con e-sports (competencias, streamings, noticias, etc.)?

61 respuestas



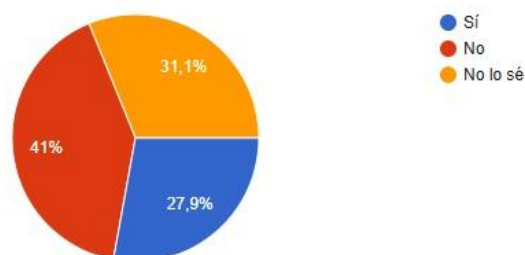
Otra pregunta de la encuesta es si consideran que los *e-sports* están tan profesionalizados como lo están otros deportes más tradicionales como el fútbol o baloncesto. La gran mayoría piensa que todavía no se ha llegado a ese punto, con un 41%, el 31,1% no lo sabe, mientras que el 27,9% cree que sí. Al contrario de lo que hemos visto en el TFG, es normal que muchas personas que solamente consumen los torneos de *e-sports* no sepan todo el trabajo que hay detrás de cada equipo en el mundo de los *e-sports*.

Gráfico 4

Profesionalización de los e-sports

¿Consideras que los e-sports están tan profesionalizados como los deportes tradicionales (fútbol, baloncesto, etc.)?

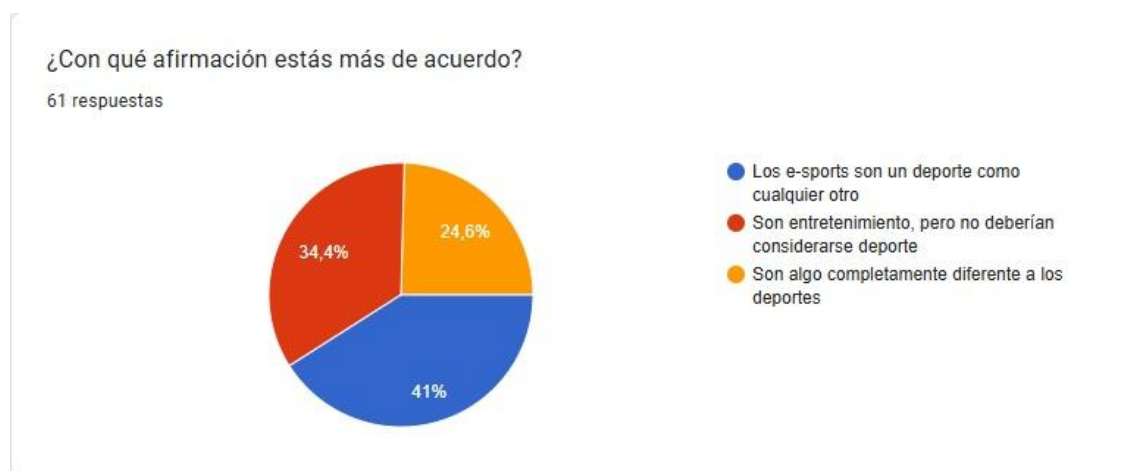
61 respuestas



Una de las preguntas realizadas en la encuesta es si consideran que los *e-sports* son un deporte. En España todavía no se los considera deporte todavía, pero en otros países como Corea del Sur o Francia ya son reconocidos como tal. Casi la mitad de la gente, con un 41%, cree que, si debiesen de considerarse como cualquier otro deporte, mientras que con un 34,4% piensan que son entretenimiento y el 24,6% que son algo totalmente diferente a los deportes.

Gráfico 5

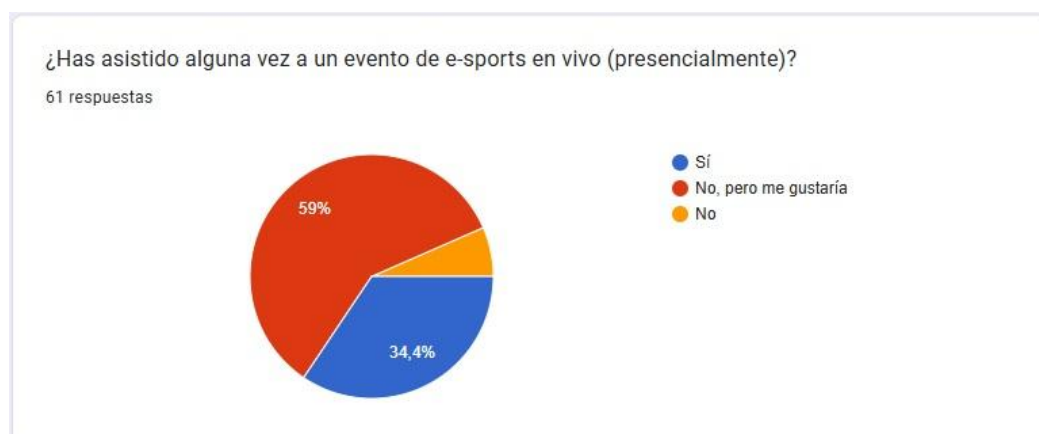
Consideración como deporte



Una de las formas de saber si negocio va bien, es ver cuantas personas van a las competiciones, por eso he preguntado cuantas personas han ido o quieren ir a los eventos en vivo. Un 59% no han ido, pero les gustaría, mientras que el 34,4% si ha podido ver alguna competición en directo, solamente un 6,6% ni ha ido ni le gustaría.

Gráfico 6

Asistencia presencia a e-sport



En el TFG se ha visto que en Corea del Sur los *e-sports* son mucho más vistos y reconocidos que aquí, por eso he preguntado a los participantes de la encuesta si creen que en algún momento occidente estará al nivel de Corea del Sur en este aspecto. Y un 41% cree que ambas regiones crecerán todavía más en el ámbito de los *e-sports*. Mientras que un 32,8% cree que Corea del Sur seguirá liderando los *e-sports* y un 26,2% cree que los igualaremos.

