

El uso de juegos online va all-in durante el último periodo

El Ciudadano · 18 de abril de 2020



El uso de los juegos online no ha dejado de crecer durante los últimos años desde que tuvo su aparición en la red.

El uso de Internet se ha disparado en los últimos años. Son muchos los servicios digitales que están viviendo un **incremento excepcional en el tráfico** generado por sus usuarios: streaming de vídeo, redes privadas virtuales, videoconferencias, servicios de mensajería instantánea, e-mails y, por supuesto, los juegos online. En el caso de estos últimos, se están alcanzando registros históricos, impensables hace apenas tiempo.

Italia ya lo vivió en su momento: el CEO de Telecom Italia, Luigi Gubitosi, comentó en una junta con analistas que el tráfico IP de su red nacional **había experimentado subidas de hasta el 70 %**, y destacó el papel de los juegos online en este hecho, con una mención especial a Fortnite, todo un fenómeno social en cuanto al número de jugadores registrados que se conectan simultáneamente. Pese a este dato, las redes de telecomunicaciones resistieron la avalancha de conexiones y el uso intensivo y **funcionaron con normalidad y sin apenas incidencias destacables**.

Puede que la mención del título de la distribuidora Epic Games parezca simplemente una anécdota, un caso para poner de manifiesto los cambios en los patrones de uso, pero no es casual ya que **Fortnite trasciende la categoría de entretenimiento vacío** y crea espacios de competición e interacción social que atraen por igual a **famosos del deporte** como a profesionales de los eSports. Así, no sorprende que, recientemente, otra gran distribuidora como Activision publicase un Battle Royale (un género en el que un gran número de jugadores se enfrentan entre ellos hasta que solo uno, o un equipo, quede en pie) aprovechando el tirón de una de sus franquicias más populares, Call of Duty. Warzone, que así se llama el título, consiguió **captar a más de seis millones de aficionados en un plazo de menos de 24 horas**.

Los videojuegos ya no solo se ven como una opción de ocio, sino también como un **espacio de comunicación y difusión de ideología**. Así, nos encontramos con títulos que tratan de concienciar a sus jugadores para implicarlos en la movilización para detener el cambio climático o que apuestan de una forma explícita por la integración y aceptación de todos los colectivos. La industria cuenta con millones de usuarios en todo el mundo, lo que facilita la divulgación de contenidos a gran escala.



En España, el ocio digital interactivo se ha triplicado desde hace algún tiempo. **Movistar anunció un incremento del 271 % durante el 13 y el 15 de marzo**, y su red llegó a atender flujos de datos que superaban en 700 Gbs su uso habitual hasta alcanzar los dos terabits por segundo, lo que supone un 17 % más que en el anterior récord de uso. El gaming fue uno de los usos que experimentó una mayor subida, sobre todo en Playstation y Xbox, a lo que se sumaron las descargas de sus títulos en smartphones, consolas y ordenadores.

Pero no todos los sectores del entretenimiento digital han tenido buenas noticias: el volumen de facturación de las principales casas de apuestas deportivas ha caído en los últimos trimestres, con lo que rompe con un [periodo de crecimiento sostenido](#). Eduardo Peláez, responsable de la gestión estadística de una de estas plataformas de juego, **cifraba en cerca de un 90 % la bajada de la demanda** de sus servicios en todo el mundo. Teniendo en cuenta que el sector apuestas puede suponer entre un 40 y un 45 % del volumen de ingresos para estas empresas, el descalabro ha sido importante.

Como contrapartida, esta reducción en las actividades relacionadas con las apuestas deportivas **ha supuesto un flujo de usuarios hacia otras formas de juego** y los aficionados a los juegos de azar han encontrado en los casinos y las salas de póker online una nueva forma de continuar con su hobby. Los principales operadores lo saben, y presentan sus mejores ofertas para incorporar nuevos clientes a su parque de usuarios. Así, no es extraño encontrarse con bonos de juego con condiciones de liberación muy atractivas, e incluso algunos, como los ofertados por [888](#) , que prescinden del requisito

de efectuar un depósito para su concesión. El uso de juegos gratuitos, también conocidos como juegos de “Play Money”, también han experimentado un crecimiento más que notable.

No obstante, los incrementos en estas verticales están lejos de compensar una actividad que, solo en España, es capaz de mover **más de 1.800 millones de euros** por trimestre. Así, aun a pesar de incremento en los otros sectores, los principales operadores de juego regulado en España lo van a tener difícil para compensar el descenso de ingresos derivados del parón deportivo a nivel global.

Resta por ver cómo afectarán los cambios presentado en el anteproyecto de ley por el gobierno, ya que supondrán una reducción en los espacios publicitarios a los que pueden recurrir las operadoras. Esto supondrá un duro varapalo para el sector y **obligará a las empresas a diversificar todavía más su oferta**, que pasará, sí o sí, por diseñar espacios propios más atractivos y con una mayor rotación en sus ofertas. Las restricciones que se sugieren también golpearan a los medios generalistas, en especial a la radio y a la prensa deportiva, que verán mermados **todavía más** unos ingresos por publicidad que mostraban ya una pendiente negativa en su evolución.

Fuente: [El Ciudadano](#)