

Los deportes electrónicos (esports) y su potencial para atraer turismo joven a México

Electronic sports (esports) and their potential to attract young tourists to Mexico

Luis D. Flores Fernández ^a, Elba M. Pedraza Amador ^b, Víctor H. Guadarrama Atrizco ^c,
Christian Torres Rangel ^d

Abstract:

Electronic sports (esports) have gained international relevance, as they bring together video game players and spectators, who participate in events in various cities and countries, which is a reason that causes travel and mobilizes the interaction of tourism service providers, among others; This provides guidelines for meeting the needs of this niche market through infrastructure, connectivity, and services that satisfy their needs and, therefore, motivate tourism development in the places where these events are held. Therefore, this article aims to analyze the potential of electronic sports as tourism products to attract young tourism to Mexico. To this end, exploratory research is carried out based on a documentary review that identifies a set of stylized facts highlighting successful cases of international e-sports events, due to their infrastructure capacity, the relevance of their economic impact, and/or the number of spectators. The evidence gathered indicates that Mexico has the potential to attract tourism through e-sports.

Keywords:

Esports, tourism, trend, events

Resumen:

Los deportes electrónicos (esports) han adquirido relevancia internacional, ya que reúnen a jugadores de videojuegos y espectadores, quienes participan en eventos en diversas ciudades y países, lo que constituye un motivo que provoca desplazamientos y moviliza la interacción de los proveedores de servicios turísticos, entre otros; esto proporciona directrices para atender las necesidades de este nicho de mercado a través de infraestructura, conectividad y servicios que satisfagan sus necesidades y, por lo tanto, motiven el desarrollo turístico en los lugares donde se celebran estos eventos. Este artículo tiene como objetivo analizar el potencial de los deportes electrónicos como productos turísticos para atraer el turismo joven a México. Para su desarrollo, se lleva a cabo una investigación exploratoria basada en una revisión documental que permite identificar un conjunto de hechos estilizados que destacan casos exitosos de eventos de deportes electrónicos a nivel internacional, debido a su capacidad de infraestructura, la relevancia del impacto económico que presentan y/o el número de espectadores. Las evidencias recopiladas indican que México tiene el potencial de atraer turismo gracias a los deportes electrónicos.

Palabras Clave:

Esports, turismo, tendencia y eventos.

Introducción

Los deportes electrónicos (esports) y las competencias deportivas electrónicas son la profesionalización del mundo competitivo de los videojuegos y que actualmente han tomado mucha fuerza (Roncero y García, 2014) gracias a los empujes otorgados por agentes externos

como empresas principalmente de streaming o tecnología que han creado sistemas complejos de patrocinios para la creación de competencias a nivel mundial abriéndose un espacio dentro del mercado.

Algunos autores describen a los esports como una nueva tendencia tecnológica que involucra en general a un

^a Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Tizayuca | Tizayuca, Hidalgo| México, <https://orcid.org/0009-0001-6781-6640> , Email: f1441061@uaeh.edu.mx ^b <https://orcid.org/0000-0002-7182-2437>, Email: elbam@uach.edu.mx ,
^c <https://orcid.org/0000-0001-9125-7677>, Email: victorguadarrama@uaeh.edu.mx, ^c <https://orcid.org/0000-0003-4452-5741>, Email: christian_torres7198@uaeh.edu.mx.

público joven entre 18-22 años y que esta tendencia va tomando más fuerza dentro del sector turístico poniéndola en relación con otros segmentos como la del turismo deportivo, la razón principal es que una competencia deportiva con ciertas características puede convertirse en un producto turístico integral, además de ser un fenómeno social mundial que está en proceso de considerarse un deporte (Antón, 2018; Llorens, 2016).

Los países asiáticos tales como China, Corea del Sur, Indonesia, entre otros son los que fomentan los esports como una forma de promoción para ir al país y tienen una cultura más apegada a los videojuegos y a las competencias profesionales; al tener la infraestructura más que necesaria para estos eventos son los que más logran atraer a la comunidad joven para crear turismo. En el caso de Latinoamérica países como Argentina y Brasil que han sido sedes de torneos regionales o torneos continentales de diversos juegos atrayendo a un público extranjero a visitar su país siendo anfitriones de eventos de una magnitud media no tan masivos.

Para el caso de México existen diversos estadios y centros de recreación que tienen las condiciones adecuadas para efectuar eventos multitudinarios. Ya que es necesaria una buena conexión a internet, un espacio amplio donde albergar al público, áreas de apoyo durante las transmisiones de streaming y por último accesibilidad el recinto receptor, lo cual ya se tiene en el país y los hace buenos candidatos para un evento de gran escala de los esports, pudiendo atraer al público más joven a viajar a México y disfrutar un poco más allá de solo el evento recreativo, además de generar turismo dentro del país.

El presente documento tiene el objetivo de analizar el potencial de los esports como productos turísticos para atraer turismo joven a México.

La investigación es de carácter exploratorio, realizada a partir de una revisión documental donde la mayor parte de los documentos citados no son tan actuales y es un tema muy poco estudiado, así mismo este documento abre nuevas líneas de investigación para el tema. La recopilación de información se realizó a través de búsquedas en bases de datos como Scielo, Dialnet, el buscador de Google Académico, entre otros sitios oficiales, cuyos resultados permitieron identificar casos de éxito de eventos de esports del ámbito internacional y que sirvan de base para proponer una oferta que permita atraer al turista joven nacional e internacional a México.

El presente artículo se organiza en los siguientes apartados la introducción, para continuar con una descripción de los antecedentes de los esports, sus

categorías, impactos más significativos, la relación con el deporte y su relación con el turismo. De igual forma se enumera el objetivo, metodología, resultados, casos de éxito de los esports como productos turísticos a nivel internacional y en México, para finalizar con las conclusiones y recomendaciones.

Antecedentes de los esports

Pensar que los esports surgen hace pocos años es una idea equivocada ya que estos tienen precedentes desde los años 50's pero no fue hasta la década de los 90s donde los videojuegos se hicieron accesibles para las masas gracias a la diversificación de las consolas de videojuegos; con el paso del tiempo la mejora gráfica de los videojuegos, la expansión del internet y la creación de hardware de mejor calidad dieron el impulso necesario para los esports hasta la actualidad.

En el año 1980 se celebró de manera presencial el primer torneo de esports con el título Space Invaders, un juego muy conocido en esa época, en cuya competencia participaron cerca de 10,000 personas en todo Estados Unidos (Carmona, 2021) dicho juego consiste en manejar naves en el espacio y jugar de manera táctica y estratégica gestionando todos los recursos disponibles; con este primer evento nacieron los esports.

Pasando una década en el año 1990, se llevó a cabo la Nintendo World Championship, dicho evento se dividió en 3 categorías de edad, la primera edición se celebró en 29 ciudades de Estados Unidos donde todos los jugadores tomaron los desafíos de Nintendo en los juegos Super Mario Bros, Rad Racer, Tetris, entre otros (Maeso, 2022).

Con la empresa ID software la era de los Shooters se adueñó de la escena competitiva con los títulos, Wolfenstein 3D (1992), Doom (1993) y Doom 2 (1994); pero en 1996 con el juego Quake se creó un formato competitivo multijugador dando como resultado el primer evento de esports totalmente en línea donde participaron cerca de 2000 personas y solo 16 compitieron en Atlanta para la gran final donde se llevarían un Ferrari 328 GTS del diseñador de Quake (Maeso, 2020).

