

Los e-sports, un nuevo negocio que entra en juego

G.G.R.
28 sep 2015 - 04:59

Los videojuegos no paran de conseguir récords. Un total de 6,4 millones de personas han jugado a la pretemporada demo que el juego Fifa16 ha puesto a disposición de sus seguidores. La mayoría de jugadores esta saga de fútbol más conocida del mundo pretenden llegar a ser Messi o Ronaldo, pero mientras que la posibilidad de convertirse en una estrella del balón es remota, nadie puede predecir si serán los próximos reyes del *e-sport*.

Esta modalidad deportiva, que analizamos en el tercer reportaje sobre el futuro del deporte y que cuenta con el patrocinio de Open Camp, el primer parque temático dedicado al deporte, cuenta ya con millones de seguidores. Y es que, ¿quién no quiere sentir la emoción de jugar ante un estadio repleto?

Este es el caso de los mejores jugadores de videojuegos como Fifa, League of Legends (LoL), Call of Duty (Cod) o Hearthstone. Todos empiezan como un *hobbie* desde pequeños pero más de uno se da cuenta de que vale e intenta ser una estrella y vivir de ello en un sector que mueve más de 16.000 millones de euros a nivel mundial. Cada equipo está organizado profesionalmente con patrocinadores que ayudan a entrenar a los jugadores a jornada completa, como si de un deporte olímpico se tratara.

Uno de estos equipos, a nivel español, es Play2win. Este club, como la mayoría, vive de porcentajes de los premios que consiguen sus jugadores en los torneos y su objetivo es brindar un marco de apoyo a los miembros para competir en los grandes torneos españoles, europeos y mundiales como la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), OGSeries, WhatYouPlay, E-Sports Entertainment Association (ESEA) y CEVO.

Recientemente, Play2win ha llegado a un acuerdo con el club de fútbol Unió Esportiva Llagostera, por el que ambas partes colaborarán a mejorar su visibilidad, lo que muestra una clara conexión entre los deportes 'reales' con los que se juegan mediante una consola.

Precisamente, el auge y la conexión entre estas dos disciplinas es tan grande que la Fifa realiza desde 2004 su particular Fifa Interactive World Cup, su particular torneo para ser el mejor jugador del mundo en este juego. Esta edición 2016 empezará el 1 de

octubre y acabará la fase previa al haberse disputado tres temporadas online hasta diciembre de 2015.

En cuanto a los premios, el ganador de los 2,5 millones de participantes aproximadamente obtiene 20.000 dólares en metálico y una invitación para asistir a la gala del Balón de Oro de la Fifa. Aun así, esta recompensa no es tan exagerada como la de los otros videojuegos.



La final de la Fifa Interactive World Cup 2015 en Munich./ Fifa

En el caso de las recompensas los mejores pueden llegar a ganar más de un millón de dólares año dependiendo del juego con el que se compita. Los juegos que más usuarios, y por tanto, más premios se reparten son League of Legends, Counter Strike y Call of Duty.

En 2013 se repartieron 25 millones de dólares en retribuciones que fueron posibles por los patrocinadores de los torneos y equipos, como Visa, Ozone, Corsair, Intel, Asus y Versusgamers y los sponsors personales, que empezaron siendo del mismo sector de consolas e informática y cada vez se hacen con marcas más comerciales y de gran consumo como Red Bull.

Pero sobre todo son viables gracias a la gran cantidad de personas que sigue estas competiciones, ya sea en *streaming* o en directo. A nivel mundial, la suma de espectadores virtuales ha crecido hasta los 71,5 millones durante el último año de 171 países diferentes.

En el caso de la retransmisión por Internet, lo que genera un alto nivel de publicidad en los acontecimientos por lo que los usuarios que tienen más audiencia obtienen más beneficios, como ocurre en el canal Gaming.tv, impulsado por la empresa canaria

Tuguu. También canales internacionales como la ESPN han retransmitido en los últimos años grandes acontecimientos de los e-sports, ya que en algunos casos se pueden comparar con los partidos de las finales de la NBA o incluso con la SuperBowl.

En este sentido, hace pocos días el lobby americano de retransmisiones y televisión, Turner Sports, y WME-IMG firmaron un contrato para retransmitir la temporada regular mediante la televisión los viernes por la noche y la fase final del campeonato en un estadio de la que quieren que se convierta en capital de estos deportes, Atlanta.



Uno de los estadios en que se disputan las finales de LoL/. Flickr

Sin embargo, como en el deporte real ocurre, donde verdaderamente se vibra con la emoción de estos campeonatos es en los propios pabellones y estadios. Un ejemplo de ello es el récord de asistencia que se produjo en el año 2014 en Seúl (Corea del Sur). El mayor torneo de la historia de *e-sports* tuvo lugar en el Seoul World Cup Stadium con 45.000 espectadores siguiendo en vivo las finales mundiales de la cuarta temporada de League of Legends. Y las entradas no distan de las de un partido de fútbol: hasta sesenta euros.

Otro aspecto a destacar, y no por ello mucho menos importante, es que gracias a estos torneos y a la profesionalización del sector, ya que España sigue la estela de países más desarrollados en este campo como Suecia, Reino Unido y Estados Unidos, se están creando muchos puestos de trabajo relacionados con este mundo.

Desde la Liga de Videojuegos Profesionales, por ejemplo, se necesitan perfiles de comunicación para su relación con los medios de comunicación o promocionar su marca en diferentes sectores y países. Además, igual que ocurre en los demás deportes también existen figuras como los agentes, encargados de negociar los traspasos de un club a otro, las federaciones que sirven, entre otras cosas, para dar

clasificaciones o los clubes de fans.

En este sentido, cabe destacar un reciente informe de la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (DEV), donde se aseguraba que el sector incrementó en un 28% sus plantillas. En el mismo, titulado *Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos Edición 2015*, se asegura que la facturación de la industria de los videojuegos en España se incrementó un 31% en 2014, hasta los 413 millones de euros, con más de 400 empresas censadas, sobre todo en Madrid y Barcelona.

Ante esta situación, todo apunta a que, como ha pasado en el campo de las aplicaciones móviles, los *e-sports* han dejado de ser una afición cualquiera para ser una industria potente donde los sueños de cualquiera se pueden hacer realidad. ¿Veremos algún día un FC Barcelona-Real Madrid?