



Gaming Market Insights

ANÁLISIS DE AUDIENCIAS DE LA SUPERLIGA VERANO 2021

La Superliga **mejora sus cifras** de audiencia en fase regular y en la fase final de playoffs.

La temporada de verano 2021 alcanza los 23.410 espectadores de media por minuto, un **50,42% más** que la temporada de verano de 2020

Introducción

Gaming Market Insights vuelve con un nuevo capítulo de la serie de informes trabajados desde Deloitte Gaming. En esta segunda entrega profundizaremos en los datos relacionados con el segundo Split del año de la liga nacional más importante: la Superliga de League of Legends.

La gran apuesta de la LVP por seguir reforzando y profesionalizando el panorama competitivo español sigue dando sus frutos, tal y como podremos comprobar en los datos analizados en este *Summer Split*.

Con un crecimiento imparable, la liga nacional **sigue ganando audiencias y manteniendo un crecimiento constante.**

Sin duda, las últimas novedades (como nuevos miembros y ampliación de equipos en la liga) contribuirán al continuado crecimiento de la competición y del resto del ecosistema competitivo en España.



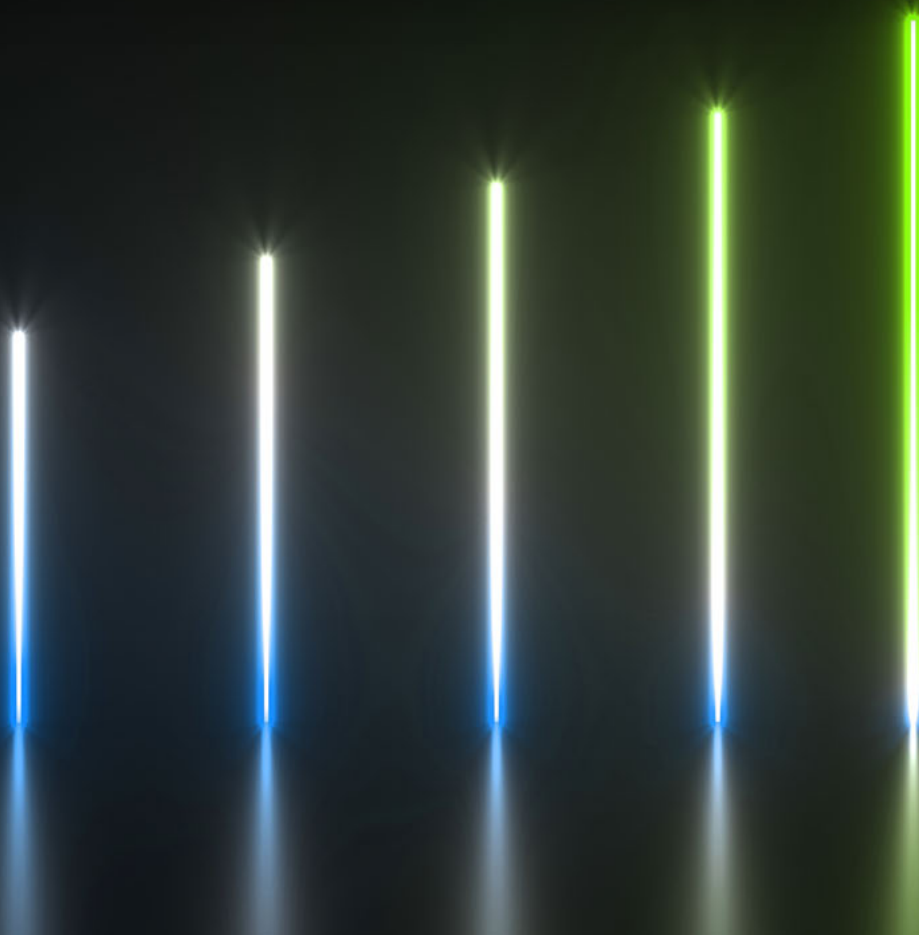
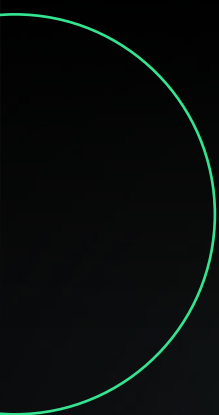
El seguimiento de la competición sigue aumentando en cada temporada

Metodología

Este informe ha sido elaborado en colaboración con StreamHatchet, proveedor de datos de Deloitte Gaming. Los datos analizados corresponden al espacio temporal de la emisión de la partida, sin incluir tiempos muertos, pre y post partido.



El Split de verano de la Superliga también bate récords de audiencia respecto al mismo periodo del año pasado.



La gráfica que se muestra más abajo representa el Average Minute Audience (en adelante, AMA) por partido de las ediciones de la Superliga "Summer Split de 2020 y 2021".

El AMA creció un 50,42% en comparación al Split de verano de 2020.

El Summer Split de 2020 fue de 15.564, aumentando en 2021 hasta la cifra de 23.410.

La jornada inaugural tuvo de media 24.134 espectadores, frente a los 22.035 de la temporada 2020. Estas cifras se traducen en un aumento de espectadores del 9,5% durante el arranque frente al año anterior.