Gráfico 7

Popularidad de los e-sports



Otra de las preguntas está relacionada con las audiencias y la opinión que tienen si en algún momento los *e-sports* podrán llegar a igual a deportes como el fútbol o si hay algún condicionante para que esto ocurra. La amplia mayoría cree que sin el Barcelona o el Real Madrid sí se pudiera llegar a tener una audiencia similar. Mientras que el 36,1% piensa que en ningún caso se podría llegar a igual, el 16,4% dice que sí, incluso con estos dos equipos.

Gráfico 8

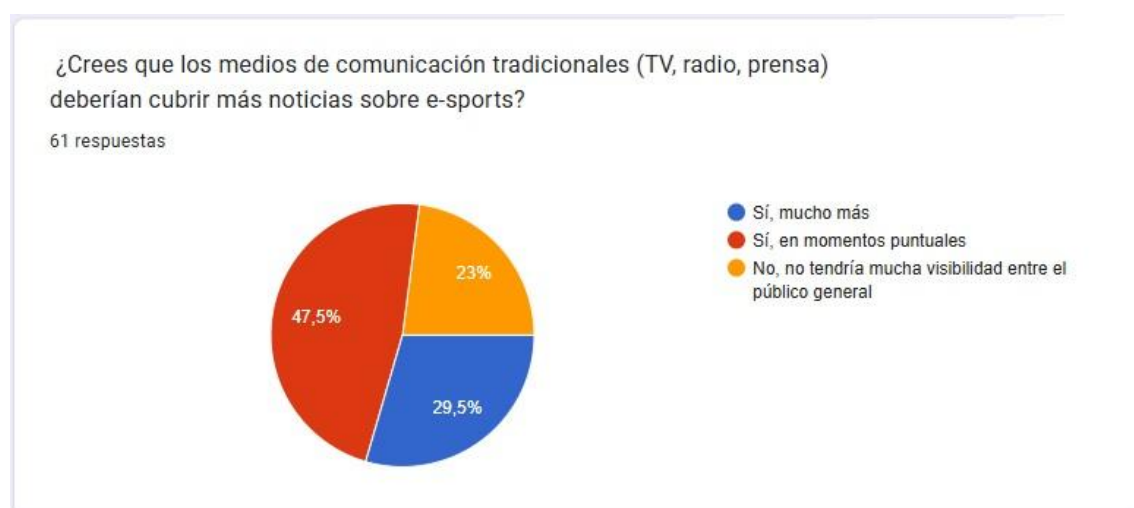
Audiencias de e-sports



Y por último, he preguntado si creen que debería haber más noticias de *e-sports* en los medios de comunicación más tradicionales. Un 47,5% cree que en algunos momentos puntuales sí se debería tener más en consideración los *e-sports* en los medios de comunicación, 29,5% piensa que mucho más, mientras que el 23% piensa que no interesa al público general.

Gráfico 9

Presencia de e-sports en medios de comunicación



7. Conclusiones

Después de haber realizado el Trabajo de Final de Grado, puedo afirmar que los *e-sports* son ya una realidad, un entretenimiento más y que en muchos países son ya considerados oficialmente como deportes como Corea del Sur, China, Estados Unidos o Francia.

Los *e-sports* han pasado de ser un nicho a un fenómeno mundial en el que todo el mundo puede verlo, gracias a las retransmisiones en abierto en varias plataformas como *Twitch* o *YouTube* pero, además, al igual que otros deportes tradicionales se puede ir a ver en vivo pagando una entrada, por ejemplo, aquí en España se celebraron los cuartos de final y las semifinales del mundial de LoL en 2019 en el Palacio de Vistalegre en Madrid y este año se celebrará la final de la LEC en el mismo lugar.

Junto con la globalización que han sufrido los *e-sports* también hemos visto como se ha profesionalizado todo el sector. Desde los propios jugadores, afrontando esto como un trabajo, y los clubs, proporcionando todo lo necesario para que los jugadores puedan sacar su mayor rendimiento, desde espacios para entrenar, entrenadores, psicólogos, buenos salarios, etc.

En Corea del Sur, el mundo de los *e-sports* vemos que es tan visto como deportes más tradicionales y que figuras como Faker, son tan reconocidas allí como aquí lo pueden ser los mejores jugadores del mundo como Messi o Cristiano Ronaldo.

En cuanto a las audiencias, en los resultados, he podido ver cómo la primera hipótesis se ha confirmado, aunque a en un principio las audiencias de la liga de fútbol española son bastante superiores a las del mundial del LoL de 2024 o las del segundo Split de la liga europea de League of Legends, LEC. Pero eso es sobre todo a la influencia que tienen equipos que son muy internacionales como el Real Madrid o el Barcelona. Al quitar a estos dos equipos de la ecuación hemos podido comprobar como los resultados son mucho más parejos y aunque el fútbol sigue siendo más visto ya no lo es por tanta diferencia. También, he podido confirmar la segunda hipótesis, ya que he comprobado que algunas retransmisiones de *League of Legends* superan en audiencia media a varios partidos de liga.

También con la investigación he comprobado que la profesionalización del sector es equiparable a la de otros deportes más tradicionales, ya que los equipos de ambos deportes

ayudan a sus jugadores, con psicólogos, gimnasios, entrenadores, centros de alto rendimiento, por lo que la tercera hipótesis sería correcta. La cuarta hipótesis he podido comprobar que es correcta gracias a páginas como *FootyStats*, donde se desglosan los salarios de muchos jugadores de la liga de fútbol de España y también la media de lo que se cobra como jugador en esta liga, y compararlo con los mejores jugadores de liga europea de *League of Legends* y ver que actualmente los salarios de jugadores europeos y norteamericanos han bajado bastante respecto a hace cinco años y ya no se firman contratos que iguallen a los de los jugadores de la liga de fútbol española, por lo que la cuarta hipótesis sería errónea. Aunque en Corea del Sur si se ven contratos que podrían competir con los salarios de varios futbolistas.

