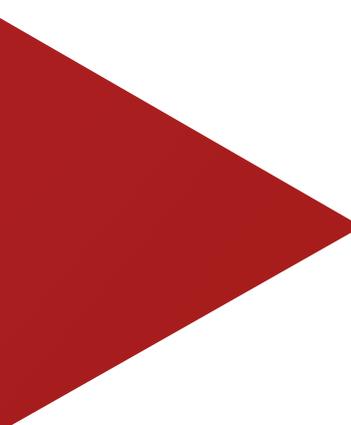


LOS ESPORTS EN ESPAÑA: SITUACIÓN ACTUAL Y POSICIÓN DE LA INDUSTRIA



AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS





Índice

1. Presentación	5
2. Los esports en España	9
3. Los actores de los esports	17
4. Los esports y la COVID-19	25
5. Retos de los esports en España	29
Anexo: Posicionamiento común de la industria del videojuego y de los esports	33



1. Presentación

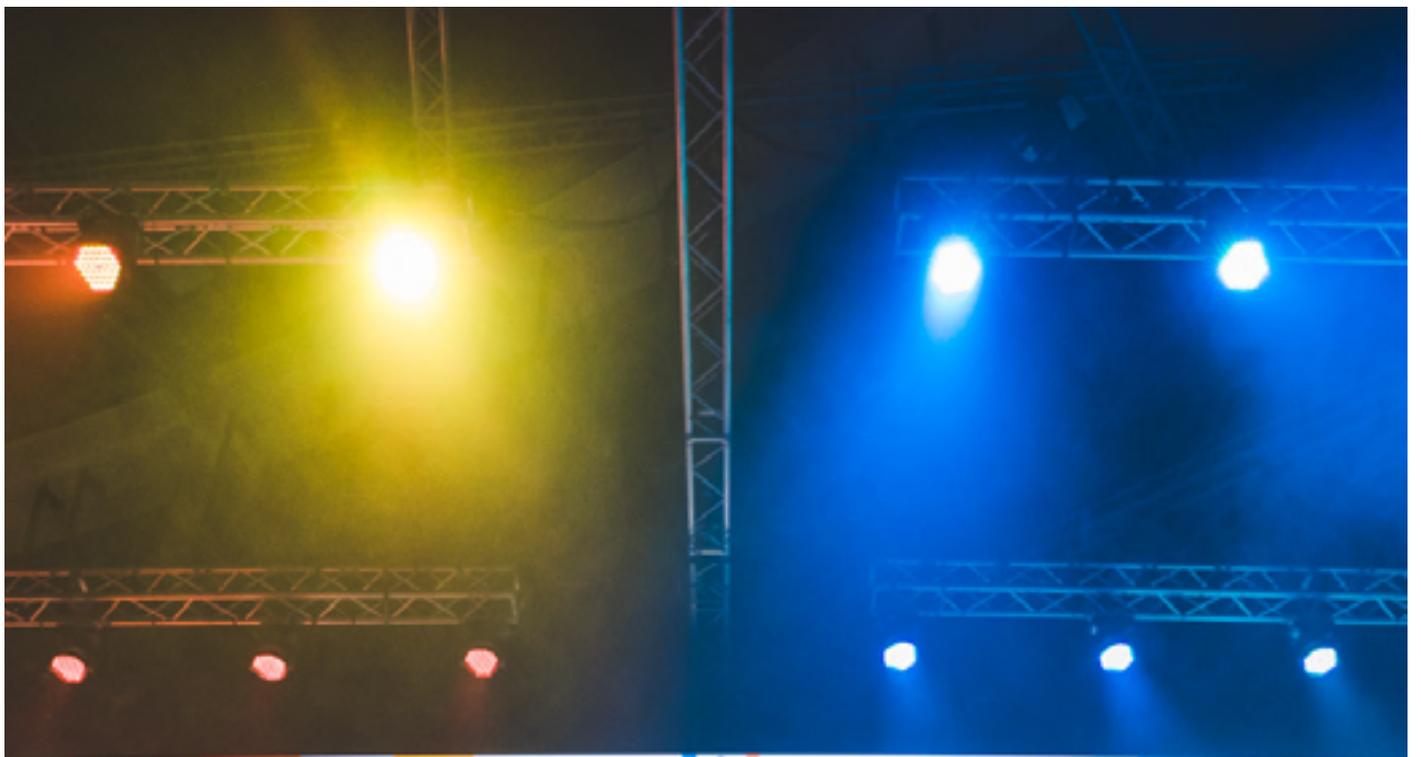
Presentación

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) es la asociación nacional de la industria del videojuego y de los esports. En ella se integran los principales actores de la industria de los esports en España: *publishers* (casas editoras) como Activision-Blizzard, Electronic Arts, Ubisoft o Riot Games; los propietarios de plataformas de juego como Sony Interactive Entertainment (PlayStation), Microsoft (Xbox) o Nintendo (Nintendo Switch); así como los principales organizadores de torneos a nivel español: LVP, ESL y GGTech, entre otros.

AEVI tiene como objetivo el correcto desarrollo de la industria española del videojuego. Desde promover el desarrollo de la industria a nivel local para favorecer la inversión, ayudar a las Administraciones Públicas e instituciones para el impulsar el sector, velar por un modelo económico sostenible y de futuro, así como crear una imagen positiva de los videojuegos buscando promover un consumo plural y responsable. Con esta finalidad, AEVI ha presentado distintos documentos como el Libro blanco de los esports en España publicado en 2018 o el Posicionamiento común de la industria de los videojuegos y de los esports, actualizado en 2020, que se anexa a este documento.

Entre los principales retos detectados, la industria ha señalado la necesidad de una mejora de las infraestructuras tecnológicas y en particular un mejor acceso a la banda ancha y a la tecnología 5G. Asimismo, considera necesario una estabilidad regulatoria que favorezca un crecimiento sostenible, así como el diálogo y el entendimiento entre la administración y la industria.

El presente documento expone de manera sucinta la situación actual de los esports en nuestro país.





2.

Los esports en España

Los esports en España

Según estimaciones de AEVI, los esports generaron en 2019 en España 35 millones de euros. Estamos ante una industria en un estado inicial de desarrollo económico, para la que se esperan crecimientos significativos en los próximos años.

Aunque a nivel de ingresos generados por la industria nuestro país está lejos del primer puesto, la penetración de las competiciones de videojuegos en España es superior a la de la mayoría de los países de nuestro entorno.

A continuación, se exponen los principales datos del sector.

LVP, Kirill Bashkirov



Volumen económico

Superdata cifró los ingresos de los esports en España en 14,5 millones de euros en 2016.¹ Asimismo, un estudio interno de AEVI ha cifrado en 35 millones de euros los ingresos del sector en 2019, lo que representa un crecimiento de un 140% en tres años. Según estos datos, España representaría aproximadamente el 4% de la economía mundial de esports.