En los años 2000 una empresa alemana llamada Deutsche ClanLiga cambió su nombre a Electronic Sports League (ESL) que posteriormente se convirtió en la más grande de esos años para los esports y para el año 2003 se crea la competencia directa de la ESL la cual es una empresa estadounidense llamada Major League Gaming (MLG), estas empresas se dedican a las competencias

totalmente en línea de los esports en todo el mundo (Mesoneros, 2019); mientras tanto en Asia específicamente en Corea del Sur los World Cyber Games fueron un evento inspirado en los juegos olímpicos donde se practicaban los esports como principal atracción; las primeras 4 ediciones de este evento fueron en Corea del Sur pero su éxito fue tan grande que empezó a visitar ciudades en todos los continentes como Seattle en Estados Unidos, Monza en Italia, Chengdu en China, entre otros actualmente este evento sigue activo (Guinón, 2019).

En el año 2009 nace el juego League of Legends que fue un detonante para los esports pues al día de hoy tienen el evento de esports más popular y con mayor apoyo por parte de los jugadores, en 2011 festejaron su primer evento a nivel mundial con sede en Suecia y una bolsa de premios de \$100,000 dólares para los primeros lugares; cada año sus números son superados por las transmisiones online y de forma presencial pues este evento es considerado imperdible para algunos espectadores (Muñoz y Esteban, 2021; Andrés, 2024).

Las competencias de esports siguen evolucionando, pasaron de eventos de 1000 personas hasta llenar estadios completos con más de 40,000, gracias a la industria 5.0 que mejora la calidad de los eventos de esports incorporando nuevas tecnologías, obteniendo el mayor disfrute de estos eventos para los usuarios presenciales (Andrés, 2024); las visitas online de los esports son igual de importantes y éstas se obtienen gracias a las diversas plataformas de streaming como Twitch, o YouTube donde los creadores de contenido se encargan de difundir estos eventos de manera mundial a través de internet.

Actualmente los esports se abrieron paso a la competencia en los dispositivos móviles haciendo que más personas tengan la oportunidad de participar en eventos competitivos con solo su celular teniendo una gran oportunidad de ser un jugador profesional. En este ámbito una de las causas de este crecimiento de los esports en los dispositivos móviles fue la cuarentena ocurrida en el 2020 debido a que el crecimiento del consumo de internet y videojuegos creció enormemente en los celulares y por ende esta parte del mercado aumentó y los diversos juegos competitivos decidieron adaptar sus juegos a los celulares creando más competencias y torneos online y presenciales (Muñoz y Esteban, 2021).

Categorías de los esports

Con el tiempo el término esports ha cambiado con regularidad actualmente se han acuñado el término esport o esports (Esport/s a comienzo de oración), dejando atrás otros conceptos similares como e-sport, e-Sport, eSport y sus plurales (Seda y Sánchez, 2020).

En los esports existen varias categorías dependiendo el estilo del juego y la consola o dispositivo donde éste sea compatible, aunque actualmente existen los esports en dispositivos móviles con juegos adaptados de las distintas consolas del mercado; algunas de las categorías se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Categorías de los esports y sus competencias más conocidas.

Categoría	Juegos distinguidos	Competencias más importantes
RTS (Real Time Strategy)	Starcraft III Age Of Empires II Warcraft III: Reforged	Copa Mundial de StarCraft Red Bull Wololo III ESL Pro Tour Warcraft III
Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)	League of Legends (LoL)	Worlds (Torneo mundial de LoL) La Liga Latinoamericana de League of Legends League of Legends European Championship Dream League

<p>jugador cumple un rol en un mapa que se divide en 3 líneas donde el principal objetivo de este es destruir el nexo enemigo destruyendo torres, eliminando a tus enemigos y eliminando objetivos neutrales durante el proceso.</p>	<p>DotA 2 Heroes of Storm</p>	<p>Phoenix League 2 Dota Masters Bulgaria GEMS League Heroes Of Storm HLL Torneo Latinoamericano de Heroes of Storm</p>	<p>derrotar al enemigo haciendo combos y estrategias para bajar la vida del personaje del oponente.</p>	<p>Mortal Kombat 11 Super Smash Bros Ultimate</p>	<p>Mortal Kombat 11 Challenger Series Nintendo VS Smash Factor X</p>
<p>Firts Person Shooter (FPS)</p> <p>Esta categoría la abarcan los juegos en primera persona que por lo general son de disparos donde el objetivo principal es disparar para eliminar a los oponentes en mapas hechos estratégicamente para no favorecer a ningún equipo donde tener reflejos es lo más importante además de una buena puntería.</p>	<p>Counter Strike: Global Offensive (CS: GO) Overwatch Call of Duty</p>	<p>Major CS GO Championship Intel Extreme Master Season ESL Pro League Super Liga Orange The Overwatch League Overwatch Champions series Call Of Duty League Call Of Duty Challengers Call Of Duty World League Championship</p>	<p>Juegos deportivos En esta categoría están los juegos que son simuladores de deportes reales donde la habilidad de cada jugador es lo importante el objetivo principal depende del deporte que se esté simulando en este momento.</p>	<p>FIFA NBA 2K Pro Evolution Soccer (PES)</p>	<p>FIFA Eclub World Cup FIFA Echallenger Series FIFAE Continental Cup NBA 2K2X My Team PES League World Tour</p>
<p>Juegos de lucha</p> <p>En esta categoría están los juegos por lo general 1 vs 1 donde se debe</p>	<p>Stret Fighters V</p>	<p>Evolution Championship Series CapCom Cup IX</p>	<p>Mobile esports Esta categoría incluye juegos de todas las demás categorías sin embargo estos juegos fueron adaptados para los dispositivos móviles, aunque algunos de estos juegos son únicos para celulares y no se permite jugar de otra forma.</p>	<p>Free Fire Honor Of Kings Mobile Legends</p>	<p>Free Fire World Series Free Fire Pro League Free Fire Continental Series Honor Of Kings Championship Honor Of Kings Champsnship LATAM Mobile Legends Bang Bang Championship LATAM ESPORTS World Cup</p>

Fuente: Elaboración propia.

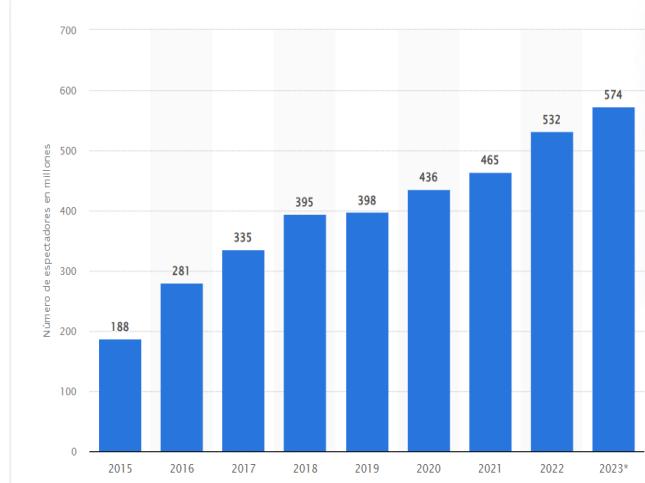
Impactos significativos de los esports

El crecimiento de los esports con el paso de los años es indudable cada vez toman más relevancia en el mundo y llaman más la atención del público joven aficionado de los videojuegos o de competencias profesionales, además que las empresas multinacionales están muy interesadas en ser sponsors o patrocinadores de los diversos equipos que existen en el mundo, junto con esto el impacto más importante es el socioeconómico dentro de los países donde los esports están más involucrados.