Los playoffs de 2021 reunieron un AMA de 36.426, frente a los 20.763 del Summer Split de 2020, lo que supone un **incremento del 75,43%**.

AMA x partido verano 2020 vs 2021

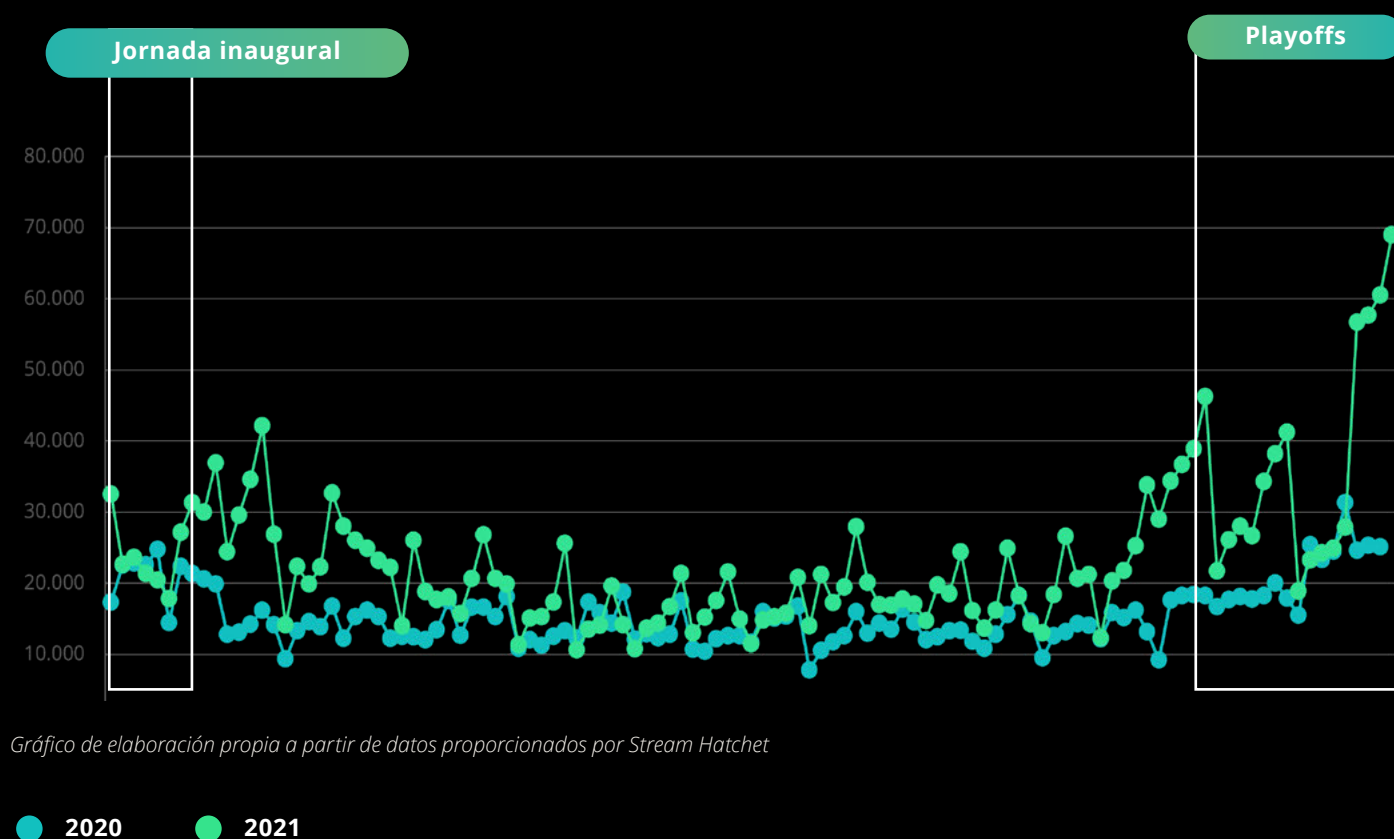


Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

La gran final del Split supera las expectativas de audiencia

FINAL 2021

+73k

ESPECTADORES PICO

▲ 141,03%

+60k

AMA FINAL

▲ 143,47%



VS



FINAL 2020

+27k

ESPECTADORES PICO

+25k

AMA FINAL



VS



Si hablamos de la final del Split de Verano de 2021, el pico de audiencia se encuentra en los 73.006 espectadores, alcanzados durante la gran final jugada entre UCAM Esports y Vodafone Giants, del que salió victorioso el club malagueño, heptacampeón de la competición.

La presencia de Vodafone Giants ha sido un aliciente para la audiencia, a pesar de haber sufrido más de lo esperado para colarse en la final. Este hallazgo no sorprende ya que, tal y como reflejábamos en el informe de primavera, el club malagueño es el más seguido por el público.

Por su parte, el equipo murciano consolida un gran año, alzándose con los títulos de

campeones de primavera y sub-campeones de verano.

El año anterior, el pico de audiencia en la final se lograba en el partido entre G2 Arctic y Movistar Riders. La cifra se consolidó en 27.276, **lo que supone un incremento en 2021 de un 141%** respecto al mismo período de 2020.

