



TRIBUNA INVITADA

Por [Kenneth Rivera Robles](#)

domingo, 5 de mayo de 2019



e-Gaming: ¿industria prolífera o un mero juego de niños?

CPA y Lcdo. Kenneth Rivera Robles

Hace unos días, en su mensaje de situación del país, el gobernador Ricardo Rosselló Nevares hizo referencia al “eSports” como mecanismo de desarrollo económico. Concurrimos con la opinión y la expectativa del primer mandatario de que esta industria tiene un potencial enorme como herramienta de desarrollo económico. De hecho, esta industria se menciona en el Proyecto de la Cámara 2038, que regularía las apuestas en eventos deportivos.

¿QUÉ ES EL ESPORT?

El eSports, también conocido como e-Gaming, son competencias o torneos profesionales de juegos de vídeo. Aunque los videojuegos han sido populares desde la década del 70, en los últimos años –y gracias a la popularidad de las plataformas sociales digitales– los juegos de vídeo se han convertido en un evento competitivo. El fanático de estos eventos, lo que hace es ver a los mejores jugadores del mundo competir entre ellos en torneos formales de juegos populares. Sería el equivalente de ver un evento deportivo pero en un lugar preparado con pantallas y equipo de transmisión donde los fanáticos disfrutan de estos eventos.

Existen en el mercado varios videojuegos con los cuales se compite a nivel profesional. Para determinar su popularidad y alcance, en dicha industria se mide por cuántas horas de audiencia tienen por año.

Para el 2018, los cinco videojuegos principales fueron: “League of Legends” (con 347 millones de horas de audiencia); “Counter-Strike: Global Offensive” (con 274 millones de horas); “DOTA 2” (con 250 millones de horas); “Overwatch” (con 101 millones de horas) y “Hearthstone” (con 54 millones de horas).

¿Y QUÉ DICEN LOS NÚMEROS?

De acuerdo a un estudio titulado “2019 Global eSports Market Report”, preparado por Newzoo, la audiencia mundial total para estos eventos –para el año 2019– alcanzará las 454 millones de personas, incluyendo los fanáticos ocasionales. El informe también señala que se espera que dicha audiencia aumente en un 14% para el año 2022 y alcance 645 millones de personas.

Dicho estudio también menciona que se espera que la industria alcance casi \$1,800 millones en ingresos generados para el año 2022 (casi triplicando su volumen en el año 2017). De hecho, un dato sorprendente es que de acuerdo a unas estadísticas de ESPN del año 2013, el único evento deportivo en EE.UU. que alcanzaba mayor audiencia que los torneos de eSports era el Super Bowl. De acuerdo a dichos números, la final del videojuego “League of Legends” tuvo mayor audiencia que la final de la NBA, la Serie Mundial de las Grandes Ligas y el Stanley Cup (hockey sobre hielo).

La plataforma principal de “live streaming” para ver estos videojuegos es Twitch, con 140 millones de visitas al mes, que los transmite de forma continua y es propiedad de Amazon. Pero también los eventos a veces se transmiten por otras plataformas digitales que incluyen YouTube, Facebook, Twitter y hasta por televisión regular en ciertos casos. Pero más importante, en términos de mercadeo estos eventos son sumamente efectivos con la población joven donde los mecanismos tradicionales de mercadeo no tienen tanto alcance.

¿DÓNDE ESTÁN LAS OPORTUNIDADES?

Lo primero es que se podría generar ingreso produciendo este tipo de eventos. Muchas personas disfrutan de ver y participar en estos eventos de forma presencial. Así que potencialmente habría ingreso de admisiones a dichos eventos. También está el ingreso de los auspiciadores que financian los lugares de juegos o ciertos equipos. Hay ingreso en la colocación de anuncios y, finalmente, regalías por la transmisión de dichos eventos.

Otra oportunidad radica en que este tipo de evento no ha llegado a su punto óptimo en centro y sur América. Puerto Rico sería el pionero en convertirse en un centro reconocido para hacer este tipo de eventos. Pero esto no se detiene ahí. Dicha industria se menciona en el Proyecto de la Cámara 2038, que regularía las apuestas en eventos deportivos e incluye este tipo de eventos en la categoría de eventos deportivos. Además, el Proyecto de la Cámara 1635, conocido como el Código de Incentivos, incluye –bajo la división de industrias creativas– el desarrollo de juegos de vídeo como actividades elegibles para recibir decretos de exención contributiva.

La oportunidad de abrir las puertas a este tipo de industria está ahí delante de nosotros. ¿Le prestamos atención ahora como se merece o pensamos que solamente son juegos de niños?

Otras columnas de Kenneth Rivera Robles

sábado, 20 de abril de 2019

Buscando a un tal Stevens

Enmienda para eximir a Puerto Rico de las reglas de cabotaje aéreo

domingo, 24 de marzo de 2019

¿Cabotaje para todos?

Hace casi 100 años –y como consecuencia de la carencia de asistencia naval durante la primera Guerra Mundial– el senador Wesley Jones introdujo el Merchant Marine Act of 1920, mejor conocido como Ley Jones. La misma requiere, en uno de sus incisos, que cualquier transportación marítima entre dos puertos de los EE.UU. se haga utilizando barcos cualificados bajo la Ley Jones.

sábado, 9 de marzo de 2019

Cannabis medicinal: el hijo ilegítimo del fisco

A pesar de haberse legalizado, a esta industria no se le reconoce el mismo tratamiento que a otros sectores de la economía

sábado, 9 de febrero de 2019

Ladrillos Amarillos

El CPA Kenneth Rivera Robles urge la adopción de enmiendas al Código de Rentas Internas local para sacar máximo provecho de los incentivos en el programa de Zonas de Oportunidad.

 Ver 0 comentarios



Sobre este columnista

Contador Público Autorizado

Más Columnistas

- Chu García
- Orlando Parga
- Annette González
- Dyhalma Irizarry Gómez
- Sergio Ramírez
- Carmen Maldonado González
- Charlie Hernández
- Julio A. Muriente Pérez

Más en Opinión

ÚLTIMAS



La dignidad de Cora es de largo metraje

hace 44 minutos



A RHC lo maltraté y respondió con nobleza espiritual



El futuro de Ciencias Forenses



Colegiación compulsoria, ética y excelencia profesional



El poder y la locura



La vida del ELA después de Rafael Hernández Colón



El soberanista, Rafael y la podadora



Marchas del 1 de mayo: ¿Por qué la asistencia fue menor si los reclamos son mayores?



Enamorados de las metástasis



e-Gaming: ¿industria prolifera o un mero juego de niños?

+VISTAS



¿Quiénes somos?

FAQ

Contáctanos

Tarifario

Términos y Condiciones

Política de Privacidad