De la encuesta realizada podemos deducir varias cosas, como que todavía falta para que las mujeres sean el 50% dentro de la industria de los videojuegos y, en consecuencia, de los *e-sports*. Otra es que las principales edades de los participantes en la encuesta han sido las comprendidas entre 26 -30 y 21 – 25, siendo lógico que estas sean las edades que más vena los *e-sports*, ya que el competitivo del *League of Legends* lleva existiendo por lo menos desde hace 14 años y más antiguas son las competiciones de *Starcraft*, *Counter Strike*, entre otros muchos *e-sports*. También se puede ver que la mayoría de gente que sigue las competiciones de *e-sports* las suele seguir todas las semanas, normalmente de viernes a domingo que suele ser cuando se realizan, un 47,5% ha contestado que las consume varias veces a la semana, de esto podemos deducir que es un público bastante fiel. Una parte importante de los encuestados, el 41% piensa que los *e-sports* están tan profesionalizados como el fútbol o baloncesto, mientras que el 31,1% no lo sabe y el 27,9% piensa lo contrario. Con estos datos pienso que hay una percepción no muy clara sobre qué tanto trabajo hay detrás de todos los equipos y jugadores de *e-sports*, ya que mucha gente solamente ve las competiciones y como los jugadores compiten pero a diferencia de otros deportes como el fútbol nadie graba los entrenamientos o no se habla de estos en ningún medio como pasa con otros deportes más tradicionales, tampoco al no haber normalmente lesiones no se habla de los equipos médicos, normalmente en estos casos suelen ser más psicólogos, por eso creo que la profesionalización de los equipos de *e-sports* no suele ser tan conocida para el público general. La gran mayoría, casi un 60% les gustaría acudir a un evento de *e-sports*. Esto demuestra la excelente salud de la industria, por lo menos en los eventos, ya que normalmente hacen grandes torneos y suelen agotar las entradas, como pasó en 2023 con la gran final de Superliga en Zaragoza,

Pérez Blanco, I. (2025). *Evolución de los e-sports y comparación con los deportes tradicionales*. TFG en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025

según Aragón Digital, publicado en 2023.

Otro punto que he preguntado es si creen que en occidente llegaremos a la magnitud de popularidad que tienen los *e-sports* en Corea del Sur y el 41% cree que el sector de los *e-sports* seguirá creciendo en ambas regiones, por los encuestados creen que todavía este sector no ha terminado de crecer y todavía le queda mucho para que llegue a su pico máximo de audiencia. En relación con esto, la mayoría, un 47,5% cree que, si no estuvieran equipos mundialmente conocido como el Barcelona o el Real Madrid, la audiencia que tienen los *e-sports* y deportes como el fútbol, llegarían a estar igualadas. Como hemos podido comprobar en el TFG, es cierto que algunas jornadas del mundial del LoL han llegado incluso a superar a varios partidos de la liga de fútbol 24/25.

Y en relación con los medios de comunicación muchos encuestados piensan que se debería hablar más de los *e-sports* en la prensa, televisión o radio, ya que creen que atraería aún más personas a este sector, pero también ya que actualmente son lo suficientemente grandes los *e-sports* para que mucha gente le interese determinadas noticias de *e-sports*.

Bibliografía

Baker, C. (2018c, junio 25). Stewart brand recalls first ‘Spacewar’ video game tournament. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/stewart-brand-recalls-first-spacewar-video-game-tournament-187669/>

Blanco-García, M., Leguina, M., Iván-Baragaño, I., Herráiz, M., & Fernández-Luna, Á. (2024). *Diferencias en el comportamiento y hábitos de menores asociados a los esports en España en función del tipo de juego*. *Retos*, 57, 731-739. <https://doi.org/10.47197/retos.v57.103937>

ESL Gaming. (2019b, abril 30). “Quake changed my perception”: a chat with ESL CEO and co-founder Ralf Reichert - ESL. *ESL*. <https://esl.com/article/quake-changed-my-perception-a-chat-with-esl-ceo-and-co-founder-ralf-reichert/>

Exclusive: Everything about LEC salaries unveiled | LEC Wooloo. (s. f.-c). <https://www.sheepesports.com/es/articles/exclusive-everything-about-lec-salaries-unveiled-or-lec-wooloo/en>

Pérez Blanco, I. (2025). *Evolución de los e-sports y comparación con los deportes tradicionales*. TFG en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025

Fnatic x BMW - Esports Performance Facility - Fnatic. (s. f.-b). Fnatic. https://fnatic.com/news/fnatic-partners-with-bmw-to-open-brand-new-esports-performance-facility-in-berlin?utm_source=chatgpt.com

GM, A. (2024c, enero 10). ¿Cuál fue el primer videojuego? Esta es la historia de un pasatiempo universal. *Historia National Geographic*. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/cual-fue-primer-videojuego-esta-es-historia-pasatiempo-universal_20123

González, D. (2024b, noviembre 4). LoL: La final de Worlds 2024 se convierte en el evento de eSports más visto de la historia y rompe récords. *Vandal*. <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350775481/lol-la-final-de-worlds-2024-se-convierte-en-el-evento-de-esports-mas-visto-de-la-historia-y-rompe-records/>

Libro blanco de los esports en España. (2017). En *AEVI*. Recuperado 3 de julio de 2025, de https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf

Martínez, P. S., & Martínez, P. S. (2024b, septiembre 6). ¿Cómo se llamó el primer videojuego del mundo? *Billiken*. <https://billiken.lat/interesante/cual-fue-el-primer-videojuego-de-la-historia/>

PC Bang: una Guía de los Cibercafés Coreanos | SENET Blog. (2024b, noviembre 20). SENET. <https://senet.cloud/es/blog/pc-bang-guide>