2020 fue un año marcado por la pandemia, algo que podría justificar el crecimiento de los datos de audiencia. En cambio, con este análisis de la temporada de 2021 y los crecimientos experimentados, **se constata el imparable crecimiento que esta industria lleva acumulando en los últimos años** y que se esperan sigan creciendo en el futuro.

Análisis por equipos



En este apartado se profundiza en el análisis de los datos más relevantes sobre los partidos y equipos de la Superliga.

El título de partido más consumido de 2021 le corresponde a la final de la Superliga, concretamente al segundo partido entre **UCAM Esports y Vodafone Giants**.

El mayor pico de audiencias en 2021 también coincide con la final de Superliga, en el cuarto y último partido donde se decidía el campeón del Split de Verano

Y por último el partido con mayor retención es el encuentro entre **Team Queso y UCAM Esports**, dos de los equipos con más fieles entre sus seguidores, alcanzando una tasa de retención del **99,08%**.

Vodafone Giants vs UCAM Esports:

el partido más consumido y con mayor pico de audiencia del Split de Verano.

HORAS CONSUMIDAS:

30.774

PEAK VIEWERS:

73.006

Team Queso vs UCAM Esports:

el partido con mayor índice de retención

99,08%

Por primera vez, la temporada de verano supera en audiencia a la de primavera.

La gráfica que se muestra a continuación representa el AMA por partido de las ediciones de la Superliga Spring Split y Summer Split de 2021.

Tradicionalmente la temporada de verano viene siendo menos seguida que la de primavera, experimentando descensos en el número de espectadores medios. Este 2021 ha supuesto un punto de inflexión: **el AMA entre ambos Split es prácticamente idéntico**, siendo el de verano mínimamente superior -un 0,69%-, rompiendo la tendencia vista hasta ahora. En cifras absolutas, **el Summer Split de 2021 consiguió un AMA de 23.410, frente a la del Spring Split que fue de 23.250.**

En cuanto a la fase de playoffs, el sprint de Verano ha incrementado su audiencia respecto a primavera en un 8,37% marcando un AMA de 33.613.

Los partidos de la final de verano alcanzaron un AMA de 60.999 lo que supone un 37,24% más que la final de primavera de este mismo año (AMA de 44.446)

Otro de los datos que destacan es el pico de espectadores que se sumaron a la fiesta de los Esports en la final del Summer Split: **70.003**, un **46% mayor** que el pico alcanzado en primavera.

Spring vs Summer 2021

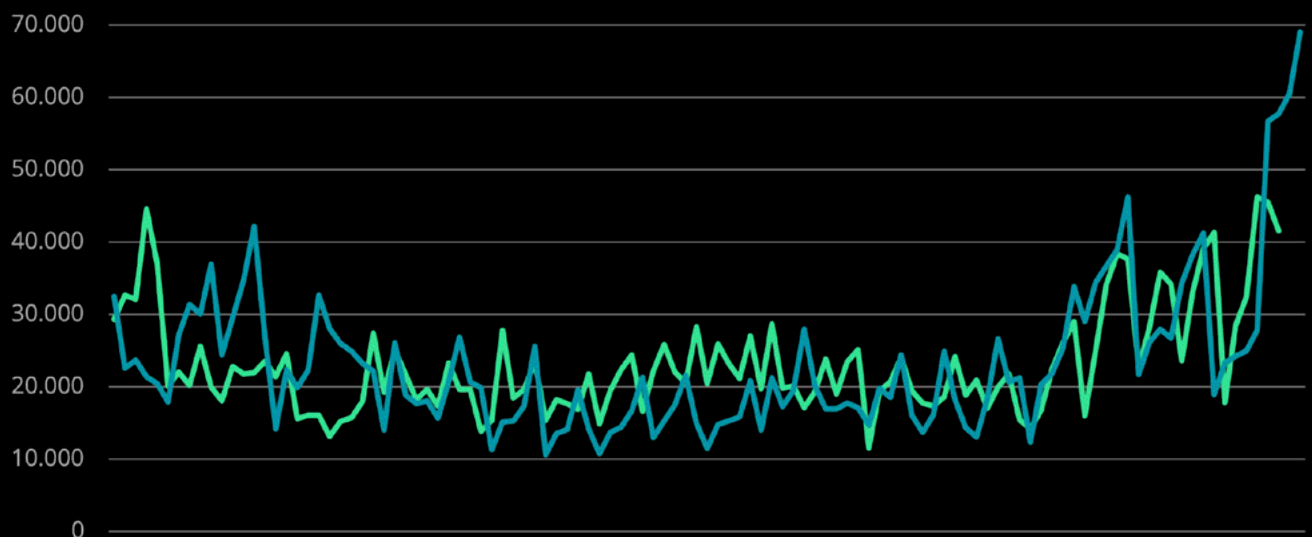


Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

● SPRING

● SUMMER





Vodafone Giants vuelve a ser el equipo más seguido.

Los campeones, Vodafone Giants, repiten como equipo más seguido de la Superliga, con un AMA de 34.253 espectadores y liderando el tiempo de consumo con un total de 596.796 horas.

UCAM Esports siguen con su crecimiento imparable dentro de la Superliga y se coloca como el segundo equipo más seguido, debido en parte a su espectacular año competitivo en 2021. El equipo Murciano sigue aumentando en seguidores y sube un puesto en la clasificación de equipos más seguidos.