La mayor parte de los ingresos de los esports provienen de la publicidad y el patrocinio. Según IAB (Internet Advertising Bureau), la inversión publicitaria en esports en España en 2019 fue de aproximadamente 22,5 millones de euros².

AEVI estima que el sector emplea a unas 600 personas en España, incluidos 250 jugadores profesionales de videojuegos, cifra que duplica la anterior estimación de 2018 de 300 trabajadores.

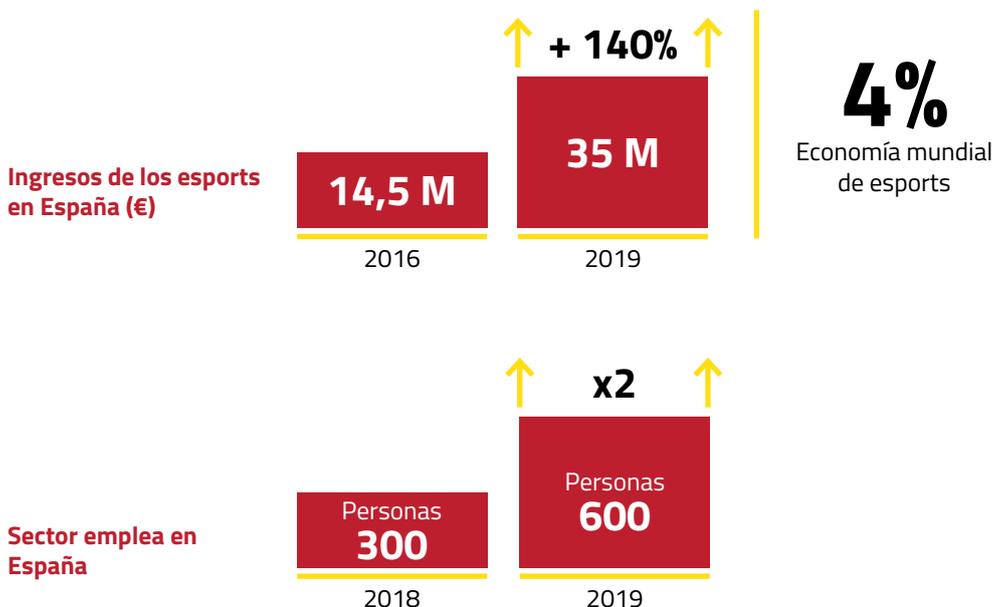
Adicionalmente, en los últimos años se han producido múltiples inversiones en empresas que forman parte del ecosistema de esports nacional. Algunas de las operaciones más relevantes han sido las siguientes:

2019

- Grupo MEDIAPRO elevó su participación en LVP del 50% al 100%³.
- La multinacional canadiense OverActive Media adquirió el equipo español MAD Lions E.C.⁴.

2020

El equipo Giants Gaming anuncia una ronda de inversión de 3 millones de euros por parte del Grupo Sanchez Cózar⁵.



¹ EfeEmpresas. 2018. El videojuego profesional moverá 14,5 millones de euros en España este año. Efeempresas. Disponible en: <http://www.efempresas.com/noticia/el-videojuego-profesional-movera-145-millones-de-euros-en-espana-este-ano/>

² IAB. 2020. Inversión publicitaria en medios digitales. Resultados 2019.

³ Berengueras, J.M. 2019. Mediapro culmina la compra del 100% de la Liga de Videojuegos Profesional. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20190515/mediapro-culmina-compra-liga-videojuegos-profesional-lvp-7455757>

⁴ La Vanguardia. 2019. Overactive Media compra MAD Lions E.C. y lo fusiona con Splyce Vipers. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20190530/462575726854/overactive-media-compra-mad-lions-ec-fusion-splyce-vipers-esports.html>

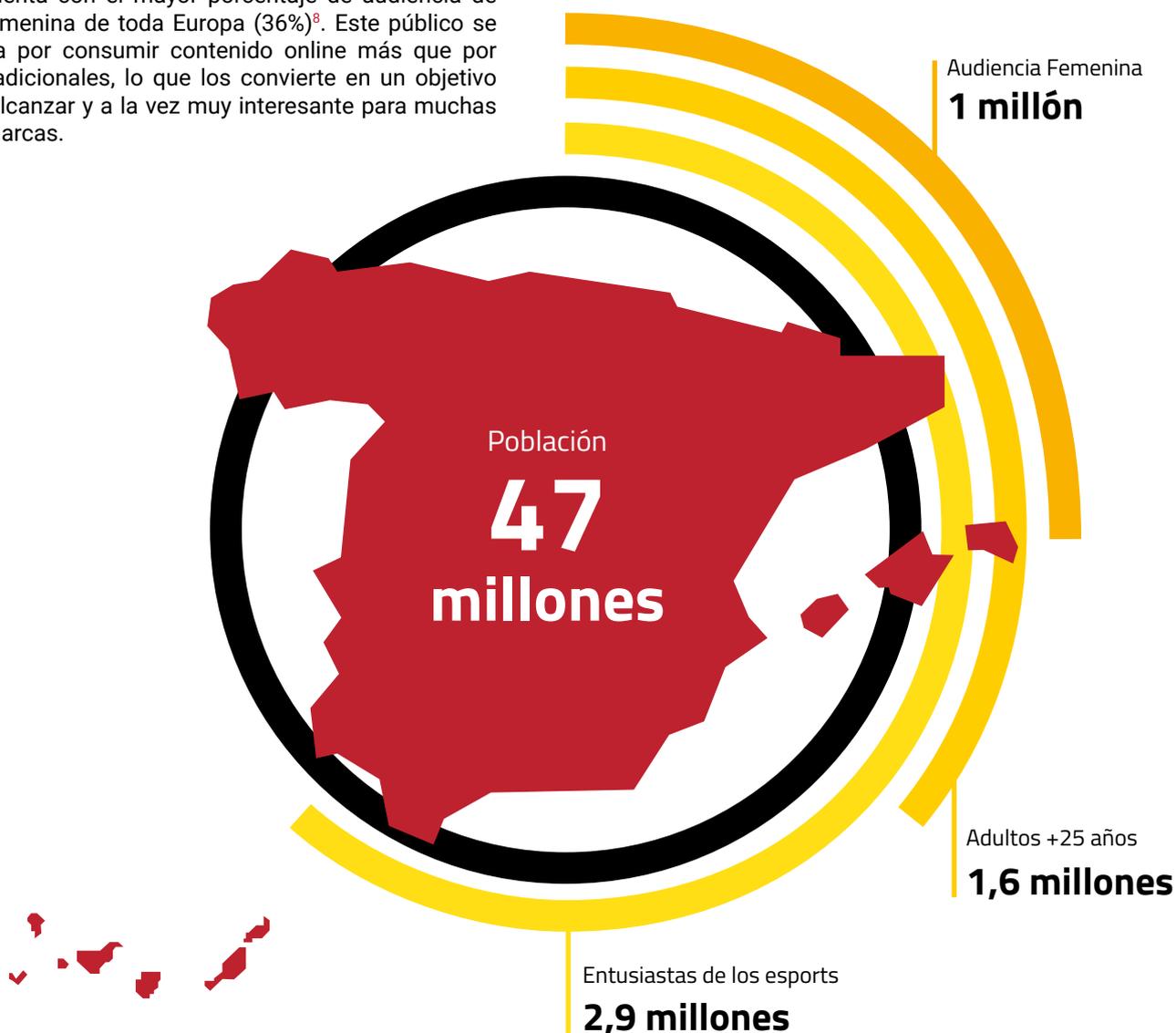
⁵ Expansión. 2020. Vodafone Giants capta 3 millones en la mayor ronda de inversión de un club español de eSports. Disponible en: <https://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2020/05/21/5ec63c15e5fdea4e2b8b456e.html>

