

COMPETICIONES

Los eSports aceleran en Europa y ponen rumbo a los 670 millones de euros en 2023

La audiencia de los deportes electrónicos ha crecido un 12 % desde 2019 y se espera que pueda alcanzar los 500 millones de espectadores a finales de año.

Adrià Fernández
8 oct 2020 - 04:49



El auge de los eSports parece no tener techo. El mercado europeo se ha mostrado como uno de los más activos en los eSports llegando a prácticamente duplicar el volumen de negocio desde 2016. El informe *Let's Play, The European eSports Market Report* elaborado por la consultora Deloitte, estima que, para el año 2023, los deportes electrónicos alcancen en el Viejo Continente unos ingresos de 670 millones de euros.

A cierre de 2019, los eSports contaban con una audiencia de 443 millones de espectadores en todo el mundo, un 12% más que el año anterior. Deloitte anticipa que este año podrían alcanzar los 500 millones de espectadores. Unas cifras que le sitúan por encima de deportes tradicionales, como el golf, que tiene una audiencia mundial de 390 millones de espectadores. Lejos aún están de otras disciplinas como el tenis, con

cerca de 1.000 millones de espectadores o el fútbol con 3.500 millones

España es uno de los países en los que más interés despiertan los eSports. De hecho, es el país con una mayor tasa de penetración de todo el continente europea.

El 62% de los españoles afirma estar familiarizado con los eSports, seguidos de los italianos y los alemanes, con un 58% y un 53%, respectivamente, según el informe elaborado por Deloitte.

El confinamiento, clave en el crecimiento

La pandemia provocada por el coronavirus ha jugado un papel determinante en el auge de los eSports. Los deportes electrónicos se han convertido en una alternativa de entretenimiento mientras que los deportes tradicionales que no han podido mantener activas sus competiciones durante meses.

Sin embargo, tal y como afirma Javier Moncada, *manager* de industria de medios y entretenimiento de Deloitte, experto en eSports, el incremento de espectadores u horas de visionado no tiene por qué traducirse directamente en un crecimiento de los ingresos: “Durante la pandemia, a diferencia de los deportes tradicionales, muchas de las competiciones de eSports podían celebrarse en formatos enteramente virtuales - asegura Moncada-; “no obstante, los ingresos no han acompañado a la audiencia, viéndose reducidos por el impacto de la crisis en sus *sponsors* y la cancelación de eventos físicos”.

El informe elaborado por Deloitte pone de manifiesto que, en aquellos países donde las restricciones gubernamentales para contener la pandemia han sido más estrictas, se percibe un mayor incremento en el consumo de eSports. España e Italia encabezan también el ránking de países donde más ha crecido su consumo; un 44% de encuestados asegura que consume ahora más eSports que antes de la crisis del coronavirus. Le siguen Alemania y Países Bajos, con un 32% y un 27%, respectivamente. En términos globales, la audiencia tras el Covid ha aumentado entre un 5% y un 10%.