Por otro lado, cabe destacar la tasa de retención que alcanzan los encuentros de dos históricos de la Superliga, como son Team Queso con un 93,67% de tasa de retención y Movistar Riders con un 92,68%.

Equipo	AMA	Horas Vistas	Peak Viewers	Nº de partidos	Retención media por partido
Vodafone Giants	34.253	596.796	73.006	31	89,92%
UCAM Esports	26.077	430.849	73.006	30	89,58%
Movistar Riders	23.299	265.598	41.351	22	92,68%
Cream Betis	22.945	296.396	49.972	23	89,48%
MAD Lions	22.021	270.556	38.626	21	90,22%
Team Queso	20.752	197.283	38.778	18	93,67%
G2 Arctic	20.342	263.520	36.865	23	89,23%
S2V	19.220	217.413	30.118	18	86,99%
BCN Squad	18.573	189.855	31.942	18	86,89%
Emonkeyz	18.251	182.510	32.452	18	83,43%

Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet



AMA POR EQUIPO 2020 Vs 2021

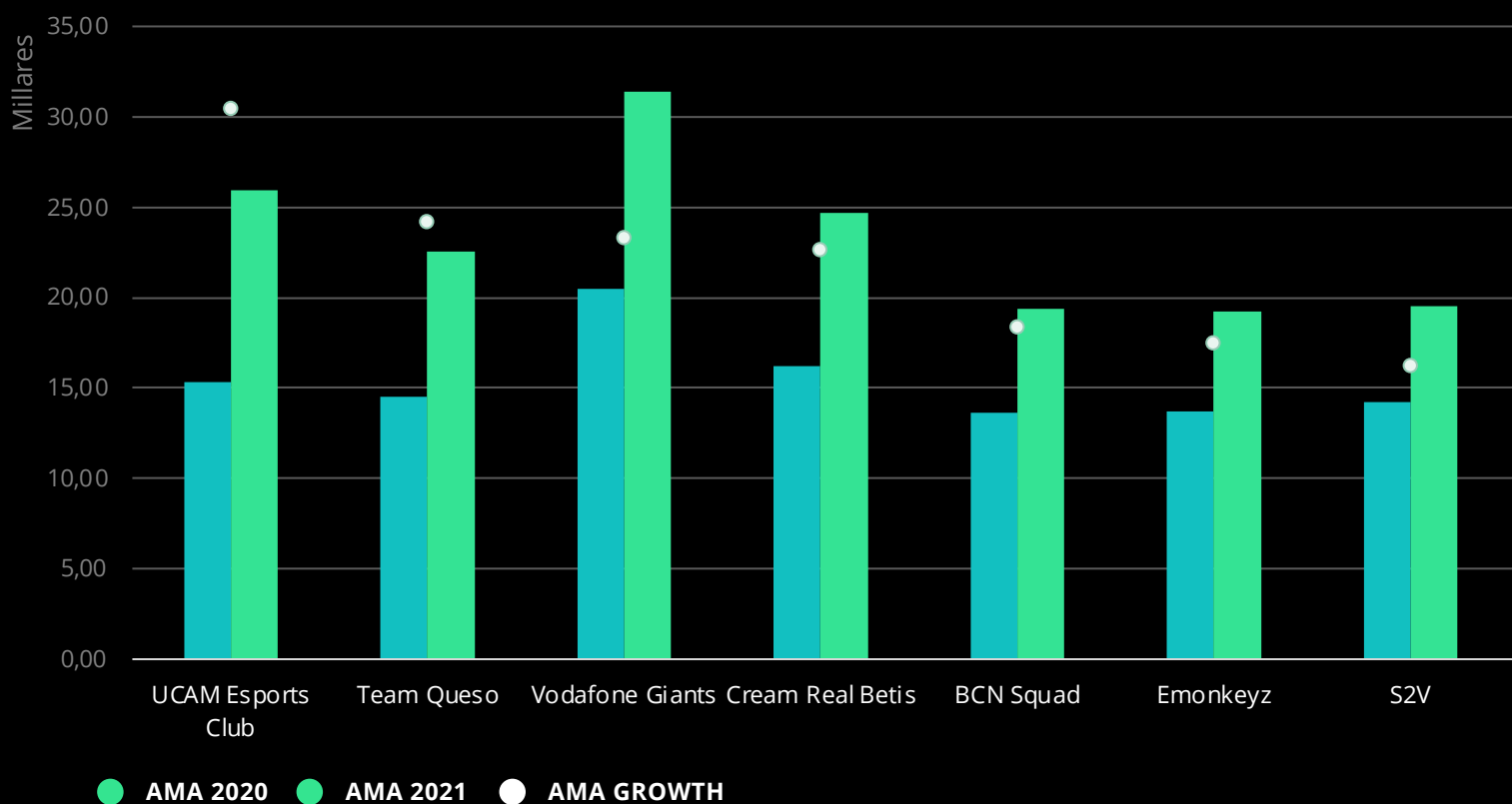
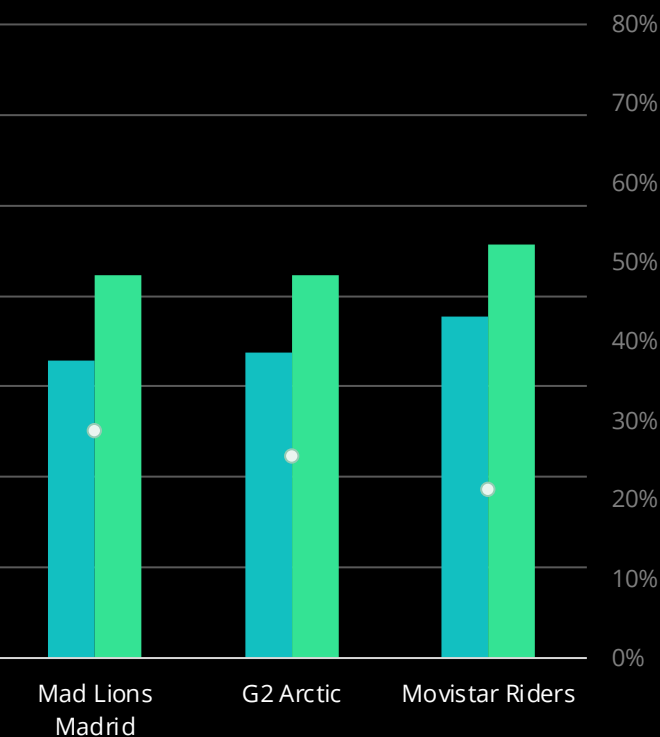


Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

Todos los equipos crecen en seguimiento respecto al año 2020.



Haciendo retrospectiva, hemos querido analizar los datos de seguimiento de los equipos durante su temporada 2020 frente a la más reciente de este 2021.

El crecimiento de audiencia de la liga se refleja en el seguimiento de los equipos. Todos han aumentado el AMA de sus encuentros en un rango que va desde un +21% en el caso de Movistar Riders y sus 22.846 de AMA; y un +69% de UCAM Esports Club. No es de extrañar la cifra alcanzada por el equipo murciano, ya que ha estado en las finales de ambos splits este año, lo que significa que ha sido protagonista de los partidos con mayor audiencia. Son 4 los equipos que han aumentado más de un 50% su audiencia frente a 2020: UCAM Esports (+69%), Team Queso (55%), Vodafone Giants (53%) y Cream Real Betis (52%).

PRIMAVERA/VERANO 2020

	BCN Squad	Cream Real Betis*	Emonkeyz	G2 Arctic	Mad Lions Madrid	Movistar Riders	S2V
BCN Squad	X	17365	12243	13297	12496	15117	12243
Cream Real Betis	X	X	13988	16106	15871	17213	13988
Emonkeyz	12680	X	X	10791	17445	15243	12680
G2 Arctic	13075	X	12799	X	13623	21531	13075
Mad Lions Madrid	14755	X	14567	17083	X	12851	14755
Movistar Riders	13046	X	13106	16977	21139	X	13046
S2V	12995	X	12828	13704	15208	11600	12995
Team Queso	14444	X	16203	12871	13329	14642	14444
UCAM Esports Club	14058	X	13053	18253	15483	15992	14058
Vodafone Giants	14831	X	12951	19267	13460	35579	14831

Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

*En primavera no participa

PRIMAVERA/VERANO 2021

	BCN Squad	Cream Real Betis	Emonkeyz	G2 Arctic	Mad Lions Madrid	Movistar Riders	S2V
BCN Squad	X	12117	20532	21203	17118	20946	18877
Cream Real Betis	18877	X	13210	15016	24452	16902	21203
Emonkeyz	16174	22351	X	18602	19327	16675	15016
G2 Arctic	17379	23432	23029	X	19014	21369	14831
Mad Lions Madrid	22014	25821	16257	19783	X	20207	21369
Movistar Riders	15427	22591	17547	26759	16619	X	17547
S2V	19225	22908	23496	17677	15599	15517	19225
Team Queso	17671	28263	21988	19506	21815	21049	20532
UCAM Esports Club	26064	31327	17500	23842	18859	16966	20532
Vodafone Giants	25067	26949	22910	25403	25302	31287	22910

Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet



MENOS SIMILAR AL AMA

MÁS SIMILAR AL AMA

2V	Team Queso	UCAM Esports Club	Vodafone Giants
222	13747	11960	12573
728	16441	17288	16394
625	15495	12771	14822
693	12383	15099	22169
995	14405	14774	18193
992	10562	13397	21136
X	14974	10572	16484
016	X	14778	12562
604	14626	X	16283
639	18099	15912	X

2V	Team Queso	UCAM Esports Club	Vodafone Giants
146	20938	14086	25216
487	20869	15617	35469
447	17982	18419	24069
397	20481	21973	26944
793	24955	23037	26705
924	19075	22504	33526
X	18277	19611	25877
928	X	18287	29260
314	17920	X	49376
645	34488	30144	X

A la izquierda, en las tablas comparamos el AMA de los enfrentamientos entre los distintos equipos con el AMA de la temporada. Los datos señalados en tonos verdes refieren a los que o superan o se acercan más a la media de la temporada y los señalados en tonos rojos a los más alejados.