Audiencias

Aunque a nivel de ingresos de esports nuestro país está lejos del primer puesto, la penetración de las competiciones de videojuegos en España es superior a la de la mayoría de los países de nuestro entorno.

Según la consultora Newzoo, en España hay 2,9 millones de entusiastas de los esports, siendo el país número 12 en audiencia de esports a nivel mundial, a pesar de ser el trigésimo en población⁶.

El perfil de un entusiasta de estas competiciones es el de un adulto: el 55% de la audiencia es mayor de 25 años⁷. España cuenta con el mayor porcentaje de audiencia de esports femenina de toda Europa (36%)⁸. Este público se caracteriza por consumir contenido online más que por medios tradicionales, lo que los convierte en un objetivo difícil de alcanzar y a la vez muy interesante para muchas grandes marcas.



⁶Citado en: AEVI. 2018. Libro blanco de los esports en España. Disponible en: http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf

⁷Ipsos MORI. 2019. Esports Study GameTrack EU countries.

⁸Newzoo y PayPal. 2020. La audiencia de los esports, cada vez más femenina. Disponible en: <https://newsroom.es.paypal-corp.com/La-audiencia-de-los-esports-cada-vez-mas-femenina-el-36-de-los-espectadores-en-Espana-son-mujeres>



LVP, Kirill Bashkirov

Esports y redes sociales

Si las competiciones de videojuegos abarcan a un gran número de espectadores a través de las retransmisiones en internet, es natural que sus reacciones sean también a través de este mismo medio, en redes sociales. Un estudio realizado para AEVI indica que en 2019 se publicaron en Twitter más de 1.500.000 mensajes sobre esports en España.

La interacción en redes sociales es abrumadoramente positiva en su contenido. El mismo estudio fijó en un 98% las emociones positivas expresadas en relación con los esports del total de comentarios sobre los mismos en Twitter. Dentro de estas emociones destacan: apoyo/motivación, agradecimiento, preguntas/respuestas, expectativa, broma y alegría/celebración.

Mensajes en Twitter sobre esports en España

1,5 M

2019

Aspectos Cualitativos

Otros hechos han ayudado a situar a España como una potencia europea del sector:

1

El consumo de videojuegos en España lidera las industrias culturales y creativas⁹. Por este motivo, la mayoría de las principales editoras mundiales se han establecido en nuestro país: Activision-Blizzard, Bandai Namco, Electronic Arts, Microsoft, Nintendo, Riot Games, Sony Interactive Entertainment, Take-Two Interactive, Ubisoft y Warner Bros.

> 2

En España encontramos el más variado ecosistema de competición profesional y amateur de Europa, con la presencia de compañías internacionales como DreamHack y ESL o españolas como LVP (con presencia global y en especial en España, Portugal, Latinoamérica, Oriente Medio y China) o GGTech (presente también en Latinoamérica).

3 <

España cuenta con el mayor número de equipos profesionales de Europa, organizados en ACE, la única asociación empresarial de este tipo en el continente.

> 4

La presencia de grandes marcas patrocinadoras. Por ejemplo, España, es el único país de Europa donde los tres mayores operadores nacionales de comunicaciones (Movistar, Orange y Vodafone) han apostado por esta actividad.

5

Finalmente, el marco regulatorio español ha sido y es suficiente para permitir el crecimiento de las competiciones de videojuegos.

LVP, Kirill Bashkirov







3.

Los actores de los esports



Los actores de los esports

Los actores que forman parte del sector de los esports son los siguientes:



**Editoras y
plataformas**



**Promotores de
competiciones**



Equipos



**Jugadores
profesionales**



Broadcasters



Patrocinadores



Eventos



Otros actores



Las editoras y las plataformas de juego

Al ostentar la propiedad intelectual e industrial de los videojuegos, las casas editoras se configuran como el principal actor del sector. Únicamente los campeonatos organizados o licenciados por las editoras pueden considerarse oficiales.

Las principales editoras con presencia en España son:

Valorant
League of Legends
Teamfight Tactics
Legends of Runeterra

Riot Games

Call of Duty
Overwatch
Hearthstone
StarCraft

Activision-Blizzard

Halo
Forza Motorsport
Gears of War

Microsoft

Tekken
Dragon Ball
Project Cars

Bandai-Namco

FIFA
Apex Legends

Electronic Arts

Mortal Kombat
Injustice

Warner Bros

Gran Turismo

Sony Interactive
Entertainment

Super Smash Bros

Nintendo

Rainbow Six

Ubisoft

NBA 2K

Take-Two

Compañía | Franquicias de esports

En muchas ocasiones, las casas editoras actúan también como promotores de competiciones.

Promotores

España tiene un variado ecosistema de promotores de competiciones que abarca compañías nacionales y europeas que configuran el ecosistema más variado de Europa. Los principales promotores y competiciones que operan en España son:

Promotores | Organizan



DreamHack Open de Counter-Strike: Global Offensive o Fortnite.



eLaLiga Santander de FIFA



ESL Masters de Warcraft III y Counter-Strike: Global Offensive.



Circuito Tormenta de League of Legends, Amazon University Esports e IESports.



Liga de Videojuegos Profesional: Organiza la Superliga de League of Legends, la Unity League de Counter Strike-Global Offensive y la Crown League de Clash Royale, la Valorant Genesis Cup y las GGSeries.



R6 Spain Nationals de Rainbow Six Siege.

Los equipos

En España, los equipos profesionales son empresas legalmente constituidas (normalmente en forma de Sociedad Limitada), que contratan a jugadores, en las condiciones legalmente acordadas para que, en su representación, compitan en las ligas y torneos organizados por los promotores.