De acuerdo con pronósticos de la consultora NewZoo (2022) afirma que para el año 2025 la cantidad de personas que consumen esports crecerá hasta los 318 millones en todo el mundo. Este crecimiento se ve impulsado por la creación de franquicias, la expansión en los móviles y el crecimiento de los mercados emergentes latinoamericanos, asiáticos y europeos atrayendo ganancias monetarias de 1.380 millones de dólares en ingresos a nivel mundial y China representa un tercio de este ingreso.

En cuanto a la audiencia más común de los esports se destacan las personas y los adultos jóvenes con un rango de edad entre los 16-35 años, dependiendo del país esta edad puede sufrir variaciones. A nivel mundial los esports siguen creciendo en audiencia y apoyo, esto se ve reflejado en su aumento significativo de personas que lo consumen en cada año. Con ayuda de la consultora Statista (2024) se puede ver el crecimiento de la audiencia con el paso de los años (Ver figura 1).

Figura 1. Evolución anual del número de espectadores de las competiciones de videojuegos a nivel mundial entre 2015 y 2023 (en millones).



Fuente: Statista, 2024.

La audiencia que se muestra en la figura anterior refleja el incremento de los competidores de videojuegos a nivel mundial, sin embargo, no refleja otros aspectos relacionados con la organización del evento ya que detrás de cada organización de esports se generan muchos empleos y puestos de trabajos pues la organización no deja de ser una empresa real.

Para realizar una competencia o un evento de esports la British Esports Federation (2024) da ejemplos de los puestos necesarios a cubrir: Jugadores profesionales, manager, coach, psicólogo deportivo, miembros de staff, analistas, creadores de contenido, diseñadores, especialistas en marketing, desarrolladores de eventos, entre otros; los cuales tienen un sueldo mensual que sube dependiendo el presupuesto de la organización de esports en la cual se encuentren, por ejemplo, los sueldos suelen variar entre los veinte dólares hasta los cinco mil dólares mensuales sin contar la bolsa de premios (Prizepool) de los torneos donde participen los jugadores.

El negocio de los Esports además de generar fuentes de empleo también desarrolla la economía gracias a los puestos de trabajos y a las competiciones, según Gallego (2022) una de las competencias más famosas y con mayor número de espectadores vía online y físicamente es la Final del mundo de League of Legends en el año 2018, que tuvo sede en Corea del Sur y rompió el récord de espectadores físicos en un evento de esports con un total de 55,000 personas que asistieron al evento, eso incluye personas extranjeras y locales, superando a eventos de los deportes más famosos como es el futbol específicamente la Final de la UEFA Champions League (Competencia más importante del fútbol europeo) que tuvo cerca de 44,000 espectadores físicos en el año 2022. Otras competencias como Fortnite World cup 2019 o PGL Major (Counter Strike Global Offensive) batieron nuevos récords de espectadores online y aunque tuvieron menos visitantes con 10,000, por cuestiones de seguridad sanitaria lograron llenar los estadios sede de la competencia.

¿Los esports son realmente deportes?

Para poder relacionar a los esports con los deportes tradicionales ya sea futbol, basquetbol, béisbol, box, etc; Es importante definir que es un deporte en sí. En el libro "Historia de la actividad física y el deporte" se define como "el deporte es la actividad física competitiva y organizada institucionalizada y reglamentada que tiende al desarrollo armónico e integral del ser humano" y entre sus

componentes destacan la actividad física, la competencia, la organización y su finalidad la cual cabe destacar, es el desarrollo armónico e integral del ser humano en sus distintos aspectos (Hernández y Recoder 2015).

Todos los deportes cumplen la definición al pie de la letra, ahora se debe analizar si los deportes electrónicos cumplen con esta definición para ser considerados un deporte como cualquier otro. Partiendo del análisis donde se menciona que es una actividad física donde se hacen distintos movimientos con el cuerpo o el físico de las personas los esports no cumplen exactamente con algo físico, pero si cumplen de otra manera haciéndolo en el aspecto mental o intelectual de las personas, un ejemplo de esto es el ajedrez, donde no se destaca la capacidad física de las personas si no su capacidad intelectual para poder jugar.

Siguiendo con el análisis menciona que debe ser competitiva organizada e institucionalizada, los esports mantienen una competitividad activa durante todos los años con los torneos, están muy bien organizados logísticamente, actualmente los esports tienen instituciones encargadas de su difusión y de regir los aspectos relacionados con los torneos y sus participantes; en ellos existe un reglamento y todos los participantes se comprometen a cumplir para mantener en armonía el ambiente con los participantes y las organizaciones que representan a los equipos. A una parte importante donde se menciona que atiende al desarrollo armónico e integral del ser humano los esports son competencias de alto rendimiento y de jornadas largas para su práctica lo que conlleva un desgaste físico y mental de los jugadores (Lázaro, 2024), más cuando los jugadores están en torneos de carácter mundial; sin embargo, estos problemas pueden ser corregidos con una ayuda profesional desde muy temprano para evitar problemas en los jugadores además que las instituciones buscan salvaguardar a los participantes de los torneos y de los distintos equipos que estén dentro de los territorios de las instituciones.

Los esports son reconocidos como deportes por muchas instituciones, la más importante es el Comité Olímpico Internacional (COI) donde reconoció a los esports como un deporte olímpico que da pauta al desarrollo de un evento, aunque el formato aún no se ha revelado, es muy seguro que traerán los juegos más famosos y competitivos por ejemplo League of Legends, Valorant o Call of Duty los cuales ya tiene un buen promedio de vistas y de fans en todo el mundo y que pueden abrir el evento de los esports en los juegos olímpicos (Márquez, 2024).

Los esports y su relación con el turismo

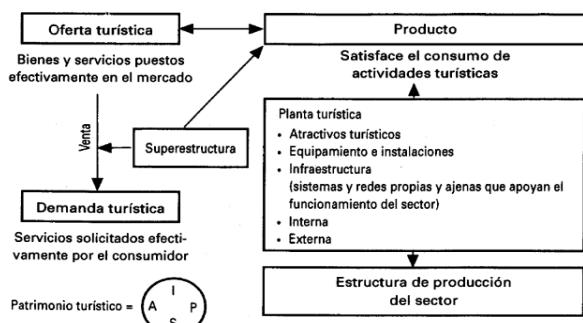
Ya dado el significado de los esports y la gran gama de categorías que lo conforman se debe explicar cuál es su relación con el turismo. El concepto más popular y también más aceptado para el turismo establece que:

Es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (ONU Turismo, 2024).