Como referencia, el AMA de la temporada 2020 se situó en 16.242 espectadores por partido y esta temporada 2021 el AMA fue de 23.410 por partido.

Podemos observar que la primavera de 2020 Cream Real Betis no tiene datos, esto se debe a que en aquella temporada, su plaza la ocupaba X6tence, equipo que ahora forma parte del conglomerado de Good Game Group.

Los que destacan en 2020 son: Cream Real Betis, que en verano disputa 7 enfrentamientos que superan la media de la temporada; seguido de Vodafone Giants, que, por un lado, en verano disputa 6 partidos con un AMA superior a la media y, por otro, en primavera aparece con 5 partidos.

En 2021 se afianza aun más la apuesta de los seguidores por visionar los enfrentamientos de Vodafone Giants: En verano superaron la media de la liga todos los cruces y en primavera 7 de ellos. Le sigue de nuevo Cream Real Betis en primavera con 5 enfrentamientos por encima de la media de la temporada. Finalmente nos encontramos a G2 Arctic y UCAM Esports, que sostienen 4 enfrentamientos que superan la media de la temporada.

2020/2021 % DE CRECIMIENTO

	BCN Squad	Cream Real Betis*	Emonkeyz	G2 Arctic	Mad Lions Madrid	Movistar Riders	S2V
BCN Squad	X	-30%	68%	59%	37%	39%	48%
Cream Real Betis	19%	X	-6%	-7%	54%	-2%	57%
Emonkeyz	28%	41%	X	72%	11%	9%	22%
G2 Arctic	33%	48%	80%	X	40%	-1%	-8%
Mad Lions Madrid	49%	63%	12%	16%	X	57%	28%
Movistar Riders	18%	42%	34%	58%	-21%	X	20%
S2V	48%	44%	83%	29%	3%	34%	X
Team Queso	22%	78%	36%	52%	64%	44%	61%
UCAM Esports Club	85%	97%	34%	31%	22%	6%	39%
Vodafone Giants	69%	70%	77%	32%	88%	-12%	30%

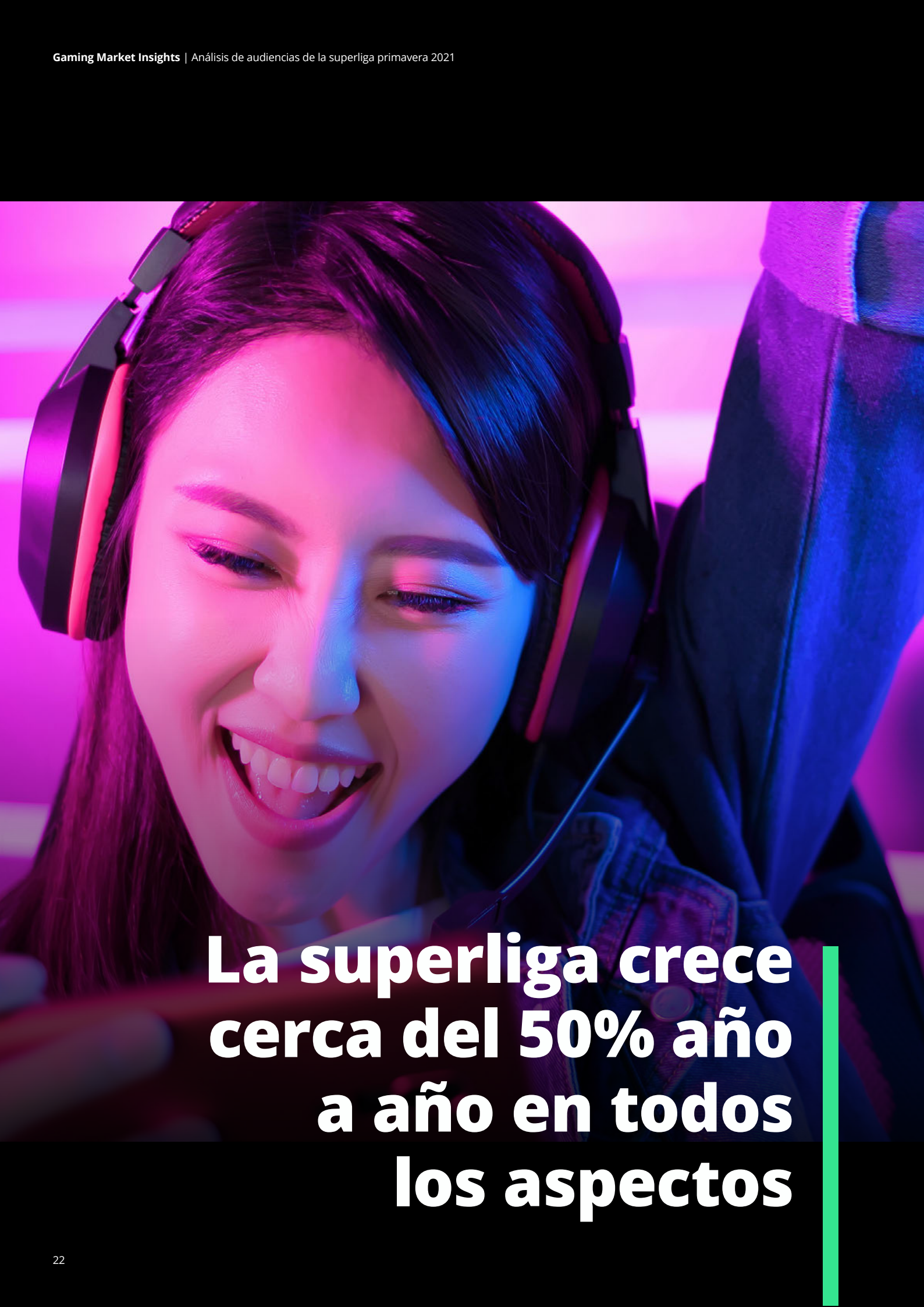
Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