Algunos de los equipos profesionales más destacados son:

Equipos profesionales más destacados

Vodafone Giants
Movistar Riders
Mad Lions E.C.
Team Heretics
Team Queso
Cream Real Betis
S2V Esports

Los principales equipos a nivel nacional se han organizado en una asociación, ACE, para generar una voz que represente conjuntamente sus intereses y para generar un entorno de buenas prácticas.

Los jugadores

Los equipos contratan jugadores para que compitan en su representación. Se estima que el número total de jugadores profesionales en España es de 250.

Hasta recientemente, la escena competitiva española era fundamentalmente local. A pesar de ello, España ha colocado en el pasado a algunos nombres en el olimpo mundial: los hermanos Pedro y Juan Moreno Durán (conocidos como LucifroN y VortiX, jugadores top mundiales de Warcraft III, StarCraft II y Heroes of the Storm), Alfonso Ramos (bicampeón del mundo de FIFA), Carlos "Ocelote" Rodríguez (World of Warcraft y League of Legends), o Enrique "xPeke" Cedeño (League of Legends).

Actualmente, no solo ha aumentado el número de jugadores de alto nivel españoles que compiten nacional e internacionalmente, también las competiciones españolas atraen a jugadores extranjeros, fundamentalmente europeos.

ESL, Marta Portela



Broadcasters

Las principales plataformas de distribución de contenidos online que retransmiten competiciones de videojuegos son Twitch (propiedad de Amazon) y YouTube (Google). Además, en España las competiciones de videojuegos han tenido una presencia notable en televisión:

2016

Obtuvo gran éxito el programa Gamers de MTV España, que mostraba desde dentro como entrenaba y vivía un equipo de esports (G2 Esports).

→ Movistar creó un canal dedicado en exclusiva a esports: Movistar Esports.

→ También en 2017, la cadena Gol estrenó su informativo eSports Generation.

→ Neox, de Atresmedia, ha retransmitido desde 2017 contenidos de esports a través de su programa Neox Games.

2018

Adicionalmente, a finales de 2018 MEDIAPRO lanzó UBEAT, una multiplataforma de esports y entretenimiento que cuenta con un canal de televisión 24/7 disponible en los principales operadores de España (Movistar, Orange, Telecable, Euskaltel, R, Virgin telco) y Latinoamérica.

La televisión pública, RTVE, ha retransmitido esports a través de su plataforma digital Playz.

2020

Gestmusic estrena Top Gamers Academy, un 'reality-talent' sobre esports que se emite diariamente en Twitch y cuya gala semanal, presentada por Jordi Cruz, se emite en 'prime time' televisivo los domingos a las 21:00 en Neox y Atresplayer.

Patrocinadores

España es uno de los países donde ha habido un mayor de grandes patrocinadores por los esports, lo que ha ayudado a su gran proyección.

Los patrocinadores suelen clasificarse como endémicos (aquellos que ofrecen productos o servicios directamente vinculados al sector) o no endémicos. Ejemplos de marcas endémicas que podemos encontrar en el sector de los esports a nivel nacional son Razer, Acer Predator o Intel y ejemplos de marcas no endémicas L'Oreal, Philips, Mapfre o El Corte Inglés.

En España, los operadores de telecomunicaciones han sido los grandes protagonistas de estos movimientos. Los tres principales operadores del país (Movistar, Orange y Vodafone) son también los tres mayores patrocinadores de esports.

Los eventos

En el ecosistema español tienen un protagonismo destacado los eventos presenciales destinados a competiciones de videojuegos o que bien incorporan competiciones entre su actividad: ferias de videojuegos, festivales digitales y LAN parties¹⁰.

Algunos de los eventos más importantes son:



Además, España atrae cada vez más eventos internacionales. Entre otros, en nuestro país se han celebrado los siguientes:



Otros stakeholders

Existen otros stakeholders que participan del ecosistema de los esports:

- Diversas universidades o centros de estudios han creado títulos de formación en el ámbito de los esports. Por ejemplo, la Universidad Internacional de Valencia (VIU), EADE o ISDE (Instituto Superior de Derecho y Economía).
- Empresas tecnológicas creadoras de servicios para esports como Stream Hatchet o Gamerswalk.
- Estudios de videojuegos que han desarrollado títulos competitivos como Raiders of the Broken Planet del estudio Mercury Steam, Way of Redemption de Pixelal Cream, Adronelin de Dinamita Works o Moerakis de Animatoon Studio. De entre las grandes casas editoras, en el estudio de Ubisoft en Barcelona se desarrolla en parte uno de los principales títulos de esports actuales: Rainbow Six Siege.

LVP, Hara Amorós





4.

Los esports y la COVID-19

Los esports y la COVID-19

La situación global de emergencia sanitaria en 2020 ha supuesto la paralización temporal de buena parte de la vida económica mundial, y en particular de los espectáculos públicos y de los eventos deportivos y de entretenimiento. En cambio, el confinamiento domiciliario ha provocado que el consumo del contenido a través de internet haya aumentado, y el contenido de esports no ha sido una excepción.

El hecho de ser un sector endémico de internet ha posibilitado que las competiciones de videojuegos hayan podido realizarse online y de manera remota y que ante la inexistencia de alternativas las competiciones hayan visto sus audiencias incrementadas notablemente y hayan obtenido cifras récord de espectadores¹¹.

Esto no implica que los esports sean ajenos a las dificultades de otros sectores. Si bien su naturaleza y gran adaptabilidad han permitido la continuación de la actividad, ello no ha evitado que el sector sufra un golpe económico que ha puesto en dificultades a los agentes del sector.

Una parte importante del impacto proviene de la paralización de los eventos presenciales, algunos de ellos citados a lo largo de este documento, donde las distintas empresas obtenían ingresos mediante patrocinio, activaciones comerciales, ticketing o los derivados de la organización de dicha actividad para un tercero.

Pero también la comercialización de actividades online se ha visto perjudicada a causa de la incertidumbre, que provoca un retraimiento de las marcas.

Ante estas dificultades sobrevenidas, la colaboración y ayuda de las administraciones a los esports es imprescindible para paliar el gran daño económico y laboral que sufre el sector y evitar así que sea irreversible.

La crisis sanitaria es, por tanto, un gran reto para el sector que pone en cuestión el mantenimiento de España como una potencia europea y a su vez una oportunidad al haberse podido apreciar que el sector ha sido capaz de adaptarse para continuar su actividad e incluso de mejorar e incrementar unas audiencias que ya venían creciendo con fuerza en años anteriores.





5.