Pérez, L. (2023b, septiembre 29). Faker evita el servicio militar y consigue el último título que le faltaba. *MARCA*. <https://www.marca.com/videojuegos/league-of-legends/2023/09/29/651712b246163fb6118b45a8.html>

Redacción, & Redacción. (2023b, enero 27). Agotadas en un día las 2.000 entradas para la final de LoL en Zaragoza. *Aragón Digital*. <https://www.aragondigital.es/articulo/zaragoza/agotadas-en-un-dia-las-2-000-entradas-para-la-final-de-lol-en-zaragoza/20230127104049805985.html>

Robles, A. (2024b, abril 7). Audiencias de la final de la Copa del Rey 2024: cinco millones de telespectadores vieron la tanda de penaltis entre Athletic y Mallorca en TVE. *Relevo*. <https://www.relevo.com/futbol/copa-del-rey/audiencias-final-copa-cinco-millones-20240407110559-nt.html>

Rubio, C., & Rubio, C. (2024b, septiembre 10). Audiencia de la LCK 2024 Summer Split - Esports Bureau. Revista online profesional sobre esports. *Esports Bureau. Revista online profesional sobre esports - Noticias de esports enfocado a negocios B2B, con el objetivo de dar a conocer el sector a empresas privadas y a instituciones públicas*.

Pérez Blanco, I. (2025). *Evolución de los e-sports y comparación con los deportes tradicionales*. TFG en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025

<https://esportsbureau.com/audiencia-de-la-lck-2024-summer-split/>

Rtve, P. (2024b, agosto 5). La 1 (23,5%) logra su mejor registro de Juegos Olímpicos y la final de tenis Djokovic-Alcaraz es lo más visto del mes. *RTVE.es*.
<https://www.rtve.es/rtve/20240805/1-235-logra-su-mejor-registro-juegos-olimpicos-final-tenis-djokovic-alcaraz-mas-visto-del-mes/16208760.shtml>

Seúl, D. F. C. H. S. E. (2024b, noviembre 2). «Faker», Leyenda De Los ESports Y “Tesoro Nacional” De Corea Del Sur. *Barrons*.
<https://www.barrons.com/news/spanish/faker-leyenda-de-los-esports-y-tesoro-nacional-de-corea-del-sur-8cb8d657>

View of Psychology and professional gamers in esports: thematic analysis and research agenda | *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*. (s. f.-b). <https://journal.sipsych.org/index.php/IJP/article/view/1342/1044>

Anexos

Enlace a la encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfKcTOQ6RINhDykmYkVaNA7Pf9sf02mgC3Fr-oL7WEbZL6n7g/viewform?usp=header>

Todas la preguntas de la encuesta son las siguientes:

- Género
- Edad
- ¿Con qué frecuencia consumes contenido relacionado con e-sports (competencias, *streamings*, noticias, etc.)?
- ¿Consideras que los e-sports están tan profesionalizados como los deportes tradicionales (fútbol, baloncesto, etc.)?
- ¿Con qué afirmación estás más de acuerdo?
Los e-sports son un deporte como cualquier otro
Son entretenimiento, pero no deberían considerarse deporte
Son algo completamente diferente a los deportes
- ¿Has asistido alguna vez a un evento de e-sports en vivo (presencialmente)?

- ¿Crees que las audiencias de e-sports llegarán a igualar a deportes como el fútbol?
- ¿Crees que los medios de comunicación tradicionales (TV, radio, prensa) deberían cubrir más noticias sobre e-sports?

Audiencias en La Liga 24-25

Toda la información relacionada con las audiencias de la liga de fútbol española del año 24/25 ha sido sacada de la web Fútbol en la Tv, y estas infografías han sido recopiladas de su cuenta de X (antes Twitter), @futbolenlatv.

AUDIENCIAS JORNADA 1								
X @futbolenlatv							LALIGA	
J	15/08	19:00			236.000	3,5%		
J	15/08	21:30			307.000	3,8%		
V	16/08	19:00			151.000	2,4%		
					292.000	3,7%		
V	16/08	21:30			251.000	3,2%		
					72.000	-		
S	17/08	19:00			163.000	2,5%		
S	17/08	21:30			528.000	6,8%		
					212.000	2,7%		
D	18/08	19:00			212.000	2,9%		
D	18/08	21:30			829.000	9,1%		
L	19/08	19:00			181.000	2,9%		
L	19/08	21:30			532.000	5,8%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT								

AUDIENCIAS JORNADA 2								
X @futbolenlatv							LALIGA	
V	23/08	19:00			137.000	2,2%		
					332.000	4,0%		
V	23/08	21:30			195.000	2,4%		
					126.000	-		
S	24/08	17:00			150.000	2,0%		
S	24/08	19:00			701.000	10,3%		
S	24/08	21:30			136.000	1,7%		
					35.000	0,4%		
S	24/08	21:30			65.000	0,8%		
D	25/08	17:00			660.000	7,9%		
D	25/08	19:00			45.000	0,6%		
D	25/08	19:15			238.000	3,2%		
D	25/08	21:30			515.000	5,5%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT								

AUDIENCIAS JORNADA 3								
X @futbolenlatv							LALIGA	
					321.000	3,3%		
L	26/08	21:30			195.000	2,0%		
					160.000	-		
M	27/08	19:00			170.000	2,6%		
M	27/08	21:30			959.000	9,8%		
X	28/08	19:00			215.000	3,3%		
X	28/08	19:00			44.000	0,7%		
					291.000	3,2%		
X	28/08	21:30			111.000	1,2%		
					48.000	0,5%		
X	28/08	21:30			48.000	0,5%		
J	29/08	19:00			205.000	3,0%		
J	29/08	21:30			901.000	9,6%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT								