DECRECIMIENTO

CRECIMIENTO

2V	Team Queso	UCAM Esports Club	Vodafone Giants
3%	52%	18%	101%
7%	27%	-10%	116%
2%	16%	44%	62%
3%	65%	46%	22%
3%	73%	56%	47%
0%	81%	68%	59%
X	22%	85%	57%
1%	X	24%	133%
0%	23%	X	203%
5%	91%	89%	X

Finalizamos esta retrospectiva comparando el AMA de los distintos encuentros entre 2020 y 2021. 78 cruces de los 90 cruces han aumentado a doble dígito su audiencia. Asimismo, 34 cruces de los 90 posibles a lo largo del año, han aumentado más de un 50% su audiencia media, lo cual se refiere al 37% de los encuentros.



**La superliga crece
cerca del 50% año
a año en todos
los aspectos**

Resumen de la temporada completa



Retrospectiva 2020 vs 2021

En conclusión, la Superliga se mantiene en forma a pesar de no poder realizar ningún evento presencial para los espectadores y ha sostenido unos números que hasta ahora no han parado de crecer.

- Un crecimiento de un 44% de su audiencia media por partido hace ver que lo mejor que puede ofrecer esta liga está por llegar.
- La próxima temporada llegará cargada de **novedades**: por un lado, el inicio del co-streaming, y por otro, la llegada de grandes nombres a la liga de la mano de Ibaí, un ex conocido por la Liga de Videojuegos Profesional y Gerard Piqué, CEO de Kosmos y jugador profesional del Fútbol Club Barcelona, que recientemente han adquirido la plaza de Astralis, veterano equipo de esports en nuestro país.

Estas novedades prometen seguir empujando las audiencias de la mayor liga de deportes electrónicos en nuestro país.

Cerramos un año de éxito con ganas de ver que nos deparará la próxima temporada.

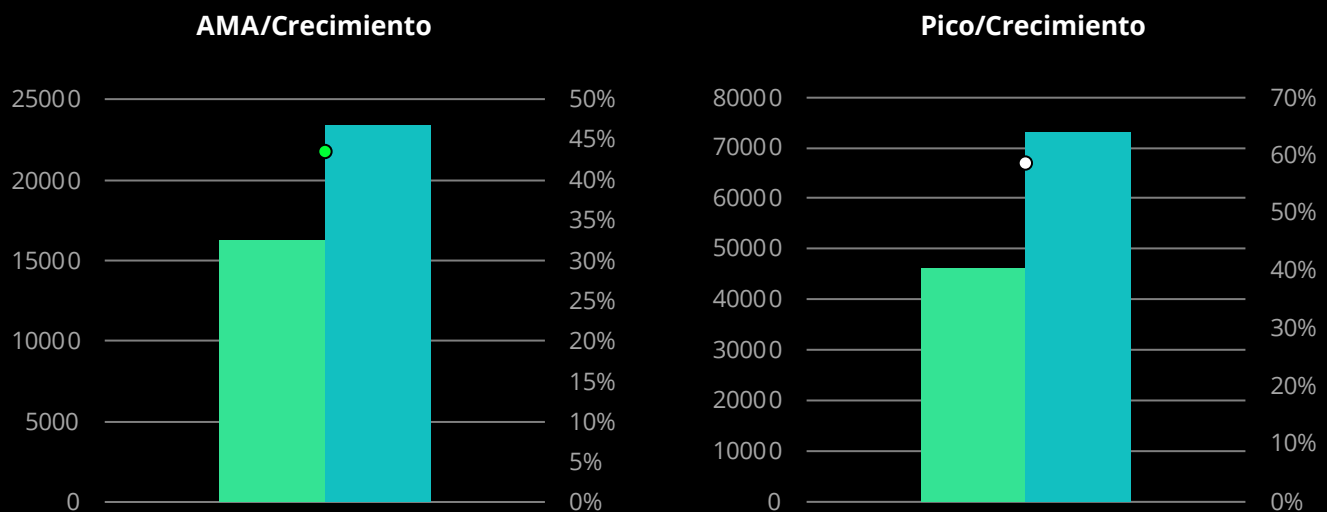


Gráfico de elaboración propia a partir de datos proporcionados por Stream Hatchet

● AMA 2020
 ● AMA 2021
 ● GROWTH AMA %
 ● GROWTH PICO %

Conclusiones

La Superliga sigue creciendo de manera continua, según indican las cifras del Summer Split 2021 con un **+50,42% de espectadores** frente al mismo periodo del año anterior.