Retos de los esports en España

Retos de los esports en España

Las competiciones de videojuegos, por sus características y rápida evolución deberán enfrentarse a una serie de retos que debemos superar para continuar su desarrollo en las mejores condiciones posibles en España. A continuación, se exponen algunos de ellos:

1

Bajo conocimiento

Los niveles de conocimiento y comprensión entre la población general, ámbitos sociales y políticos, potenciales inversores y sponsors son aún bajos. En particular, hay poca promoción de los logros competitivos y empresariales de jugadores y empresas españolas y una gran sobreexposición a datos incorrectos o confusos. Si bien hay una evolución positiva en este aspecto, sigue existiendo un estigma social según el cual los videojuegos no son vistos como algo positivo, lo cual se traslada también a las competiciones. Todo esto provoca numerosos problemas de acceso, equívocos y preconcepciones que impiden que el sector se desarrolle con mayor velocidad.

GGTech, Alberto Ruiz Cubas



2

Aumento de la regulación

Actualmente, las competiciones en España están regulados por la normativa general (mercantil, laboral, de propiedad intelectual, de competencia, etc.). Al nivel de desarrollo actual, esta regulación ya garantiza el funcionamiento seguro y efectivo del sector en España. Existe el peligro de que una mala comprensión del sector lleve a una sobrerregulación que inhiba el desarrollo, como ha sucedido en otros lugares, o a una fragmentación regulatoria.

3

Acceso a banda ancha y tecnología

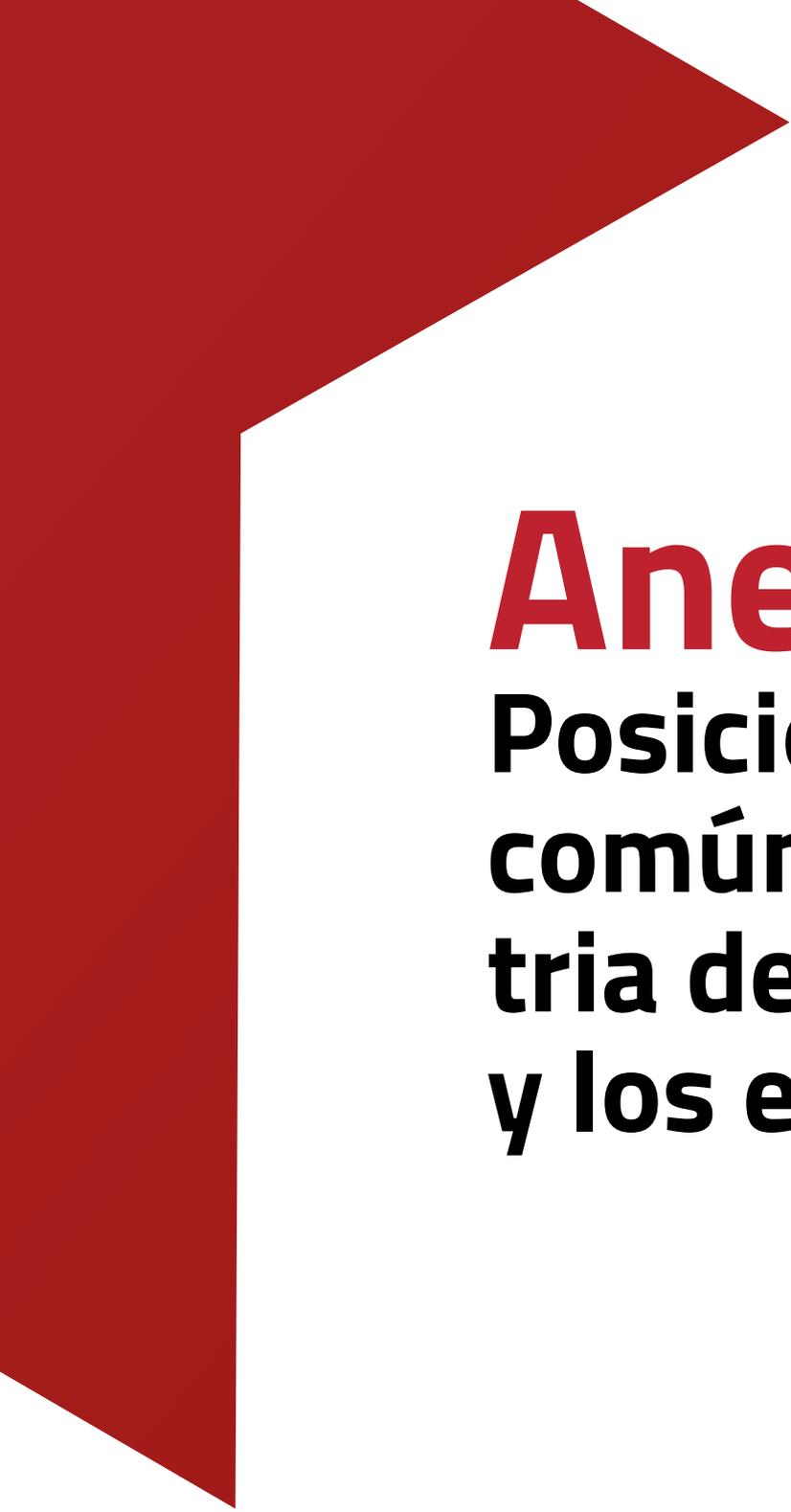
La rápida evolución tecnológica es inherente a las competiciones de videojuegos. El desarrollo de nuevos videojuegos y de nuevas plataformas donde jugarlos juega un papel clave. Es importante que esta evolución tecnológica sea accesible a toda la sociedad. En particular es fundamental el acceso a una banda ancha e internet móvil de calidad. No es casualidad que en la lista de los países con mejor banda ancha del mundo se encuentren los mercados con mayor desarrollo de las competiciones de videojuegos (Corea del Sur, sureste asiático y Escandinavia)¹².

ESL, Eva Marqués



¹² Akamai.com. 2017. Akamai's state of the internet | q3 2016. Disponible en: <https://www.akamai.com/es/es/multimedia/documents/state-of-the-internet/q3-2016-state-of-the-internet-connectivity-report.pdf>



A large, solid red graphic element on the left side of the page, consisting of a vertical bar that curves at the top and bottom into triangular shapes pointing towards the center.

Anexo:

Posicionamiento común de la industria del videojuego y los esports

Posicionamiento común de la industria del videojuego y los esports

Con el objetivo de ayudar a jugadores, medios y al público a entender este nuevo fenómeno, en 2020 AEVI ha establecido un posicionamiento común de la industria sobre las competiciones de videojuegos.

1

¿Qué son los esports?

Esports 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. Se puede jugar de forma amateur o profesionalizada y de forma presencial u online. Otras denominaciones son "gaming competitivo", "organized play", "egaming" o "pro gaming".