AUDIENCIAS JORNADA 4								
X @futbolenlatv							LALIGA	
S	31/08	17:00			499.000	6,1%		
S	31/08	19:00			321.000	4,6%		
S	31/08	19:15			76.000	1,1%		
S	31/08	21:30			161.000	1,9%		
					-	-		
S	31/08	21:30			31.000*	-*		
					186.000	2,1%		
D	01/09	17:00			173.000	1,9%		
					47.000*	-*		
D	01/09	17:00			322.000	4,1%		
D	01/09	19:00			140.000	1,7%		
D	01/09	21:30			1.228.000	11,5%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT								

*El dato es igual o inferior al no haber en todo el territorio un único visto del día no TV de pago

*El dato es igual o inferior al no haber entrado en la más vista del día en TV de pago

AUDIENCIAS JORNADA 5								
X @futbolenlatv								
V	13/09	21:00	 - 	 por M+	253.000	2,6%		
S	14/09	14:00	 - 	 por M+	92.000	1,2%		
S	14/09	16:15	 - 	 por M+	110.000	1,3%		
S	14/09	18:30	 - 	 por M+	198.000	2,8%		
S	14/09	21:00	 - 		670.000	7,5%		
				por M+	172.000	1,9%		
D	15/09	14:00	 - 	 por M+	167.000	2,1%		
D	15/09	16:15	 - 	 por M+	829.000	9,5%		
D	15/09	18:30	 - 	 por M+	174.000	2,2%		
D	15/09	21:00	 - 	 por M+	556.000	5,0%		
					306.000	2,5%		
				por M+	173.000	1,4%		
L	16/09	21:00	 - 	 por M+	-	-		

AUDIENCIAS JORNADA 7								
X @futbolenlatv								
M	17/09	19:00	 - 	 por M+	56.000	0,8%		
J	19/09	19:00	 - 	 por M+	93.000	1,2%		
					178.000	2,3%		
				por M+	76.000	1,0%		
M	24/09	19:00	 - 	 por M+	121.000	-		
M	24/09	19:00	 - 	 por M+	131.000	1,7%		
M	24/09	21:00	 - 	 por M+	823.000	6,6%		
X	25/09	19:00	 - 	 por M+	171.000	2,2%		
X	25/09	21:00	 - 	 por M+	766.000	6,2%		
J	26/09	19:00	 - 		122.000	1,6%		
				por M+	45.000	0,6%		
J	26/09	19:00	 - 	 por M+	107.000	1,4%		
J	26/09	21:00	 - 	 por M+	427.000	3,5%		

AUDIENCIAS JORNADA 9								
X @futbolenlatv								
V	04/10	21:00	 - 	 por M+	203.000	2,0%		
S	05/10	14:00	 - 	 por M+	124.000	1,7%		
S	05/10	16:15	 - 	 por M+	137.000	1,7%		
S	05/10	18:30	 - 		173.000	2,3%		
				por M+	72.000	1,0%		
					51.000	-		
				por M+	87.000	-		
S	05/10	18:30	 - 	 por M+	66.000	0,9%		
S	05/10	21:00	 - 		624.000	6,2%		
				por M+	256.000	2,5%		
D	06/10	14:00	 - 	 por M+	210.000	2,7%		
D	06/10	16:15	 - 	 por M+	792.000	8,3%		
D	06/10	18:30	 - 	 por M+	426.000	4,7%		
D	06/10	21:00	 - 	 por M+	575.000	4,7%		

AUDIENCIAS JORNADA 10								
X @futbolenlatv								
V	18/10	21:00	 - 	 por M+	299.000	2,7%		
S	19/10	14:00	 - 		101.000	0,9%		
				por M+	-	-		
S	19/10	14:00	 - 	 por M+	165.000	2,1%		
S	19/10	16:15	 - 	 por M+	277.000	3,4%		
S	19/10	18:30	 - 	 por M+	311.000	4,0%		
S	19/10	21:00	 - 	 por M+	810.000	7,7%		
D	20/10	14:00	 - 	 por M+	120.000	1,5%		
D	20/10	16:15	 - 	 por M+	275.000	3,0%		
D	20/10	18:30	 - 	 por M+	181.000	2,0%		
D	20/10	21:00	 - 	 por M+	880.000	6,8%		
L	21/10	21:00	 - 		270.000	2,1%		
				por M+	287.000	2,3%		