El turismo involucra no solo el desplazamiento, ya que otros factores junto a una correcta planificación del espacio turístico deben cumplirse para que este movimiento se complete de forma satisfactoria; la demanda turística es uno de ellos, podemos encontrar distintas definiciones de la demanda y tomando el concepto del Diccionario Turístico Profesional (2005) se puede definir como, el conjunto de consumidores o posibles consumidores de los bienes y servicios turísticos (Madrazo, 2009); por otra parte tenemos la oferta turística, tomando el concepto de Rosa y De Los Ángeles (2022), podemos decir que la oferta es la combinación de todos los servicios y productos que se presentan en el destino para ser consumidos por el turista que considera viajar a un destino y tienen como objetivo crear experiencias satisfactorias durante su estadía en el lugar; logrando identificar que es necesario que para que lleve a cabo la práctica turística dentro de un destino, la presencia de personas identificadas como el consumidor y al igual un oferente o proveedor de los aspectos tangibles e intangibles que formulan un producto.

Bajo la misma línea Bouillon (2004), propone que, con la vinculación de otros componentes, se conceptualiza el sistema turístico definiéndose como "Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda turística, comunidad local, atractivos turísticos, planta turística, producto turístico, etc.), en su interrelación, propician la satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre de los visitantes dentro del espacio geográfico donde se lleva a cabo la práctica turística". Los elementos, se ven reflejados en la figura 2 con un esquema.

Figura 2. Funcionamiento del sistema turístico.



Fuente: Bouillon, 2004.

A continuación, se presenta la definición de los elementos del sistema turístico, con la finalidad de conceptualizar los elementos expuestos en la Figura 2 Avanzando con el sistema turístico hay que definir estos elementos para poder entenderlos de mejor manera los cuales se ven explicados en la tabla 2.

Tabla 2. Elementos del sistema turístico y sus definiciones

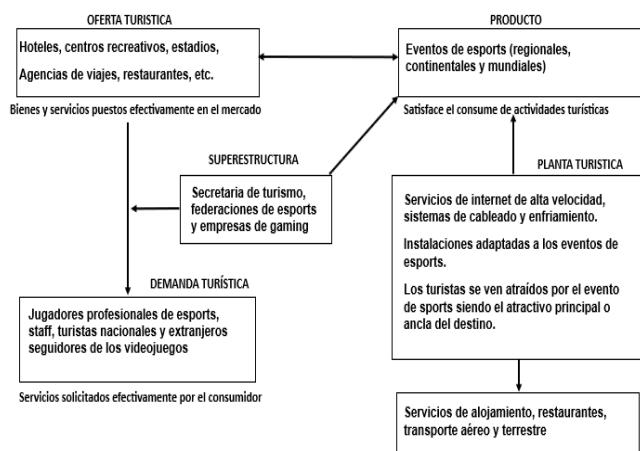
Elementos del sistema turístico	Definición
Producto	Elemento susceptible a su comercialización, el cual se combina con los atractivos del destino. Combinación de atractivos del destino.
Superestructura	Entidades privadas y públicas que fomentan el turismo nacional e internacional.
Infraestructura	Todos los bienes y servicios que están a disposición del turista y de la comunidad local.
Planta turística	Servicios básicos y complementarios que necesita necesarios para el turista.
Comunidad local	Grupo de personas que viven en la misma área geográfica donde se desarrolla la actividad turística y son los portadores de identidad.
Atractivos turísticos	Lugar, objeto o evento de índole natural o cultural que genera

interés en los turistas y propician el desplazamiento.

Fuente: Elaboración propia.

Los esports funcionan con los elementos del sistema turístico y en la Figura 3, donde se explica cómo interactúan para llevar acabo un evento de esports y las conexiones que tienen cada uno de los elementos para hacerlos funcionar.

Figura 3. Interacción



Fuente: Elaboración propia.

Los productos turísticos son el elemento clave en esta investigación y se pueden definir como la combinación de bienes tangibles e intangibles que permiten desarrollar la actividad turística de forma satisfactoria (Nasimba y Cejas, 2015); para llevar a cabo los eventos de esports se necesitan de igual manera la combinación de muchos factores, tangibles e intangibles, ejemplo de ello son los jugadores o turistas que acuden a los eventos, necesitan viajar en avión a otro país para competir, al igual necesitan servicios de alojamiento; de acuerdo a la sede donde se desarrollen los esports los jugadores necesitarán desplazamiento por la ciudad anfitriona a los un centros de recreación o estadios según sea el caso, durante ese proceso conocen la ciudad y también un poco de su cultura, los establecimientos de alimentos y bebidas satisfacen la alimentación de los jugadores y consumen la mayoría de veces producto local.

Lo que hacen estas personas es turismo gracias a que los esports generan este desplazamiento y consumo dentro de un lugar, inclusive algunos países han optado por promocionar la marca de las ciudades anfitrionas con los eventos de esports (Antón, 2018); en todos los continentes hay ciudades que han sido beneficiadas

económica y turísticamente hablando gracias a los eventos.

Los esports han abarcado grandes campos de investigación especialmente en el turismo, ciencias de la salud, del deporte, este último en especial es muy mencionado por muchos expertos desde hace muchos años, un ejemplo de ello son Mora y Héas (2003) donde se pone a discusión sobre los esports como un deporte y por otro lado Antón (2018) puso como objeto a los esports para crear herramientas de promoción turística.

Los esports se celebran de manera presencial o de manera virtual, los eventos más importantes son en la mayoría de ocasiones presenciales; muchos jugadores latinoamericanos han tenido la oportunidad de viajar a países de Europa, Asia y Oceanía y viceversa los jugadores del otro lado del mundo han podido visitar países de América lo que implica un gran desplazamiento de personas por todo el mundo especialmente de jóvenes, con datos estadísticos de NewZoo (2022) informa que la audiencia de los esports son un 31% hombres entre los 21 y 35 años además un 18% con de 10 y 20 años y que el interés de las mujeres por este evento sigue creciendo representando un 34% donde el 24% tienen de 21 a 35 años. Con el concepto de turismo y los aspectos que lo conforman ya explicado podemos decir que los esports producen turismo joven creando un flujo medio de personas viajando por el mundo gracias a los eventos que se hacen cada año.

Los eventos de esports como productos turísticos

Los productos turísticos adquieren relevancia en la industria del turismo ya que estos al estar formulados y estructurados son muy importantes principalmente porque son el motivo de permitir plenamente el viaje y elegir en su caso un destino en particular ya que estos logran que se satisfagan las necesidades capaces de hacer viajar a las personas de todo el mundo satisfaciendo sus necesidades con actividades y servicios complementarios. En los eventos de esports suele suceder este mismo fenómeno ya que los visitantes tienen la motivación de viajar para competir en otro país o ciudad y cuando se llega al lugar anfitrión o sede, todos los productos y servicios están disponibles para los jugadores y turistas nacionales e internacionales que acudieron a ser espectadores del evento convirtiendo así a los esports como un producto turístico completo (Antón, 2018), resaltando que bajo la estructuración y conjugación de los servicios y productos, se logra

visibilidad y una mejor tomar de decisiones para la elección y participación de este tipo de evento, como ocurre en los deportes tradicionales, permitiendo que la comunidad anfitriona inclusive se beneficie de la actividad. La importancia de darle la visibilidad a este tipo de eventos como se hace con los deportes tradicionales atrayendo más público local generando beneficio para ambas partes.