El pico de audiencia crece exponencialmente debido a gran expectación ante el encuentro entre los dos equipos más seguidos: **Vodafone Giants** y **UCAM Murcia Esports**. El AMA de esta final asciende desde los +25.000 hasta los +60.000 espectadores, consiguiendo este año el **pico de audiencia** en más de **+73.000 espectadores** y la **retención fue del 99,08%**.



Se sostiene el AMA frente al Split de primavera, rompiendo la tendencia del descenso de espectadores en el Split de verano.

Vodafone Giants repite como equipo más seguido de la Superliga, con un **AMA de 34.253** en la temporada

About Deloitte Gaming

Deloitte Gaming es la nueva apuesta de Deloitte España, empresa líder de servicios profesionales, que pone el foco en ofrecer una consultoría de referencia a sus clientes, en la industria del Gaming y el sector de los esports. Esta nueva iniciativa se encarga de ayudar a las marcas a entender la industria del Gaming y los esports, identificar oportunidades acordes a sus objetivos, definir iniciativas a llevar a cabo y priorizarlas a través de la cuantificación del impacto de estas. Nuestro trabajo une los valores y profesionalidad que definen a la Firma con las nuevas tendencias que aparecen en los cambios en los hábitos de consumo de la sociedad. Trabajamos de la mano de las distintas líneas de servicios de la Firma, siendo capaces de ofrecer una visión 360º a nuestros clientes sobre la industria. Este enfoque multidisciplinar nos permite poner foco en las palancas que mejor se adapten a su visión de negocio.

Conecta

Edif. Alfredo Mahou - Plaza Manuel Gomez
Moreno 2, 28020 Madrid, España

deloittegaming@deloitte.es

Visita nuestra web

Team



Christian Herreruela

Founder – Innovación | Deloitte Gaming

+34 911577188 | cherreruela@deloitte.es

Se ha desarrollado como profesional en la Firma en proyectos nacionales e internacionales de transformación digital y automatización; con más de 7 años de experiencia, ahora ejecuta su conocimiento experto de negocio en la industria del Gaming y el sector de los esports.



Gonzalo Lino Barreiro

Consultant – Innovación | Deloitte Gaming

+34 914381786 | glino@deloitte.es

Gonzalo es consultor dentro de la línea de servicios de Deloitte Gaming. Cuenta con amplia experiencia en proyectos nacionales e internacionales y con conocimiento experto en las nuevas tendencias de consumo y gaming.

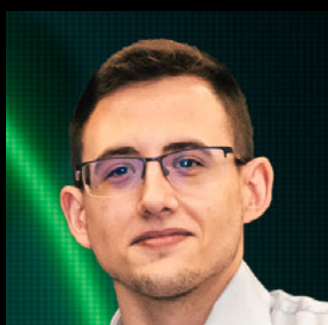


Fernando Canellada García

Consultant | Deloitte Gaming

+34 918229528 | fcancellada@deloitte.es

Fernando es analista dentro de la línea de servicios de Deloitte Gaming. En paralelo a su posición de insider del sector como desarrollador de videojuegos, trabaja en la Firma encontrando sinergias y oportunidades para los clientes, tanto desde el punto de vista técnico como de negocio.



Miguel Esteban

Consultant | Deloitte Gaming

+34 912942334 | mesteban@deloitte.es

Miguel es analista dentro de la línea de servicios de Deloitte Gaming. Su recorrido como diseñador de videojuegos le otorga una visión 360° del sector, que aplica a las distintas palancas de negocio de sus clientes.

Glosario de Términos

Esports

Competiciones profesionales regladas de videojuegos en modalidad multijugador.
Procede de "Electronic Sports".

Riot Games

Empresa desarrolladora y editora de videojuegos.
También organiza torneos de esports.

League of Legends

Videojuego competitivo multijugador, desarrollado y editado por Riot Games.
Uno de los esports más relevantes del mundo.

IP

Siglas que provienen de Intellectual Property (propiedad intelectual).
Término utilizado en numerosas ocasiones para definir a un videojuego como propiedad de una compañía.

LVP

Siglas de Liga de Videojuegos Profesional.
Principal organizador de competiciones de esports de España, propiedad del Grupo Mediapro.

Superliga

Nombre de la principal liga del videojuego League of Legends organizada por la Liga de Videojuegos Profesional.

Playoffs

Término para definir los enfrentamientos de la fase final de una liga o una competición que juegan los equipos que acaban finalistas la fase regular.

Split

Proviene de Split Season o 'temporada dividida'.
Es un formato de calendario utilizado en competiciones deportivas.

AMA

Siglas de Average Minute Audience o el 'número medio de espectadores por minuto'.

Stream Hatchet

Empresa española que se dedica al análisis de datos e información sobre el sector de los esports y a la retransmisión en directo de videojuegos.

Agradecimientos



Este informe ha sido elaborado en colaboración con Stream Hatchet, proveedor de datos de Deloitte Gaming.

Esta colaboración marca el inicio de una documentación independiente especializada y profesional del sector en España.



Deloitte hace referencia a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») y a su red global de firmas miembro y sus entidades vinculadas, ya sea a una o a varias de ellas. DTTL (también denominada «Deloitte Global») y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Para obtener más información, consulte la página www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, legal, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 312.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la "Red Deloitte"), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.