AUDIENCIAS JORNADA 11 									
X @futbolentlv									
V	25/10	21:00		-		351.000	3,1%		160.000 1,4%
S	26/10	14:00		-		72.000	0,9%		
S	26/10	16:15		-		100.000	1,1%		
S	26/10	18:30		-		240.000	2,8%		
S	26/10	21:00		-		2.029.000	17,7%		
D	27/10	14:00		-		102.000	1,1%		
D	27/10	16:15		-		182.000	1,9%		
D	27/10	18:30		-		375.000	3,5%		
D	27/10	21:00		-		118.000	1,1%		
D	27/10	21:00		-		211.000	1,6%		
L	28/10	21:00		-		166.000	1,3%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 12 									
X @futbolentlv									
V	01/11	21:00		-		121.000	1,0%		
S	02/11	14:00		-		66.000	0,8%		
S	02/11	16:15		-		111.000	1,2%		
D	03/11	14:00		-		176.000	1,8%		
D	03/11	16:15		-		651.000	6,1%		
D	03/11	18:30		-		216.000	1,9%		
D	03/11	21:00		-		496.000	3,4%		
L	04/11	21:00		-		231.000	1,6%		
L	04/11	21:00		-		129.000	0,9%		
L	04/11	21:00		-		137.000	-		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 13 									
X @futbolentlv									
V	08/11	21:00		-		150.000	1,3%		
S	09/11	14:00		-		551.000	6,5%		
S	09/11	16:15		-		228.000	2,6%		
S	09/11	16:15		-		93.000	1,1%		
S	09/11	21:00		-		172.000	1,6%		
D	10/11	14:00		-		184.000	2,1%		
D	10/11	16:15		-		241.000	2,6%		
D	10/11	18:30		-		228.000	2,2%		
D	10/11	18:30		-		84.000	0,8%		
D	10/11	21:00		-		876.000	6,7%		
D	10/11	21:00		-		397.000	3,0%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 14 									
X @futbolentlv									
V	22/11	21:00		-		114.000	1,0%		
S	23/11	14:00		-		281.000	3,4%		
S	23/11	16:15		-		308.000	3,4%		
S	23/11	18:30		-		219.000	2,5%		
S	23/11	18:30		-		37.000*	0,3%*		
S	23/11	18:30		-		53.000	-		
S	23/11	18:30		-		18.000	-		
S	23/11	18:30		-		204.000	2,4%		
S	23/11	21:00		-		885.000	7,9%		
D	24/11	14:00		-		130.000	1,4%		
D	24/11	16:15		-		174.000	1,8%		
D	24/11	18:30		-		795.000	7,5%		
D	24/11	21:00		-		364.000	2,8%		
D	24/11	21:00		-		137.000	1,1%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 15 									
X @futbolentlv									
V	29/11	21:00		-		189.000	1,7%		
S	30/11	14:00		-		501.000	6,2%		
S	30/11	16:15		-		107.000	1,2%		
S	30/11	18:30		-		202.000	2,4%		
S	30/11	21:00		-		232.000	2,2%		
D	01/12	14:00		-		206.000	2,4%		
D	01/12	16:15		-		718.000	7,3%		
D	01/12	18:30		-		277.000	2,7%		
D	01/12	21:00		-		279.000	2,2%		
D	01/12	21:00		-		112.000	0,9%		
L	02/12	21:00		-		350.000	2,6%		
L	02/12	21:00		-		181.000	1,4%		
L	02/12	21:00		-		-	-		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 16 									
X @futbolentlv									
V	06/12	21:00		-		172.000	1,6%		
S	07/12	14:00		-		130.000	1,7%		
S	07/12	16:15		-		719.000	8,0%		
S	07/12	18:30		-		222.000	2,5%		
S	07/12	21:00		-		606.000	5,7%		
S	07/12	21:00		-		171.000	1,6%		
D	08/12	14:00		-		107.000	1,2%		
D	08/12	16:15		-		212.000	2,1%		
D	08/12	18:30		-		248.000	2,3%		
D	08/12	18:30		-		160.000	1,5%		
D	08/12	21:00		-		514.000	4,0%		
L	09/12	21:00		-		143.000	1,1%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									

AUDIENCIAS JORNADA 17

@futbolentlv

LALIGA

V	13/12	21:00		-			185.000	1,7%	
S	14/12	14:00		-			75.000	1,0%	
S	14/12	16:15		-			156.000	1,8%	
S	14/12	18:30		-			246.000	2,8%	
							218.000	2,5%	
							181.000	-	
							83.000	-	
S	14/12	21:00		-			814.000	7,3%	
D	15/12	14:00		-			260.000	3,0%	
D	15/12	16:15		-			254.000	2,5%	
							53.000	0,5%	
D	15/12	18:30		-			206.000	2,0%	
D	15/12	18:30		-			184.000	1,8%	
D	15/12	21:00		-			1.076.000	8,4%	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 18

@futbolentlv

LALIGA

V	20/12	21:00		-			172.000	1,5%	
S	21/12	14:00		-			90.000	1,1%	
S	21/12	16:15		-			182.000	2,1%	
S	21/12	18:30		-			262.000	3,0%	
S	21/12	21:00		-			1.118.000	10,1%	
							370.000	3,3%	
D	22/12	14:00		-			150.000	1,6%	
D	22/12	16:15		-			723.000	7,3%	
D	22/12	18:30		-			258.000	2,6%	
							95.000	1,0%	
							-	-	
							112.000	-	
D	22/12	18:30		-			59.000	0,6%	
D	22/12	21:00		-			278.000	2,3%	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 19

@futbolentlv

LALIGA

M	03/12	19:00		-			616.000	6,5%	
X	04/12	21:00		-			1.010.000	7,7%	
V	10/01	21:00		-			237.000	2,0%	
							140.000	1,2%	
							96.000	-	
							100.000	-	
S	11/01	14:00		-			93.000	1,1%	
S	11/01	16:15		-			215.000	2,3%	
S	11/01	18:30		-			118.000	1,3%	
S	11/01	21:00		-			302.000	2,7%	
D	12/01	14:00		-			92.000	1,0%	
D	12/01	16:15		-			209.000	2,1%	
							92.000	0,9%	
L	13/01	21:00		-			136.000	1,0%	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 20

@futbolentlv

LALIGA

V	17/01	21:00		-			127.000	1,1%	
S	18/01	14:00		-			209.000	2,5%	
S	18/01	16:15		-			340.000	3,7%	
S	18/01	18:30		-			188.000	2,1%	
S	18/01	21:00		-			670.000	6,0%	
							315.000	2,8%	
D	19/01	14:00		-			131.000	1,5%	
D	19/01	16:15		-			561.000	5,6%	
D	19/01	18:30		-			161.000	1,5%	
D	19/01	21:00		-			356.000	2,7%	
L	20/01	21:00		-			173.000	1,3%	
							91.000	0,7%	
							-	-	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 21

@futbolentlv

LALIGA

V	24/01	21:00		-			124.000	1,1%	
S	25/01	14:00		-			176.000	2,0%	
S	25/01	16:15		-			437.000	4,6%	
S	25/01	18:30		-			215.000	2,3%	
S	25/01	21:00		-			574.000	5,0%	
							306.000	2,7%	
D	26/01	14:00		-			160.000	1,7%	
D	26/01	16:15		-			142.000	1,4%	
D	26/01	18:30		-			209.000	2,0%	
D	26/01	21:00		-			1.077.000	8,2%	
L	27/01	21:00		-			200.000	1,4%	
							113.000	0,8%	
							-	-	
							127.000	-	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 22