Los productos turísticos se conforman de elementos tangibles e intangibles para poder desarrollarse en un entorno turístico; los cuales vienen definidos en la tabla 3 todos estos elementos en conjunto forman los productos turísticos y cabe señalar que en los esports dichos elementos también son usados de manera directa e indirecta.

Tabla 3. Elementos del producto turístico y su definición.

Elementos del producto turístico	Definición
Accesibilidad	Todas las formas de acceso al destino
Servicios y equipamiento	Todos los servicios a disposición de los turistas
Atractivos o Recursos turísticos	Lugar, objeto o evento que genere interés en el turista
Marca o imagen	Identidad distintiva del destino
Precio	Cantidad de dinero que el consumidor tiene que pagar por adquirir un producto o servicio

Fuente: Elaboración propia.

Los esports pueden tener las características idóneas para ser un producto turístico completo, al igual es recomendable que en casos particulares tenga una relación directa con instituciones o dependencias gubernamentales ya que por ejemplo, en España existen asociaciones encargadas de los esports como es la Asociación Española de Videojuegos que se encarga de conectar a las empresas de videojuegos y empresas de esports para generar eventos de esports en el país (Asociación Española de Videojuegos, 2018), esto resalta que el apoyo a la disciplina es necesario para formarlo

correctamente y es aún más necesario para consolidarlo como un producto turístico funcional; para explicar con más detalle como los esports funcionan como productos turísticos, a continuación se muestra la tabla 4 donde se exponen los elementos del producto turístico esports. Observa todo lo que lo conforma.

Tabla 4. Elementos del sistema turístico en los esports.

Elementos del producto turístico	Elementos usados en eventos de esports
Accesibilidad	Los equipos se transportan en avión desde su país hasta el país sede, también ocupan un medio terrestre donde son llevados desde su hotel hasta el recinto receptor.
Servicios y equipamiento	Todos los servicios d hospedaje, comida, transporte y agencias de viajes que se usan durante la estadía.
Atractivos o Recursos turísticos	Los eventos de esports actuarían como el atractivo principal
Marca o imagen	La imagen del destino cuando existen estos eventos cambia a ser de gaming
Precio	Los jugadores profesionales no pagan los servicios principales, los turistas nacionales y extranjeros adquieren sus servicios y pagan por ellos.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en la tabla todos los elementos están presentes en los eventos de esports resaltando el evento usándolo como un atractivo que atrae la atención de muchos turistas nacionales y extranjeros para crear un producto turístico funcional.

Objetivo

Analizar el potencial de los esports como productos turísticos para atraer turismo joven a México a partir de la identificación de casos de éxito

Metodología

La investigación es exploratoria ya que se examina un tema o problema de investigación que ha sido poco estudiado (Calderón, 2008), esto permite abordar el tema de los esports que está poco difundido. Se desarrolla a partir de una revisión sistemática de la literatura, la cual se realizó haciendo uso de búsquedas en bases de datos como Scielo, Dialnet y el buscador de Google Académico que permitiera identificar los estudios más relevantes para definir los esports, sus categorías e identificar casos de éxito de eventos de esta naturaleza como productos turísticos del ámbito internacional y que sirvan de base para atraer al turista joven nacional e internacional a México.

La búsqueda se centró en artículos de 5 a 10 años. La búsqueda de la literatura en las bases de datos antes mencionadas se realizó tomando en cuenta palabras clave tanto en español como en inglés siendo las siguientes: *esports, electronic sports, ocio digital y eventos de esports*.

Resultados

Después de haber hecho el análisis de los textos consultados se presentan a continuación los principales casos de éxito de eventos de esports en el ámbito internacional. Con una investigación exhaustiva se lograron encontrar 60 casos de éxito en distintos continentes y se eligieron 12 de 6 países, donde se han realizado eventos de esports, por la capacidad de su infraestructura y la relevancia de la derrama económica que presentan y/o por el número de espectadores.

Casos de éxito de los esports como productos turísticos

Para comenzar con los casos de éxito se clasifican por países y sus mejores exponentes que lograron implementar una forma de turismo gracias a los esports o los usan como una forma de promocionar su marca local en algunas ciudades.

A) Estados Unidos

Este país es el que más dinero genera gracias a los esports y los videojuegos generando cerca de 46.000 millones de dólares (Statista, 2023). Al ser un país muy posicionado económico hablando, tienen la infraestructura más que necesaria para los eventos de esports además de contar con su asociación encargada de los esports a nivel nacional que es The United States Esports Association fundada en 2018 consiguiendo así que varios de sus estados sean considerados destinos turísticos gamer.

Washington

El KeyArena ubicado en Seattle, tiene una capacidad de 18,000 personas y es considerado uno de los estadios más memorables para los jugadores de Dota 2 siendo sede The International por 4 años seguidos muestra de ello es que con el evento de esports obtuvieron ganancias mayores a un 40% a comparación a lo recaudado en partidos de Baseball (Hitt, 2023) en esa misma arena

Dentro de Estados Unidos existen dos ciudades muy destacadas Texas y Nueva York las cuales tienen dos estadios que se usan para los eventos de esports el Blizzard Arena de Activision y el Barclays Center (Villareal, 2018), los cuales demuestran su multifuncionalidad siendo estadios para equipos de basquetbol y béisbol son adaptados para eventos de gaming.

B) China

Es el segundo país mejor posicionado en ganancias gracias a los esports siendo hace poco tiempo desbanquedado por Estados Unidos del primer puesto. En el año 2003 la Administración de Deportes de China reconoció a los esports como deportes oficiales inclusive realizó un manual donde describían como desempeñarlo adecuadamente, además de agregarlo a su plan estratégico nacional impulsando a los esports de manera nacional. Al paso de los años y al gran apoyo gubernamental los deportes electrónicos son considerados como profesiones autorizadas y las universidades o instituciones educativas pueden otorgar títulos profesionales para jugadores de esports, la inclusión de los deportes electrónicos en los juegos asiáticos de 2023 aumentó la popularidad de esta tendencia (Wang, 2024)

Jiangsu

En la ciudad de Shanghái se encuentra el Mercedes-Benz Arena impulsado por el gobierno chino para un destino de

esports; dicho inmueble fue sede de la competencia con mayor bolsa de premios de los esports con 34 millones en el juego de Dota 2 por lo que el destino sería un éxito rotundo y marcaría un antes y un después en los esports generando que semanas después sea sede de muchos más eventos de esports.

Guangdong

Shenzhen es conocida como una ciudad inteligente en 2024 por el Smart City Expo World Congress y está en proceso de convertirse en la capital internacional de esports. Gracias a la Asociación de la Industria de Deportes Electrónicos de Shenzhen logró que la ciudad generara, exclusivamente con los deportes electrónicos, aproximadamente 100 mil millones de yuane que representa el 80% de la ciudad, siendo seleccionada como una ciudad para la demostración de la cultura nacional de China inclusive apoyando proyectos de esports en el extranjero. Por el momento la ciudad se enfoca en la creación de eventos, exposiciones y festivales de deportes electrónicos además de ser sede de muchos eventos internacionales.

Dentro de China hay una provincia llamada Zhejiang que tiene un hotel propiedad de Tencent que tiene la temática de esports que es atendido por robots y asistentes virtuales además de que en la ciudad se encuentra el Hangzhou Esports Center sede de los juegos asiáticos desde 2023 el cual está próximo a ser la capital de los esports en el continente asiático.

C) Corea del Sur

Este país es líder cuando se habla de tecnologías de comunicación, su gran infraestructura de internet le permite tener la mejor conectividad. En Corea Del Sur los esports son conocidos como programming y tienen muchos seguidores en el país tanto así que tienen una organización que gestiona a los deportes electrónicos desde el año 2000 la Korea esports Association (Kespa) que se encarga de difundir los deportes electrónicos por el país además de supervisar a los jugadores profesionales y mejorar sus condiciones de trabajo.

Seúl

Mejor conocida como la capital de los deportes electrónicos cuenta con el estadio Sangam que tiene una capacidad de 66,700 personas y fue construido para albergar la Copa del Mundo en 2002. Anteriormente era usado para los deportes tradicionales como el futbol cuando fue adaptada para los esports en el año 2014,

para el mundial de League of Legends logró vender 45,000 entradas. Actualmente Seúl alberga sitios dedicados exclusivamente a los esports tales como el salón de la fama de los esports donde se exhiben uniformes, equipos, trofeos, entre otros el más conocido de todos es Faker del equipo T1 (Guíñon, 2018).

Corea del sur es cuna de muchas estrellas de los esports los mayores exponentes o los más conocidos son de este país y habla bastante de la cultura que tienen y la dedicación que su país le da a los videojuegos y los jóvenes que se quieren dedicar a esto de forma presencial.

D) España

En el país europeo existe la Asociación Española de Videojuegos que estima grandes ganancias de los esports para el país, además de fomentar el crecimiento de los esports generando alianzas con las empresas de videojuegos, vela por un correcto desarrollo de los videojuegos en España. También hay que resaltar que es de los países europeos con mayor alcance y más usuarios de los esports por encima de Polonia e Italia (Palco, 2023).

Valencia

Este municipio de España se enfocó en la promoción de marca local gracias al ocio digital y eventos de esports. Con la iniciativa CreaTurisme de la misma comunidad se proclamó al evento DreamHack que inicio en el año 2010 en la feria valenciana donde le fue otorgado el sello de turismo cultural y lo certifica como un producto turístico de base experimental. Este evento es de los más grandes de Europa y considerado como una cita obligatoria para los amantes del gaming y de las competencias de esports; a este recinto han llegado más de 65,000 personas de toda Europa lo que ha impulsado en gran medida el turismo en la comunidad valenciana (Hosteltur. 2022).

España está enfocado en los videojuegos y de impulsarlos para su público joven, aunque su mayor ganancia económica es gracias a las convenciones y eventos de gaming que no obligatoriamente está enfocado en los esports.

E) Alemania

Este país es un referente europeo para los esports siendo el quinto más grande la industria y el más grande toda Europa (Castellanos, 2020), los esports fueron

reconocidos como deportes y se creó la Federación Alemana de Deportes Electrónicos este país está considerando impulsar los deportes electrónicos en el COI, para el futuro situación que el comité olímpico internacional también ha considerado gracias a la profesionalización de los esports (Guerra, 2018).

Alemania esta tan comprometido con las competencias de esports que es el primer país en crear un visado exclusivo para jugadores profesionales de esports, esto genera un mayor flujo de viajes con esta tendencia en el país europeo facilitando los trámites de entrada al país esperando así generar más eventos internacionales de esports en el futuro.

Berlín

La capital alemana es un paraíso muy atractivo para quienes disfrutan los esports, ya que dentro del estado alemán existen atracciones como Computerspielmuseum que es un museo donde se puede observar la historia de los videojuegos, los gaming-bar son lugares donde se transmiten los esports y también organiza veladas de videojuegos para los turísticas que visiten (Hallfahrt, 2019), los productos turísticos abundan en el estado lo que promociona su marca local como destino de esports.

Para concluir los casos de éxito, se pueden resaltar los aspectos en común que hacen funcionar los eventos de esports dentro de los distintos países. En la tabla 5 se explica de forma más congruente los beneficios y los aspectos en común de los países que lograron hacer de los esports un producto turístico funcional.

Tabla 5. Elementos en común de los casos de éxito de los esports como productos turísticos.

País	Elementos	Beneficios
Estados Unidos	Infraestructura Conectividad Profesionalización de los esports Reconocimiento de los esports como deporte	Derrama económica dentro de los estados que llevan a cabo los eventos de esports Crea desplazamiento de personas dentro del país con intención de

	Multifuncionalidad de los estadios. Organización gubernamental encargada de los esports	acudir a los eventos		Cultura apegada a los videojuegos Espacios dedicados exclusivamente al gaming	gran diversidad y popularidad de los equipos coreanos Marca local como destino de esports internacional
China	Infraestructura Conectividad Profesionalización de los esports Reconocimiento de los esports como deporte Inclusión de los esports en el plan estratégico nacional Organización gubernamental encargada de los esports	Grandes ganancias monetarias para el país Creación de un flujo de personas viajando en el país promovido por los eventos de esports Creación de marca local para los amantes de los videojuegos nacionales y extranjeros	España	Infraestructura Conectividad (La mejor en el mundo actualmente) Profesionalización de los esports Reconocimiento de los esports como deporte Multifuncionalidad de los estadios. Organización gubernamental encargada de los esports	Ganancias económicas por los festivales de gaming y los eventos de esports que se llevan a cabo en el país. Incentiva el desplazamiento de las personas por su marca local en uno de sus estados como un destino turístico de ocio digital
Corea del Sur	Infraestructura Conectividad (La mejor en el mundo actualmente) Profesionalización de los esports Reconocimiento de los esports como deporte Multifuncionalidad de los estadios. Organización gubernamental encargada de los esports	Ganancias económicas dentro del país por la participación de los equipos coreanos dentro de los esports Conocido mundialmente como un destino de esports siendo el mejor país para los amantes del tema Turismo extranjero y nacional por la	Alemania	Alianzas con empresas de videojuegos Creación de una marca local de esports	Infraestructura Conectividad Profesionalización de los esports Reconocimiento de los esports como deporte Multifuncionalidad de los estadios.

	<p>Organización gubernamental encargada de los esports</p> <p>Creación de un visado especial para jugadores de esports</p> <p>Espacios dedicados exclusivamente al gaming</p>	<p>escena en los esports</p> <p>Facilita el turismo por esports dentro del país creando un flujo de turistas dentro del país</p> <p>Reconocimiento mundial como destino de esports</p>
--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

Los esports en México

Los casos de éxito anteriormente presentados comparten algunos aspectos en común, por ejemplo, en todos los países se tiene una asociación o federación encargada de los deportes electrónicos que son las que dan visibilidad a este tipo de competencias, también cuentan con la infraestructura tecnológica necesaria para eventos masivos que otorgan una experiencia única para los espectadores online y presencial y la más importante los beneficios que tuvieron después de los eventos.

De acuerdo con Statista (2024) México es el segundo mercado más grande de videojuegos en América Latina, con esto los esports en México tienen un mercado fértil para poder expandirse dentro del país, la constante mejora de la infraestructura y la conectividad dentro del país pueden abrir paso a la entrada de torneos y eventos más importantes del gaming obteniendo un flujo grande de personas dentro del país con la creación de eventos turístico-deportivos (Bjelac y Radovanovic, 2003).

En el país existe la Federación Mexicana de esports (Martínez, 2024), aunque no tiene tantos años desde su fundación, se está encargando de difundir los deportes electrónicos entre la comunidad joven del país facilitando la salida de los jugadores mexicanos al extranjero en competencias de esports; dichos eventos se encuentran en una fase de diagnóstico sobre todo en las zonas turísticas del país, por ejemplo Cancún donde se plantea hacer eventos de esports o convenciones de gaming en el centro de convenciones de la zona hotelera. En Acapulco se encuentra la Elite Arena Esports cuyo recinto es limitado en cuanto a aforo, pero está destinado para los eventos de esports que se desarrollen. Ciudades

como Monterrey, Guadalajara y la Ciudad de México, igual han sido sede de eventos importantes, aunque de menor tamaño por causa de la infraestructura; el mejorar este aspecto abre paso a eventos de una escala mayor.

De igual forma, equipos de deportes tradicionales igual se encuentran otorgando oportunidades para estos eventos, el caso del equipo de futbol mexicano Chivas y su equipo Chivas esports facilitan el uso de sus instalaciones, el Estadio Akron, además de ser el primero en toda Latinoamérica que se presta para este tipo de eventos; recientemente se llevó a cabo en este recinto el evento de Gamergy, uno de los eventos de gaming más grandes de Latinoamérica que atrajo la atención de los turistas nacionales e internacionales a venir a México especialmente del público joven mexicano y latinoamericano.

Por otro lado la infraestructura actual permite que muchos eventos de carácter gaming puedan tener sede en México, Gamergy es un caso de éxito de los eventos de esports ya que en el año 2024 reunió cerca de 74,000 personas en la Expo Santa Fe y que se volverá a repetir en este año 2025 con nuevos competencias en juegos como League of Legends y Valorant donde se busca principalmente demostrar el nivel de los jugadores mexicanos y extranjeros, otro evento que destaca en ese aspecto es Gaming Fest México el cual es celebrado en el World Trade Center en la Ciudad de México donde se incluyen zonas destinadas a los deportes electrónicos y competencias de los mismos.

En este año 2025 el juego League of Legends tiene como sede en México la Liga Latinoamericana de League of Legends (LLA) consecuente de los cambios hechos en el torneo y la implementación del Fearless Draft las finales regionales de este torneo prometen atraer a público extranjero y nacional para asistir al torneo ya sea de manera presencial u online en cualquier plataforma de livestream.

Con el paso de los años se espera que estos eventos y más grandes puedan acudir a México pues es una parte del mercado que según estadísticas no dejará de crecer y atrae muchos beneficios a largo plazo, los esports mexicanos necesitan mejorar su infraestructura para poder generar mayor interés por las empresas de gaming y que llamen su atención para hacer eventos importantes dentro de México generando así un flujo de personas jóvenes dentro del país.

Conclusiones y recomendaciones

Los esports es un mercado en auge, como se observó, a raíz de la pandemia ocasionada por el COVID-19 las ganancias económicas se incrementan año con año, además de que fomentan un desplazamiento de personas interesadas en participar o ser espectadores en las ciudades y países donde se organizan los principales eventos; generando el incremento del turismo en la localidad que esté equipada adecuadamente para llevar a cabo los eventos de esports.

Como ya se mencionó antes todos los lugares tienen ciertos elementos que deben cumplir tales como la infraestructura, conectividad, así como los servicios turísticos complementarios para que se lleven de forma satisfactoria los eventos y satisfacer las necesidades de los turistas, aunque hay esfuerzos por mejorar la conectividad a internet en el país, sigue siendo deficiente para dotar de una experiencia multijugador, ejemplo de ello es que incluso en torneos oficiales, el internet ha fallado haciendo que las partidas se retrasen más de lo esperado.

En el caso de México, persisten limitaciones significativas que dificultan el desarrollo de eventos de eSports a gran escala, especialmente derivados de la infraestructura física y la conectividad. En cuanto a la infraestructura, el país carece de recintos con la capacidad y equipamiento necesarios para albergar competencias masivas, lo que restringe el acceso del público espectador a un número reducidísimo, y prioriza el ingreso de los participantes, a diferencia de lo observado en otras naciones con mayor desarrollo en este ámbito.

En lo que respecta a la conectividad, si bien existen avances, aún se enfrentan deficiencias pertinentes. Según datos recientes del primer trimestre de 2025, Totalplay registró en promedio 136.1 Mb/s de descarga, con ping mínimo de 25 ms, mientras que los valores combinados de todos los proveedores ubicaban la velocidad de descarga promedio en alrededor de 75.9 Mb/s y una latencia de 43ms. En comparación, el promedio global de velocidad de banda ancha fija en México se encontraba en 44.7 Mb/s aproximadamente.

Para el desarrollo óptimo de eSports, se requieren estándares superiores. La literatura especializada establece que una experiencia multijugador fluida necesita velocidades de descarga de, al menos, 25 Mb/s, siendo recomendables de 50 a 100 Mb/s en contextos competitivos, sobre todo si el entorno comparte la conexión con múltiples dispositivos. Adicionalmente, se considera que la velocidad mínima aceptable para

escenarios oficiales debe rondar los 10 Mb/s de descarga y 5 Mb/s de subida.

No obstante, la velocidad no es el único factor crítico: la latencia (ping) juega un rol esencial. Valores ideales de ping para videojuegos competitivos oscilan entre 15 y 50 ms, siendo cualquier valor por encima de los 100 ms potencialmente disruptivo. En México, como se mencionó, el promedio de ping de 43 ms podría considerarse solo marginalmente aceptable para torneos de alto nivel.

Estos indicadores evidencian que, a pesar de algunos avances, tanto la infraestructura física como la digital aún no alcanzan los niveles exigidos para la realización de eventos eSports masivos con estándares competitivos. Es imperativo impulsar la construcción de recintos adecuados y mejorar la conectividad, especialmente en términos de velocidad y latencia, para fortalecer la participación y el posicionamiento del país en el ámbito internacional de los deportes electrónicos.

Ante la creciente demanda de los esports en el país es recomendable integrar adecuadamente los elementos del producto turístico integral en las ciudades que cuentan con los elementos necesarios para recibir a los espectadores y videojugadores presenciales y en los servicios de livestream; con ello atraerá la atención de las compañías de videojuegos y permitirá la realización de eventos más grandes dentro de México creando mayor demanda al atraer un mayor flujo de turistas que disfruten de los videojuegos y con una oferta atractiva principalmente para atender a los jóvenes que disfrutan de los esports.

Cabe señalar que además la organización de eventos de esports promueve la colaboración entre los principales prestadores de servicios turísticos y moviliza el sistema turístico.

Finalmente, se recomienda darle mayor relevancia al tema; la realización de futuras investigaciones y proyectos permitirán desarrollar el turismo a partir de los esports.

Referencias

Andrés, K. (2024, 13 junio). Evolución económica y tecnológica de los E-Sports o deportes electrónicos en la industria 5.0 en Colombia en el periodo 2018 - 2023.

Antón, M. (2018). Los eventos de deportes electrónicos (esports) como herramienta de promoción turística. XII Congreso Virtual Internacional de Turismo y Desarrollo, Noviembre, 13.

- <https://www.eumed.net/actas/18/turis-mo/7-los-eventos-de-deportes-electronicos.pdf>
- Bascón-Seda, A. y Rodríguez-Sánchez, A. (2020). Esports y ciencia: sintonizando con el fenómeno de los deportes electrónicos. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15(45), 341-352.
- Bjelac, Z., y Radovanovic, M. (2003). Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand. *Journal Of Sport and Tourism*, 8, 260-269. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161555>
- Boullón, R. C. (2019). Planificación del espacio turístico
- British Esports Federation. (2024, diciembre). Explore career pathways in esports. <https://britishesports.org/esports-and-education/career-pathways/>
- Caminos, A. (2020, 2 noviembre). Las principales arenas de Esports en los Estados Unidos. Gaming and Media. <https://g-mnews.com/es/las-principales-arenas-de-esports-en-los-estados-unidos/>
- Carmona, D. (2021, 23 diciembre). Esports: origen, presente y futuro. Revista Electrónica de Derecho de la Universidad de la Rioja (REDUR). <https://doi.org/10.18172/redur.5127>
- Castellanos, J. (2020, 1 enero). La posible ordenación de los eSports en Alemania. Situación actual y perspectivas de futuro. https://www.academia.edu/43885501/La_posible_ordenaci%C3%B3n_de_los_eSports_en_Alemania_Situaci%C3%B3n_actual_y_perspectivas_de_futuro
- El Barclays Center se llenó, pero no jugaban los Nets. (2016, 2 octubre). TUDN. <https://www.tudn.com/mas-deportes/el-barclays-center-se-lleto-pero-no-jugaban-los-nets>
- ESPORTS - Asociación Española de Videojuegos. (s. f.). Asociación Española de Videojuegos. <https://www.aevi.org.es/web/e-sports/>
- Guerra, L. (2018, 7 febrero). Alemania reconoce a los esports como deporte y abre perspectivas olímpicas para el futuro. AS.com. https://as.com/esports/2018/02/07/league_of_legends/1518001988_255_797.html
- Guiñón, Á. (2018, 3 diciembre). Faker ingresa en el Salón de la Fama de los esports. Movistar eSports. https://esports.as.com/league-of-legends/Faker-hall-of-fame-esports_0_1196580340.html
- Guiñón, Á. (2019, 27 marzo). ¿Qué son los World Cyber Games? Movistar eSports. https://esports.as.com/otros/World-Cyber-Games-WCG-definicion-caracteristicas_0_1228977102.html
- Hallfahrt, P. (2019, 12 Junio). Gaming-Guide de Berlín. deutschland.de. <https://www.deutschland.de/es/topic/vida/gaming-guide-berlin-atracciones-para-profesionales-del-videojuego>
- Hernández, H., y Recoder, R. (2015). Historia de la actividad física y el deporte. <https://ened.conade.gob.mx/Documentos/Manuales/HISTORIA%20DE%20LA%20ACTIVIDAD%20FÍSICA%20Y%20EL%20DEPORTE.pdf>
- Hitt, K. (2023, 1 noviembre). Esports championship event food y beverage sales at Climate Pledge Arena best other sporting events. Sports Business Journal. <https://www.sportsbusinessjournal.com/Articles/2023/11/01/unpacks-the-international-food-beverage-sales>
- Hosteltur. (2022, 15 junio). Los eSports y el ocio digital también son producto turístico. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/151622_los-esports-y-el-ocio-digital-tambien-son-producto-turistico.html
- Lázaro, B. (2025, 15 enero). El impacto del auge de los eSports en la salud física y mental. Libertad Digital. <https://www.libertaddigital.com/deportes/mas-deporte/2024-09-04/el-impacto-del-auge-de-los-esports-en-la-salud-fisica-y-mental-0e-7160577/#:~:text=Efectos%20en%20la%20salud%20mental,ansiedad%2C%20estr%C3%A9s%20cr%C3%ADtico%20y%20depresi%C3%B3n>
- Llorens, M. (2016). Los eSports: una nueva modalidad deportiva. Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento, (52), 215-224.
- Madrazo, L (2009). Conceptualización de la demanda turística. Ciencias Holguín, 15(1), 1-8.
- Maeso, G. (2022, 3 marzo). Prehistoria de los esports: los orígenes de los deportes electrónicos. Red Bull. <https://www.redbull.com/es-es/esports-origenes-deportes-electronicos-reportaje>
- Márquez, A. (2024, 25 julio). El COI reconoce de manera oficial los esports como deporte olímpico: nacen los Olympic Esports Games. Alfa Beta Juega. <https://www.mundodeportivo.com/alfabeta/multiplataforma/el-coi-reconoce-de-manera-oficial-los-esports-como-deporte-olimpico-nacen-los-olympic-esports-games>
- Mesoneros. (2019, 10 mayo). Esports: Pasado y presente de las competiciones de videojuegos. Fundación Telefónica España. <https://telos.fundaciontelefonica.com/?pdf=6085>
- Martinez, E. (2024, 26, agosto). CONADE da luz verde la Federación Mexicana de E-Sports, aGGro. <https://aggro.mx/index.php/2024/08/26/conade-da-luz-verde-la-federacion-mexicana-de-e-sports/>
- Ministerio de turismo. (2021). Manual Estructura de productos con base a un atractivo turístico. https://servicios.turismo.gob.ec-content/uploads/2023/04/Manual_estructura_productos_base_atractivo_sub2021.pdf
- Muñoz, D., y Esteban, L. (2021). Deporte y espectáculo en la narrativa de los «e-sports»: el caso de «League of Legends». INDEX COMUNICACIÓN, 11(2), 59-79. <https://doi.org/10.3373/idxc/11/02deport>
- Muñoz, D. y Esteban, L. (2021). La eclosión de los esports como fenómeno deportivo y mediático durante la pandemia de la covid-19. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8027088>
- Muñoz, D., y Esteban, L. (2019). Los eSports: origen, evolución y tendencias. Revista de Cultura Visual. Vista, 4.
- NewZoo (2022, 19 abril). La audiencia de los deportes electrónicos superará los 500 millones en 2022 gracias al auge de los ingresos. <https://newzoo.com/resources/blog/the-esports-audience-will-pass-half-a-billion-in-2022-as-revenue-engagement-esport-industry-growth>
- Nasimba, C., y Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. Qualitas, 10(4), 22-39.
- OMT, (s.f.). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%BDmeno,personales%2C%20profesionales%20y%20de%20negocios>

Palco. (2023, 19 abril). España es el país europeo con más consumidores de pago de eSports. Palco23. <https://www.palco23.com/media/espana-es-el-pais-europeo-con-mas-consumidores-de-pago-de-esports>

Roncero, M., y García, F. (2014, 31 julio). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. <https://raco.cat/index.php/questionesppublicitarias/article/view/349721>

Rosa, N y De los Angeles, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>

Villarreal, Y. (2018, 20 marzo). Texas tendrá el estadio de esports más grande de EU. Consumotic. <https://consumotic.mx/sociedad-digital/videojuegos/texas-tendra-el-estadio-de-esports-mas-grande-de-eu/>

Wang, L. (2024, 20 agosto). The Role of Gaming and Esports in China's Innovation Strategy. APCO Worldwide. <https://apcoworldwide.com/blog/the-role-of-gaming-and-esports-in-chinas-innovation-strategy/>