Los esports son una denominación genérica que se concreta en las competiciones y ligas de juegos concretos, no estamos ante una única modalidad de juego. De la misma manera que no se compete en "deporte", sino a fútbol, baloncesto, etc., no se compete a esports sino a League of Legends, Call of Duty, FIFA, Rainbow Six, Siege, Gran Turismo Sport, Gears of War o Hearthstone.

El gaming competitivo forma parte de una tendencia mucho más amplia de la industria del videojuego que permite disfrutar de los videojuegos de manera colectiva y social.

2

¿Cuáles son los valores de los esports?

Las principales asociaciones mundiales de la industria del videojuego, entre las que se encuentra la Interactive Software Federation of Europe (ISFE), de la que es miembro AEVI, acordaron en noviembre de 2019 un conjunto de principios universales aplicables a todos los aspectos del ecosistema global de esports. Son estos:

Principios universales

Seguridad y bienestar
Integridad y juego limpio
Respeto y diversidad
Experiencia de juego positiva y enriquecedora

Una elaboración más amplia de estos principios puede consultarse en la web de ISFE: <https://www.isfe.eu/isfe-esports/>

LVP, Hara Amorós



3

¿Quiénes son los actores principales del sector de los esports?

Los principales actores del sector son:

- Los publishers: son los titulares de los derechos de propiedad intelectual e industrial de los videojuegos y franquicias.
- Los organizadores: diseñan y organizan las competiciones de videojuegos.
- Los jugadores: son aquellas personas que participan en las competiciones que realizan los organizadores.
- Los equipos: son entidades que contratan jugadores con la finalidad de que participen en las competiciones en su representación.
- Los broadcasters: son operadores que tienen plataformas para distribuir los contenidos audiovisuales en directo o bajo demanda.

En ocasiones, un mismo actor puede desarrollar varios de estos roles.

4

¿Qué audiencia tienen los esports?

El público de esports ha crecido enormemente en los últimos años. Según la consultora Newzoo en 2019 había 198 millones de entusiastas de los esports a nivel mundial^[1]. Según la misma consultora, el número de entusiastas en España fue de 2,9 millones en 2019.

Entusiastas de los esports 2019



5

¿Cuánto dinero mueven los esports?

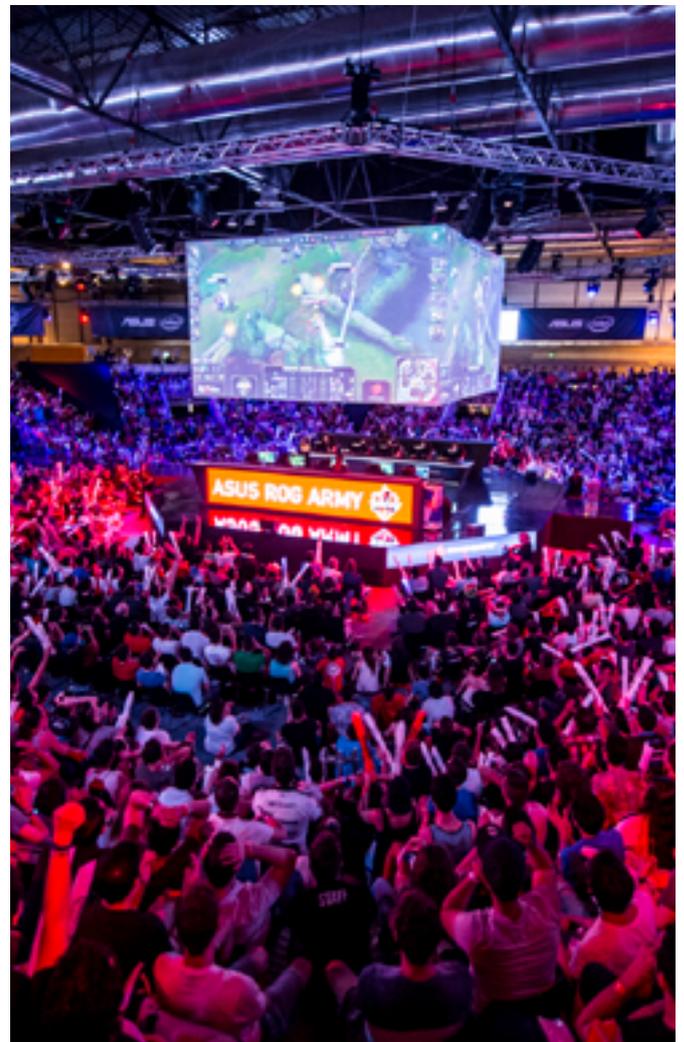
Según Newzoo, el mercado global de esports alcanzó los 950 millones de dólares de ingresos en 2019 y prevé un total de 1.100 millones en 2020^[2]. Son cifras aún modestas: representan menos del 1% de los ingresos globales de la industria del videojuego. España representa, según cifras de AEVI, el 4% de la economía mundial de los esports.

6

¿Cuáles son algunos de los videojuegos de impacto en esports?

Algunos de los juegos de mayor popularidad en España en el ámbito de los esports son League of Legends, Counter-Strike Global Offensive, Clash Royale, FIFA, Call of Duty, Hearthstone, Rainbow Six Siege, Gran Turismo Sport, Rocket League, APEX Legends o Fortnite.

LVP, Hara Amorós



7

¿Cuántas competiciones de esports se realizan?

A causa del gran número de torneos amateur, se hace muy complicado dar una cifra exacta. En España, hay actualmente cuatro ligas profesionales en las que los equipos están obligados a tener a sus jugadores bajo contrato y salario (Superliga Orange de League of Legends, Unity League de CSGO, Crown League de Clash Royale y R6 Spain Nationals de Rainbow Six Siege), junto con un número similar de torneos internacionales de primer nivel como los celebrados en Dreamhack Valencia, pero hay cientos o miles de competiciones amateur que se juegan cada año por el placer de participar o por pequeños premios, como los torneos PS4: Challenger Series.

8

¿Qué tipo de competiciones existen actualmente?

Hay un buen número de competiciones incluidas aquellas organizadas por promotores bajo licencia de un publisher o las organizadas directamente por el publisher. Las únicas competiciones oficiales son aquellas organizadas o providas por el publisher del videojuego.

Esto es independiente del valor competitivo que los equipos y jugadores concedan a las distintas competiciones, que depende de la calidad organizativa, alcance de audiencia y retorno económico de la competición.

LVP, Kirill Bashkurov



9

¿Puede cualquiera ser jugador profesional de esports?

Sí, los esports son una comunidad abierta y todo el mundo puede convertirse en un jugador profesional. Ahora bien, como en muchos ámbitos profesionales, además del talento se requiere una gran cantidad de entrenamiento para llegar a competir profesionalmente.