@futbolentlv

LALIGA

V	31/01	21:00		-			174.000	1,5%	
							118.000	1,0%	
							-	-	
S	01/02	14:00		-			144.000	1,8%	
S	01/02	16:15		-			128.000	1,4%	
S	01/02	18:30		-			316.000	3,5%	
S	01/02	21:00		-			816.000	7,0%	
D	02/02	14:00		-			680.000	7,5%	
D	02/02	16:15		-			233.000	2,4%	
D	02/02	18:30		-			126.000	1,2%	
D	02/02	21:00		-			365.000	2,8%	
							-	-	
L	03/02	21:00		-			195.000	1,5%	

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 23 									
X @futbolenlatv									
V	07/02	21:00	 - 			143.000	1,2%		
S	08/02	14:00	 - 			277.000	3,2%		
S	08/02	16:15	 - 			226.000	2,5%		
S	08/02	18:30	 - 			211.000	2,4%		
S	08/02	18:30	 - 			146.000	1,6%		
S	08/02	21:00	 - 			55.000	-		
S	08/02	21:00	 - 			1.043.000	8,5%		
S	08/02	21:00	 - 			552.000	4,5%		
D	09/02	14:00	 - 			84.000	1,0%		
D	09/02	16:15	 - 			195.000	2,0%		
D	09/02	18:30	 - 			180.000	1,8%		
D	09/02	21:00	 - 			1.357.000	10,2%		
L	10/02	21:00	 - 			173.000	1,3%		

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 24 									
X @futbolenlatv									
V	14/02	21:00	 - 			171.000	1,5%		
S	15/02	14:00	 - 			134.000	1,7%		
S	15/02	14:00	 - 			93.000	1,1%		
S	15/02	14:00	 - 			76.000	-		
S	15/02	16:15	 - 			768.000	8,6%		
S	15/02	18:30	 - 			535.000	6,1%		
S	15/02	21:00	 - 			195.000	1,8%		
S	15/02	21:00	 - 			137.000	1,3%		
D	16/02	14:00	 - 			173.000	2,1%		
D	16/02	16:15	 - 			199.000	2,2%		
D	16/02	18:30	 - 			169.000	1,7%		
D	16/02	21:00	 - 			388.000	3,0%		
L	17/02	21:00	 - 			1.026.000	7,4%		

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 25 									
X @futbolenlatv									
V	21/02	21:00	 - 			166.000	1,5%		
S	22/02	14:00	 - 			116.000	1,4%		
S	22/02	16:15	 - 			148.000	1,7%		
S	22/02	18:30	 - 			366.000	4,4%		
S	22/02	21:00	 - 			811.000	7,3%		
S	22/02	21:00	 - 			185.000	1,7%		
D	23/02	14:00	 - 			142.000	1,7%		
D	23/02	16:15	 - 			775.000	8,4%		
D	23/02	18:30	 - 			260.000	2,7%		
D	23/02	21:00	 - 			252.000	1,9%		
L	24/02	21:00	 - 			318.000	2,3%		
L	24/02	21:00	 - 			230.000	1,7%		
L	24/02	21:00	 - 			30.000	-		

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 26 									
X @futbolenlatv									
V	28/02	21:00	 - 			145.000	1,3%		
S	01/03	14:00	 - 			171.000	2,0%		
S	01/03	14:00	 - 			193.000	2,1%		
S	01/03	16:15	 - 			170.000	1,9%		
S	01/03	16:15	 - 			-	-		
S	01/03	18:30	 - 			669.000	-		
S	01/03	21:00	 - 			501.000	4,5%		
S	01/03	21:00	 - 			151.000	1,4%		
D	02/03	14:00	 - 			77.000	0,8%		
D	02/03	16:15	 - 			781.000	7,7%		
D	02/03	18:30	 - 			116.000	1,1%		
D	02/03	21:00	 - 			257.000	2,0%		

Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 27							
X @futbolenlatv							
S	08/03	14:00	 - 	 	180.000	1,9%	
S	08/03	16:15	 - 	 por 	163.000	1,6%	
S	08/03	18:30	 - 	 	210.000	2,3%	
D	09/03	14:00	 - 	 	367.000	4,0%	
D	09/03	16:15	 - 	 por 	656.000	6,6%	
D	09/03	18:30	 - 	 por 	201.000	2,0%	
D	09/03	18:30	 - 	 	150.000	1,5%	
D	09/03	21:00	 - 	 por 	321.000	2,4%	
					110.000	0,8%	
					342.000	2,5%	
L	10/03	21:00	 - 	 por 	183.000	1,3%	
					-	-	

Continúa en Movistar Plus+ Orange y TDT

AUDIENCIAS JORNADA 29 									
X @futbolenlatv									
S	29/03	14:00	 - 			119.000	1,5%		
S	29/03	16:15	 - 			261.000	3,2%		
S	29/03	18:30	 - 			138.000	1,8%		
S	29/03	21:00	 - 			524.000	4,9%		
						341.000	3,2%		
D	30/03	14:00	 - 			103.000	1,3%		
D	30/03	16:15	 - 			773.000	8,3%		
D	30/03	18:30	 - 			153.000	1,7%		
D	30/03	18:30	 - 			112.000	1,3%		
D	30/03	21:00	 - 			775.000	6,3%		
						258.000	2,0%		
L	31/03	21:00	 - 			134.000	1,0%		
						-	-		
						-	-		
Consumo en Movistar Plus, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 30 									
X @futbolenlatv									
V	05/04	21:00	 - 			197.000	1,8%		
						116.000	1,0%		
						88.000	-		
						-	-		
S	06/04	14:00	 - 			140.000	1,7%		
S	06/04	16:15	 - 			824.000	9,5%		
S	06/04	18:30	 - 			113.000	1,5%		
S	06/04	21:00	 - 			890.000	8,5%		
D	07/04	14:00	 - 			104.000	1,3%		
D	07/04	16:15	 - 			380.000	4,2%		
						122.000	1,4%		
D	07/04	18:30	 - 			108.000	1,2%		
D	07/04	21:00	 - 			391.000	3,2%		
L	08/04	21:00	 - 			121.000	1,0%		
Consumo en Movistar Plus, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 31 									
X @futbolenlatv									
V	11/04	21:00	 - 			228.000	2,1%		
S	12/04	14:00	 - 			105.000	1,3%		
S	12/04	16:15	 - 			164.000	2,1%		
						179.000	2,0%		
S	12/04	18:30	 - 			126.000	1,4%		
						-	-		
						60.000	-		
S	12/04	21:00	 - 			803.000	7,8%		
D	13/04	14:00	 - 			155.000	1,9%		
D	13/04	16:15	 - 			626.000	6,8%		
D	13/04	18:30	 - 			292.000	3,4%		
						-	-		
D	13/04	21:00	 - 			313.000	2,7%		
L	14/04	21:00	 - 			278.000	2,3%		
Consumo en Movistar Plus, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 32 									
X @futbolenlatv									
V	18/04	21:00	 - 			157.000	1,7%		
S	19/04	14:00	 - 			204.000	2,6%		
S	19/04	16:15	 - 			629.000	7,2%		
S	19/04	18:30	 - 			102.000	1,3%		
S	19/04	21:00	 - 			339.000	3,5%		
D	20/04	14:00	 - 			88.000	1,2%		
D	20/04	16:15	 - 			150.000	1,7%		
						254.000	2,8%		
D	20/04	18:30	 - 			178.000	2,0%		
						-	-		
						-	-		
						-	-		
D	20/04	21:00	 - 			868.000	7,3%		
						388.000	3,2%		
L	21/04	21:00	 - 			309.000	2,5%		
Consumo en Movistar Plus, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 33 									
X @futbolenlatv									
M	22/04	19:00	 - 			215.000	2,8%		
M	22/04	21:30	 - 			867.000	6,9%		
						254.000	2,0%		
X	23/04	19:00	 - 			125.000	1,7%		
X	23/04	19:00	 - 			77.000	1,0%		
X	23/04	21:30	 - 			922.000	7,5%		
						243.000	2,0%		
X	23/04	21:30	 - 			32.000	0,3%		
						-	-		
J	24/04	19:00	 - 			131.000	1,8%		
J	24/04	19:00	 - 			66.000	0,9%		
J	24/04	21:30	 - 			263.000	2,1%		
J	24/04	21:30	 - 			170.000	1,4%		
Consumo en Movistar Plus, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 34 									
X @futbolenlatv									
V	02/05	21:00	 - 			127.000	1,2%		
S	03/05	14:00	 - 			239.000	3,2%		
S	03/05	16:15	 - 						

AUDIENCIAS JORNADA 35 									
X @futbolenlatv									
V	09/05	21:00	 - 			193.000	1,9%		
S	10/05	14:00	 - 			163.000	2,0%		
S	10/05	16:15	 - 			218.000	2,6%		
						186.000	2,2%		
						67.000	-		
						149.000	-		
S	10/05	18:30	 - 			92.000	1,2%		
S	10/05	18:30	 - 			88.000	1,2%		
S	10/05	21:00	 - 			300.000	3,0%		
D	11/05	14:00	 - 			98.000	1,2%		
D	11/05	16:15	 - 			1.629.000	16,1%		
D	11/05	18:30	 - 			182.000	2,0%		
D	11/05	21:00	 - 			318.000	2,6%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 36 									
X @futbolenlatv									
M	13/05	19:00	 - 			133.000	1,3%		
M	13/05	20:00	 - 			114.000	1,5%		
M	13/05	21:30	 - 			413.000	3,3%		
						225.000	1,8%		
						346.000	-		
						75.000	-		
X	14/05	19:00	 - 			132.000	1,7%		
X	14/05	19:00	 - 			36.000	0,5%		
X	14/05	21:30	 - 			860.000	7,0%		
J	15/05	19:00	 - 			163.000	2,0%		
J	15/05	19:00	 - 			138.000	1,7%		
J	15/05	21:30	 - 			911.000	7,2%		
J	15/05	21:30	 - 			380.000	3,0%		
J	15/05	21:30	 - 			74.000	0,6%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
AUDIENCIAS JORNADA 37 									
X @futbolenlatv									
D	18/05	19:00	 - 			444.000	4,7%		
D	18/05	19:00	 - 			191.000	2,0%		
						167.000	1,8%		
						203.000	2,2%		
D	18/05	19:00	 - 			-	-		
						-	-		
						-	-		
						-	-		
D	18/05	19:00	MULTIGOL			163.000	1,7%		
D	18/05	19:00	 - 			92.000	1,0%		
D	18/05	19:00	 - 			66.000	0,7%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
*El resto de retransmisiones no superaron los 65.000 espectadores									
AUDIENCIAS JORNADA 38 									
X @futbolenlatv									
V	23/05	21:00	 - 			177.000	1,8%		
S	24/05	16:15	 - 			553.000	6,7%		
S	24/05	18:30	 - 			181.000	2,4%		
						147.000	2,0%		
						-	-		
S	24/05	18:30	 - 			38.000	0,5%		
S	24/05	21:00	 - 			162.000	1,8%		
S	24/05	21:00	 - 			65.000	0,7%		
S	24/05	21:00	 - 			37.000*	-		
D	25/05	14:00	 - 			79.000	1,0%		
D	25/05	16:15	 - 			106.000	1,3%		
D	25/05	21:00	 - 			723.000	6,6%		
Consumo en Movistar Plus+, Orange y TDT									
*El dato es igual o inferior al no haber entrado en la moda visto del día en TV de pago									