10

¿Es cierto que los esports no están regulados? ¿Sería útil tener una regulación específica y es el momento para ello?

En el estudio pionero Régimen jurídico de las competiciones de videojuegos (Difusión Jurídica, 2017), los profesores Alberto Palomar y Ramon Terol señalaron que los esports en España están regulados por la normativa mercantil, laboral, fiscal, de propiedad intelectual e industrial, de competencia, protección de datos, comercio electrónico y consumidores y usuarios, entre otras[3], como pasa con cualquier otra actividad económica.

No es el momento para que el legislador plantee una regulación específica, dada la novedad del sector y su impacto limitado. Desde AEVI estamos comprometidos con el crecimiento de la industria. Por este motivo y como se ha realizado con éxito en otros sectores, AEVI está trabajando en la identificación de medidas de autorregulación con el objetivo de construir un ecosistema de referencia de los esports en Europa.

Un buen ejemplo de este esfuerzo es la adopción de los Principios Universales de los Esports (ver punto 2).

Dependiendo de la evolución del sector, puede que en el futuro se haga necesario debatir la necesidad de un marco normativo propio, siempre de acuerdo con los desarrollos europeos en la materia para evitar una regulación restrictiva que impida la competitividad del sector en España en relación con el resto del mundo. Pero las actuales regulaciones ya garantizan el funcionamiento seguro y efectivo del sector en España.



11

¿Se han regulado los esports en muchos países?

Existen muy pocos ejemplos de países que hayan requerido de regular el sector de alguna forma.

En el entorno de la Unión Europea, el único país que posee una regulación del sector es Francia, con dos artículos en la Ley Digital (Loi pour une République numérique). La regulación se caracteriza por separar los esports del deporte y aclarar algunos aspectos como la confusión entre los esports y el juego de apuestas.

12

¿Son los esports un deporte?

Los esports son una categoría genérica que se refiere a competiciones de videojuegos de géneros distintos, que exigen habilidades distintas y con formas de competición distintas. Los esports tienen ciertas áreas comunes con el deporte, como su nivel de penetración social o su espíritu de competición y espectáculo, si bien son realidades totalmente diferentes en la práctica y organización.

Los esports no pueden ser catalogados bajo un mismo tipo de práctica competitiva porque más allá de tener como elemento común el uso de un software, las competiciones no tienen relación entre ellas. Algunos títulos son de habilidad 1 contra 1, otros son de estrategia por equipos o de cartas online. No hay una naturaleza común entre ellos y por ello no se puede hablar de una "modalidad" que abarque toda la categoría a nivel general.

LVP, Hara Amorós



13

¿Podrían enmarcarse los esports en la regulación deportiva?

Más allá de destacar que estamos ante realidades de naturaleza distinta, el ecosistema de los esports se construye sobre bases muy diferentes en cuanto a estructura.

Las bases del deporte son asociativas y territoriales, mientras que la industria de los esports es económica (todos los actores son empresas) y global, al estar basada en internet. Intentar forzar el ecosistema existente en un marco incorrecto empujaría al sector varios años atrás y a no ser competitivos con otros países.

El cambiante panorama de los esports, con juegos que aparecen y desaparecen cada pocos años, avances tecnológicos que revolucionan el sector cada poco tiempo, requieren de un marco jurídico sin fragmentación territorial y mucho más flexible que el que puede aportar la legislación deportiva en países como España.

Además, como indican los profesores Alberto Palomar y Ramón Terol en su estudio Régimen jurídico de las competiciones de videojuegos, los videojuegos son un producto comercial con un propietario, el publisher, que ostenta los derechos de propiedad industrial y propiedad intelectual sobre su contenido^[4]. El publisher es el responsable de las características concretas del software, situación que no tiene paralelismo en deporte alguno y que no puede ser regulada sin chocar de múltiples maneras con ámbitos regulatorios como el derecho de marcas, la ley de propiedad intelectual, la regulación del mercado y los derechos legítimos de las casas editoras.

14

Si el ajedrez o la colombofilia están reconocidos como deporte en España, ¿por qué no van a estarlo los esports?

En AEVI no entramos en este tipo de valoraciones, que se suelen centrar únicamente en aspectos concretos sin tener en cuenta todos los condicionantes históricos, sociales, culturales y legales que llevan a que una actividad sea o no reconocida como un deporte. AEVI guarda el máximo respeto por todas estas actividades de la misma manera que pedimos que se respeten las especificidades de las competiciones de videojuegos.

15

¿Por qué si los esports son considerados deporte olímpico en Corea no están reconocidos en España?

En ningún país del mundo los esports gozan de consideración olímpica. En 2015 el Comité Olímpico de Corea del Sur introdujo a estudio los esports en un "segundo nivel" de consideración deportiva, que fue finalmente revocado en 2017.

16

¿Cuál es la forma jurídica de los equipos de esports?

En España, es práctica común que los equipos profesionales adopten la forma de Sociedad Limitada, constando en su objeto social que la finalidad de la empresa es participar en competiciones de videojuegos o la representación de jugadores de videojuegos. De esta forma, los equipos se constituyen mediante una figura jurídica que les otorga personalidad propia.

LVP, Kirill Bashkirov



17

¿Cuál es el estatus jurídico del jugador profesional?

En España, el jugador profesional de esports es un trabajador por cuenta ajena cuando lo hace bajo el paraguas de un equipo.

En este sentido, debe estar vinculado por un contrato válido conforme a la regulación y disfruta de los derechos y obligaciones que figuran en el Estatuto de los Trabajadores.

Los jugadores habitualmente prestan sus servicios profesionales para el club o equipo y perciben por ello una retribución que se vincula a la propia participación o a los resultados obtenidos en la misma en la forma que el contrato de trabajo establezca.

De forma menos común, los jugadores individuales compitiendo por su cuenta pueden ser autónomos. En cualquier caso, todos los jugadores profesionales están protegidos por la regulación laboral.

18

¿Es cierto que no se están respetando los derechos de los jugadores?

La legislación española protege los derechos de los jugadores.

Los jugadores profesionales que participan en competiciones de videojuegos deben regirse por el régimen laboral común, en el caso de estar trabajando para un equipo, o por el régimen de trabajadores autónomos, en caso de realizar una actividad profesional por su cuenta. Cualquier menoscabo de sus derechos laborales puede ser objeto de un procedimiento laboral que termine con esta vulneración de sus derechos.

Además, desde AEVI se está trabajando para que las medidas de autorregulación provean de garantías adicionales que elevarán la protección actual a los más altos estándares de práctica en relación con el tratamiento de los jugadores profesionales.

19

¿Cuál es el nivel de profesionalización actualmente?

La profesionalización de jugadores, los equipos y competiciones depende del ámbito geográfico y juego, pero en general se está desarrollando rápidamente. Según un análisis interno de AEVI, el sector emplea a unas 600 personas en España, incluyendo a unos 250 jugadores profesionales.

En España, los jugadores profesionales tienen un contrato de trabajo con su correspondiente salario, derechos y obligaciones. Además, cada jugador entrena una serie de horas de forma individual (más allá del entrenamiento conjunto con los otros jugadores de su equipo), sigue una preparación individualizada (dieta, entrenamiento físico, relajación, etc.).

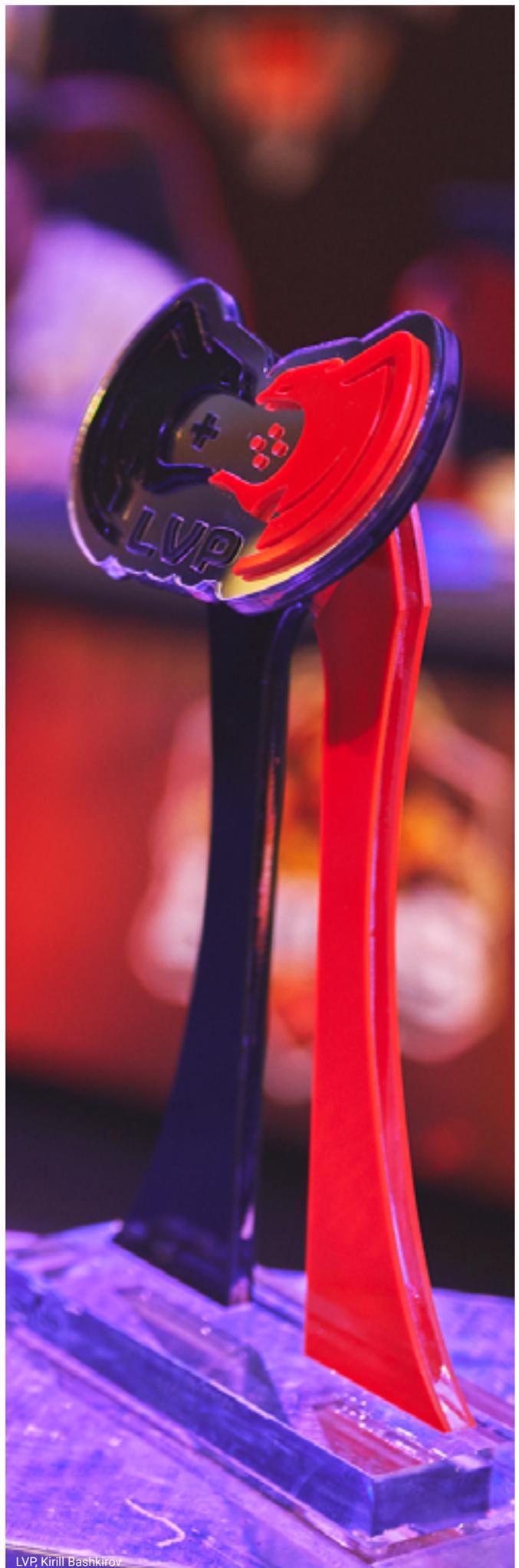
En cuanto a los equipos, uno de los efectos más visibles es la proliferación del staff técnico con personal de diferente tipo: entrenadores, community managers, psicólogos o fisioterapeutas.

En el ámbito de las competiciones, los organizadores también han ido evolucionando incorporando a su empresa persona de diferentes ámbitos: informáticos, diseño, publicidad, comunicación, periodistas o abogados. En este sentido, se prevé la creación de un buen número de trabajos de alta cualificación en España, a medida que la industria de los esports crezca.

20

¿Es el dopaje un problema en los esports?

En España no se han producido indicios de que exista un problema de uso de sustancias con el objetivo de incrementar el rendimiento. En cualquier caso, y para preservar la integridad de la competición y la salud de los participantes, la industria debe permanecer alerta ante el caso de que se produzcan señales. AEVI recomienda seguir los principios universales de los esports (ver punto 2 o <https://www.isfe.eu/isfe-esports/>) que fomentan los valores de integridad de los jugadores y de un entorno seguro y justo tanto para jugadores como para toda la comunidad de esports.



LVP, Kirill Bashkurov

21

¿Son las apuestas un problema en los esports?

Las apuestas y el juego son actividades independientes y totalmente separadas de los videojuegos y la industria de los esports.

Los publishers, desarrolladores y redes de juego no facilitan ni condonan las apuestas en esports. De todas maneras, dada la naturaleza de actividad competitiva en directo, surgen oportunidades para las apuestas y los consumidores pueden apostar en el resultado de partidos de esports a través de operadores con licencia.

No es necesario recalcar que los operadores de apuestas deben acatar los objetivos de la licencia, incluidos aquellos dirigidos a proteger a la infancia y a otras personas vulnerables de ser explotados o perjudicados por la actividad de apostar.

Corresponde también a los operadores de juego de azar y apuestas tener en cuenta el nivel de madurez del sector de los esports en el que las medidas de 'compliance' y de protección aún se están desarrollando.

Como industria responsable, la integridad es de capital importancia para AEVI. Estamos comprometidos a asegurar que los esports permanecen como una industria limpia y transparente trabajando codo con codo con publishers, desarrolladores, jugadores profesionales, broadcasters, propietarios de competiciones y organizaciones internacionales con el objetivo de que se cumpla la ley y de prevenir la aparición de manipulación de resultados, trampas, apuestas de menores o el fraude.

22

¿Puede participarse en una competición de videojuegos con una edad inferior a la recomendada?

Los jugadores profesionales están vinculados por una relación laboral, por lo tanto, la edad mínima para su participación es de 16 años en España, con autorización paterna hasta los 18. Por otro lado, los jugadores amateurs deben seguir la normativa española con respecto a la presencia de menores en las plataformas online.

AEVI está trabajando activamente con sus miembros y con ISFE (Interactive Software Federation of Europe) a nivel europeo en el establecimiento de recomendaciones para desarrollar el mejor ecosistema de esports en Europa.

23

¿Pueden las mujeres competir en igualdad de condiciones?

Las competiciones de esports permiten competir a cualquier persona independientemente de su identidad de género. La industria está trabajando para implementar medidas que ayuden a aumentar la representación de mujeres en todos los niveles de competición.

Notas

[1] Newzoo (2020), Global Esports Market Report 2020 Light Version. Disponible en <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>

[2] Ídem.

[3] Palomar, Alberto y Terol, Ramón (2017), Régimen jurídico de las competiciones de videojuegos. Difusión Jurídica. Págs. 15-19.

[4] Palomar, Alberto y Terol, Ramón (2017), Régimen jurídico de las competiciones de videojuegos. Difusión Jurídica. Págs. 20-21.





AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS