

Treball de fi de grau

Títol

Autor^De

Àrea/Tutor^De

Grau

Data

Facultat de Ciències de la Comunicació

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Índice

1.	Introducción	5
1.1	Motivos de la realización del trabajo	5
2.	Marco teórico.....	6
2.1	¿Qué son los e-Sports?	6
2.2.	Historia de los e-Sports	8
2.3	Los videojuegos y la narrativa transmedia.....	17
2.4	Establecimiento de las competiciones.....	18
2.5	El crecimiento de los e-Sports	21
2.6	Los e-Sports y el streaming.....	23
2.7	Historia del teléfono móvil	25
2.8	El rol de los móviles en los e-Sports.....	29
2.9	Supercell.....	31
2.10	Clash Royale	38
2.10.1	Descripción.....	38
2.10.2	Jugabilidad	39
2.10.3	Cartas.....	41
2.10.4	Cofres	43
2.10.5	Tienda.....	43
2.10.6	Gemas.....	44
2.10.7	Oro.....	45
2.10.8	Clanes	45
2.10.9	Arenas.....	46
2.10.10	Ligas	47
2.10.11	Torneos.....	48
2.10.12	Competiciones profesionales.....	50
2.10.13	Clash Royale y las redes sociales	56
2.10.14	Clash Royale en cifras.....	57
2.10.15	Competencia.....	58
2.10.16	Premios y nominaciones.....	62
2.10.17	Jugadores estrella	63
2.10.18	Las claves del éxito de Clash Royale	64
2.10.19	El futuro de Clash Royale	65
3.	Problemática de investigación	66
3.1	Objeto de estudio	66
3.2	Antecedentes	66
3.3	Objetivos	68
3.4	Hipótesis y preguntas	68
3.4.1	Hipótesis.....	68
3.4.2	Preguntas	68
4.	Metodología	71
4.1	Fuentes documentales	71
4.2	Investigación descriptiva.....	72
4.3	Entrevistas semiestructuradas y cualitativas	72
4.4	Muestra.....	73
4.5	Herramientas	73
4.6	Limitaciones.....	73

5.	Investigación de campo	74
5.1	Jugadores casuales	74
5.2	Jugadores profesionales	77
5.3	Analistas.....	80
6.	Análisis	83
6.1	Éxito de Clash Royale.....	83
6.2	El futuro de Clash Royale	85
6.3	Competencia.....	86
6.4	Relación comunidad de jugadores y desarrolladores	87
6.5	Clash Royale y la narrativa transmedia.....	88
6.6	Los e-Sports como deporte	89
7.	Conclusiones.....	90
7.1	Resolución de hipótesis.....	90
7.2	Limitaciones.....	91
7.3	Próximas investigaciones.....	92
8.	Bibliografía y webgrafía	93
9.	Anexos	95
9.1	Jugador casual - Marsal Roura.....	95
9.2	Jugador casual - Lluís Núñez	99
9.3	Jugador profesional - Álvaro Suárez.....	103
9.4	Jugador profesional - Yassine El Morabet.....	106
9.5	Analista/Redactor - Oscar Tejedor.....	109
9.6	Analista/Redactor/Exjugador profesional/Entrenador/Caster - Adrián Herráez.....	112

1. Introducción

El sector de los videojuegos ha experimentado una evolución que ha derivado en una serie de competiciones donde los jugadores ponen a prueba su habilidad en partidas disputadas públicamente donde los premios pueden llegar a ser de miles de dólares y el reconocimiento mundial.

La competición surgió a raíz de las máquinas recreativas (o arcade) donde jugadores desconocidos intentaban superar una puntuación para ser los mejores del juego en cuestión y ha crecido hasta llenar estadios y ser emitidas a través de Internet por todo el mundo con millones de seguidores.

La plataforma móvil no se ha quedado atrás y empresas como Supercell han desarrollado videojuegos que han acabado siendo competitivos o considerados e-Sports. Los e-Sports (o deportes electrónicos) es el término acuñado para definir a aquellos videojuegos que tienen como finalidad la competición y entre ellos se encuentra el objeto de estudio de este Trabajo de Final de Grado, Clash Royale.

Clash Royale es un videojuego que originalmente no se pensó para que tuviera finalidades competitivas y a pesar de ello ha alcanzado una repercusión a nivel mundial en cuanto a e-Sports se refiere posicionándose como uno de los videojuegos para móviles con más usuarios e impacto competitivo por lo que haremos una aproximación intentar saber por qué ha llegado a ser uno de los juegos más consumidos de móvil, por qué sigue teniendo usuarios activos e intentar adivinar hasta dónde podría llegar.

1.1 Motivos de la realización del trabajo

Como consumidor habitual de diferentes e-Sports tanto a nivel usuario como fan, este trabajo es de mi interés personal ya que uno de los videojuegos que más consumo es Clash Royale.

En mi círculo social casi todos son jugadores de este mismo juego por lo que siempre he querido saber más sobre el videojuego y por qué un juego móvil ha llegado al punto en que casi todas las personas que conozco lo tienen instalado y qué impacto puede causar en el futuro. Esto está motivado por mi curiosidad personal ya que Clash Royale salió al mercado hace dos años, aunque hay más motivos por los cuales he elegido desarrollar este trabajo.

Es un tema de interés novedoso ya que es un videojuego que salió al mercado hace dos años, tiene una gran cantidad de usuarios, genera muchos beneficios económicos y además crea tendencia ya que se posiciona en los primeros puestos de las principales plataformas de descargas de aplicaciones móviles (iOs y Android).

Cabe añadir que es uno de los principales videojuegos que ha causado que los e-Sports en plataforma móvil sean impulsados al ser de los primeros con una gran repercusión competitiva.

2. Marco teórico

2.1 ¿Qué son los e-Sports?

E-Sports, también conocidos como deportes electrónicos, es el término usado para designar aquellos videojuegos de ámbito competitivo que se han desarrollado hasta converger en deportes practicados y consumidos a nivel mundial con un gran índice de popularidad. Al igual que en otros deportes, los jugadores profesionales compiten entre sí a través de videojuegos (normalmente de estrategia) en tiempo real.

Los deportes electrónicos no llegaron a alcanzar su trascendencia mediática hasta hace apenas unos años y aún sigue habiendo reticencia por parte de la comunidad no conocedora del término a que sean llamados deporte ya que lo consideran un concepto totalmente diferente. Esto sucede en mayor medida porque el concepto de deporte está asociado a los deportes no electrónicos como el fútbol, el baloncesto o el tenis.

Para demostrar que los e-Sports entran en la definición de deporte “no electrónicos”, vamos a recurrir a la definición que nos ofrece la Real Academia de la Lengua Española y la Carta Europea del Deporte.

La DRAE (2014) define al deporte en el diccionario de la lengua española como una “actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” con una segunda acepción como una “recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”.

En la Carta Europea del Deporte de 1992 se da la siguiente definición de deporte: “son todas las formas de actividades físicas que mediante una participación organizada o no, tienen como objetivo la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o la obtención de resultados en competición de todos los niveles”.

Como podemos apreciar en las definiciones, podemos afirmar que los e-Sports cumplen los conceptos claves necesarios para ser aceptados como un deporte no electrónico siendo estos:

- **Actividad física:** El jugador interactúa con el juego a través del movimiento de sus manos sobre el ratón y/o teclado.
- **Participación organizada:** La mayoría de e-Sports son en equipo, aunque también los hay individuales.
- **Competición:** Todos los e-Sports por definición son de ámbito competitivo, se enfrentan jugadores entre sí tanto individualmente como en equipos.
- **Entrenamiento:** Los jugadores profesionales dedican muchas horas de entrenamiento para el dominio del juego a tratar.
- **Sujeción a normas:** Todos los juegos tienen unas normas establecidas tanto dentro como fuera del juego para que la experiencia sea agradable.
- **Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico:** El objetivo original y final de los videojuegos sean e-Sports o no, son la recreación, el pasatiempo, el placer o la diversión del usuario/consumidor.
- **Mejora de la condición física:** Nos remontamos al punto primero, gracias a la actividad física producida se produce una mejora motriz de los miembros.
- **Mejora de la condición psíquica:** Numerosos estudios demuestran el beneficio en la condición psíquica del jugador como la concentración o la comunicación.
- **Desarrollo de las relaciones sociales:** Todos los e-Sports compiten contra uno o más jugadores, o

junto a uno o más jugadores, por lo que las relaciones sociales se desarrollan.

- **Obtención de resultados en competición de todos los niveles:** Como cualquier otro deporte, los e-Sports tienen como finalidad ganar en las competiciones en las que se participa.

El concepto de “al aire libre” no es vinculante ya que es totalmente opcional. En el caso de los e-Sports, podemos afirmar sin miedo a equivocarnos que se practican en un recinto cerrado por motivos básicos de mantenimiento del equipo electrónico además del cuidado de la salud visual de los jugadores. La relevancia de este matiz en la definición de deporte se puede obviar ya que se incluye la frase “por lo común” por lo que no es obligatorio. Véase otros deportes como el ajedrez que se practican en un entorno cerrado por lo general.

En base al análisis realizado y a la puesta en común de los conceptos clave, podemos enmarcar a los e-Sports dentro de la definición de deporte. La principal diferencia respecto a los deportes tratados como no electrónicos, es el medio en el que se desarrollan.

2.2. Historia de los e-Sports

Los deportes electrónicos, como tal, experimentaron un auge a partir del año 2000, que ha ido creciendo exponencialmente hasta el día de hoy. Por ello no debemos estancarnos a partir del segundo milenio ya que su origen se remonta varias décadas atrás.

Podemos afirmar que el nacimiento de los e-Sports se produjo en Estados Unidos donde se creó el primer videojuego con finalidad competitiva, Space Wars. El primer torneo tuvo lugar en 19 de octubre de 1972 en la Universidad de Stanford y publicitado por la revista Rolling Stone con un premio de un año de suscripción gratuito a la misma.

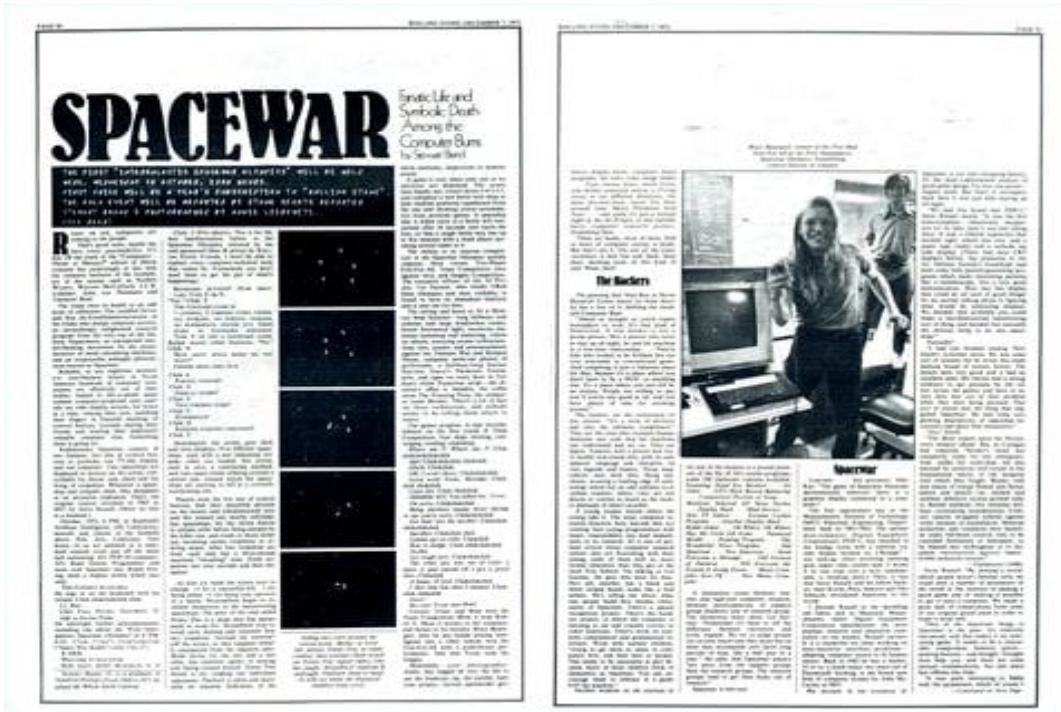
Después de SpaceWars! Olympics empezaron a surgir las primeras competiciones con premios en metálico. El ganador del torneo fue Bruce Baumgart, un estadounidense de 21 años estudiante de ingeniería informática que colaboró en el desarrollo del propio juego.

Borowy (2012:2261) afirma que los videojuegos en un ámbito competitivo fueron impulsados por la misma industria arcade que se autosuperaban creando videojuegos mejores que premiaban la

competitividad y no sólo el autoentretenimiento.

El gran éxito de los videojuegos arcade entre los jóvenes y el crecimiento de la propia industria dieron lugar al establecimiento de unas bases sólidas en la cultura de los videojuegos a principios de los años 80.

Imagen 1: Artículo de la revista Rolling Stone sobre el primer torneo de Space Wars



Fuente: <https://www.rollingstone.com/culture/news/stewart-brand-recalls-first-spacewar-video-game-tournament-20160525>

Sheff (1999:149) explica que entre 1981 y 1982 las máquinas arcade generaron entre cinco y seis millones de dólares. Según Kent (2001:152), esto significó que cosecharon el doble de dinero que todos los casinos de Nevada juntos, casi el doble que la industria del cine y tres veces más dinero que la liga de béisbol, baloncesto y fútbol americano.

A partir de este momento, quedó claro que la industria del videojuego era sumamente rentable con un futuro abrumador y Twin Galaxies fue la primera empresa en entrar de lleno en el mundo e impulsarlo.

Esta organización la fundó Walter Day en 1981 con el objetivo de recolectar rankings,

puntuaciones, datos de torneos y estadísticas al igual que lo hacían otros deportes. Hoy en día sigue en activo. La empresa empezó recolectando los datos de más de 100 juegos recreativos durante cuatro meses. Después de disponer de una base de datos sobre los récords, decidieron fundar Twin Galaxies para centralizar todos estos resultados. Al salir los nombres de las personas que habían hecho altas puntuaciones, dieron lugar a las primeras estrellas de los juegos arcade.

Imagen 2: Miembros de Twin Galaxies posando para foto



Fuente: <https://kiwifarms.net/threads/twin-galaxies.38966/>

En 1983, la misma empresa fundó el primer Equipo Nacional de Videojuegos de Estados Unidos seleccionando a los mejores jugadores arcade gracias a los datos que tenían recopilados. Como dice Dean (2005), esto marcó el rumbo hacia la profesionalización de los e-Sports ya que fue el primer equipo profesional de videojuegos de todos los tiempos.

La televisión americana empezó a ser partícipe en esta nueva tendencia. En 1982 la TBS empezó a emitir un programa llamado Starcade donde equipos de jugadores respondían preguntas sobre el mundo de los videojuegos y competían entre ellos para ver quien alcanzaba la mayor puntuación de algún juego arcade.

Otros programas como Video Power (1990) o Nick Arcade (1992) se sumaron más adelante a estos

concursos relacionados con los videojuegos.

Imagen 3: Concurso Starcade



Fuente: <http://allincolorforaquarter.blogspot.com.es/2012/12/starcade.html>

Gracias al impacto televisivo, el surgir de los primeros jugadores estrella tuvo un gran impacto en la comunidad. El primer gran jugador entrevistado, patrocinado por Nike y Taco Bell, fue Roy Shildt quien declaró en el artículo escrito por Millar H.(1984), que se necesita “práctica, talento y un poco de suerte” en la final de los Video Game Masters Tournament.

Esas palabras produjeron un impacto directo en los consumidores de videojuegos que empezaron a llenar los salones recreativos en busca de retos para darse a conocer al mundo.

A partir de 1985 ya no sólo los periódicos y las revistas organizaban torneos, las mismas salas recreativas los producían. El objetivo principal era organizar torneos como “concursos públicos con sponsors, audiencia y cobertura mediática” para darse a conocer (Borowy, 2012:2267). Gracias a todos estos torneos, se produjo otro paso evolutivo en los consumidores de videojuegos: ya no sólo buscaban la satisfacción de estar en lo alto, sino también una remuneración y el salto a la profesionalización.

Tras el gran éxito cosechado por la industria de los videojuegos esos últimos años, el videojuego

pasó de ser protagonista en los salones especializados a entrar definitivamente en los hogares de los jugadores. Decimos definitivamente porque ya hubo un intento de llevar los arcades a las viviendas a través de las consolas [Odyssey de Magnavox](#) (1972) o la [Atari 2600](#) (1977), pero no fue relevante ni cosechó éxito hasta los años 90.

La diferencia tecnológica entre las máquinas arcade y las consolas era demasiado grande. Algunas empresas como Nintendo y Sega se propusieron acabar con esta brecha lanzando al mercado la [Megadrive](#) (1989) y la [Super NES](#) (1991).

Curiosamente no fueron las consolas quienes cerraron esa brecha, si no un único videojuego, [Street Fighter 2](#) (1991) de NAMCO.

Como dato curioso, los mismos dueños de las recreativas colocaban varias máquinas arcade con el juego Street Fighter 2 para satisfacer la demanda cuando normalmente en el establecimiento se tenía una máquina de cada juego.

Se estima que [Capcom](#) vendió más de 60.000 máquinas en todo el mundo con Street Fighter 2 incorporado, un éxito económico mayor que el que dio la película de [Jurassic Park](#) (1.029.153.882 de dólares).

Remontándonos al juego Street Fighter 2, dos millones de copias fue lo que acabó vendiendo el juego en la versión de consola ya que, por 50 dólares, los jugadores podían jugar desde casa al mismo juego sin tener que introducir una moneda cada pocos minutos en la máquina recreativa.

Este tipo de contenidos hicieron que los programas sobre videojuegos cambiaran su formato: de dar importancia a concursos sobre lograr una mayor puntuación en unas máquinas recreativas al enfrentamiento individual o por equipos en consolas.

La primera empresa con una gran campaña de marketing en el mundo de los videojuegos fue [Nintendo](#) en su promoción de [Super Mario Bros 3](#), llegando a ser publicitado en cadenas de comida rápida como McDonald's o Taco Bell. La idea era crear un tipo de publicidad similar a lo que hacía la industria del cine con sus películas, es decir, publicitar el juego por la televisión, dar merchandising en forma de regalo y pegar carteles por las ciudades.

La primera empresa con una gran campaña de marketing en el mundo de los videojuegos fue [Nintendo](#) en su promoción de [Super Mario Bros 3](#), llegando a ser publicitado en cadenas de

comida rápida como McDonald's o Taco Bell. La idea era crear un tipo de publicidad similar a lo que hacía la industria del cine con sus películas, es decir, publicitar el juego por la televisión, dar merchandising en forma de regalo y pegar carteles por las ciudades.

Imagen 4: NES y Street Fighter II



Fuente: <https://www.justcollecting.com/video-games/super-nintendo-snes-.htmlstreet-fighter-2-boxed-console>

Como hemos explicado anteriormente, en los 80 se popularizaron los arcades, en los 90 las consolas y, un poco más adelante, gracias a la evolución tecnológica e Internet, les llegó el turno a los ordenadores.

La principal ventaja de los ordenadores frente a las consolas es la mejora pieza a pieza del producto. Las consolas no podían ser modificadas ni en el software ni en el hardware, en cambio, los ordenadores sí, y esto les proporcionaba un potencial nunca visto hasta la fecha. Además, los PC's también podían cumplir otras funciones como ayuda para el trabajo, búsqueda de información o comunicación.

En los 90 ya se produjeron algunos videojuegos exclusivos de ordenador que llegaron a superar en número de ventas a juegos de consolas. Unos de esos juegos fueron Myst (1993), con seis millones de copias y el popular videojuegos de estrategia a tiempo real StarCraft (1997) con once millones

de copias vendidas.

Al igual que las máquinas recreativas produjeron los salones recreativos, los ordenadores dieron paso a los cibercafés. El primero de ellos apareció en la ciudad de San Francisco en 1991 con la idea de crear una red que conectara al usuario con otros usuarios a través de los videojuegos.

Imagen 5: Captura del videojuego StarCraft



Fuente: <https://www.engadget.com/2017/03/26/starcraft-remastered/>

La rivalidad con el arcade era real. Los cibercafés ofrecían conexión a Internet y juegos gratuitos a un precio la hora donde te garantizaban un tiempo pleno de juego, a diferencia de los salones recreativos.

La industria del videojuego entrevió el potencial de los ordenadores y empezó a surgir lo que se conoce ahora como la portabilidad, es decir, adaptar juegos de otras plataformas (consolas) al ordenador.

A mediados de los 90, ID Software popularizó el género FPS (First Person Shooter) gracias a juegos como Wolfenstein 3D (1992) o Quake (1996) igual que lo hice Street Fighter 2 años atrás.

El género FPS se basa en que el jugador observa el mundo desde la perspectiva del personaje

principal donde predomina el entorno bélico en que las armas son los objetos usados. Esto hace que el consumidor sienta en su piel o pueda ponerse en el lugar del protagonista.

Imagen 6: Captura del videojuego Wolfenstein 3D



Fuente: <https://www.3djuegos.com/juegos/analisis/5388/0/wolfenstein-3d/>

La diferencia fue que el uso de Internet permitía a los jugadores competir entre sí sin estar físicamente uno al lado del otro y en distintas partes del mundo.

Gracias a ello, surgieron los primeros juegos online, donde contaban con millones de jugadores simultáneos. Esto dio a las empresas un beneficio anteriormente no previsto por lo que fueron las propias organizaciones quienes apostaron por la innovación en el diseño de los videojuegos.

Golden Eye 007 (1997), fue el primer juego que marcó un antes y un después en los FPS. El videojuego creado por Nintendo se situaba en el mundo del espía 007.

El jugador debía hacer una serie de misiones para acabar el juego igual que en la película del mismo nombre. La particularidad de este videojuego es que en el modo multijugador disponías de modos de juegos no vistos hasta la fecha como capturar una bandera o defender una zona de oleadas de enemigos.

Esto permitió que surgieran los juegos por equipo simultáneos, es decir, los primeros grupos de

jugadores que jugaban y entrenaban juntos en tiempo real para lograr una meta en común, normalmente la victoria sobre otro equipo enemigo.

Imagen 7: Captura del juego Golden Eye 007



Fuente: <http://www.alfabetajuega.com/noticia/nintendo-propuso-un-final-muy-diferente-para-goldeneye-007-d-118128>

Con la inyección monetaria en la industria del videojuego, empezaron a surgir otros tipos de juegos de tipo puzzle o de RPG (Role Playing Game).

Los juegos RPG consistían en la creación y personalización de un personaje a gusto del jugador que se desarrollaba en un sistema de niveles y habilidades. Al verse reflejado en un avatar, hacía que el consumidor se encariñara con su personaje ya que era único y además podía disfrutar de una sensación de progresión a tiempo real.

La variación de estilos en los videojuegos desató un furor entre los consumidores ya que permitía al usuario escoger entre una gran variedad de géneros de videojuegos para lograr el entretenimiento inmediato deseado.

Incluso empezaron a surgir videojuegos educativos como The Oregon Trail o Dino Park Tycoon por parte de la MECC (Minnesota Educational Computing Consortium).

Según Borowy (2012:2262), toda esta innovación en los géneros de videojuegos impulsó a los jugadores de Pc a buscar nuevas formas de no sólo jugar a otros juegos, sino de jugar con gente y socializar.

Gracias al impulso de la socialización en los videojuegos, las Lan Parties hicieron su aparición. Consistían en reunirse en lugares donde se conectan los ordenadores en LAN (Local Area Network) para poder jugar entre ellos de manera centralizada. Normalmente estas veladas tenían lugares en casas privadas con carácter amistoso, pero de una forma casi viral, se empezaron a organizar numerosos grupos para jugar a gran escala en recintos privados donde se organizaban torneos y competiciones con grandes premios en metálico.

Imagen 8: Ejemplo de Lan Party



Fuente: <https://www.joukkila.net/?event=lan-party-kerhis-v-1-0-13-3&lang=en>

2.3 Los videojuegos y la narrativa transmedia

No podemos hablar de videojuegos sin detenernos en la narrativa transmedia. La narrativa transmedia es un tipo de relato donde la historia se desarrolla a través de diferentes medios y plataformas de comunicación donde el usuario tiene un rol activo en el proceso de expansión. Para lograr este objetivo debe seducir al espectador a través de diferentes historias entrelazadas en diferentes plataformas con un puente de conexión que sirva, finalmente, para crear un mundo.

Lo interesante de esto es que cada experiencia en diferentes plataformas es única, pero a la vez entrelazan o dan información sobre un mundo. En términos de videojuegos la historia sobre un mundo ficticio se denomina *lore*.

Previamente ya hubo un contacto con la transmedia pero era algo que no estaba muy claro. En los años 70/80 ya se entreveía lo que era la narrativa transmedia a través de diferentes visiones o críticas de un producto. Cuando la normalización de Internet llegó en los años 90, los creadores de contenidos empezaron a contar historias en diferentes plataformas como entretenimiento para el público por lo que se crearon los ARGs. Los ARGs son juegos a tiempo real (tipo rol) y con una gran cantidad de consumidores en los que los jugadores deben resolver problemas ficticios para avanzar en la historia o descubrir pistas sobre la misma. Este término fue finalmente acuñado en 2001 en una campaña de marketing para describir *The Beast* para la película Inteligencia Artificial.

Un buen ejemplo de narrativa transmedia sería la saga Pokémon. El universo en sí se expande a través de juegos de cartas, películas, videojuegos, series, cómics, figuras, merchandising... todo ello hace que el espectador conozca y se sumerja en su mundo.

Según Jenkins (2003) en la forma ideal de narración transmedia, para que una historia sea presentada en película, televisión, novelas y cómics y su mundo sea explorado y experimentado a través del juego, cada plataforma debe ser autónoma para permitir el consumo individual, es decir que, aunque no hayamos visto ese mundo en otras plataformas, lo entendamos consumiendo solo una.

Cabe destacar que incluso dentro de los propios videojuegos podemos encontrar diferentes plataformas de la narración transmedia. Un ejemplo práctico sería en el universo de la saga del videojuego Bioshock en el que dentro del juego podemos encontrar pistas de lo que ha ocurrido en el mundo a través de videos, fotos, minijuegos, audios, etc. Cada pista nos habla sobre algo en concreto, una minihistoria que, si finalmente las vamos enlazando, nos relata todo lo ocurrido en el mundo.

2.4 Establecimiento de las competiciones

El videojuego más relevante para dar paso a la competición profesional que conocemos a día de hoy fue [Counter-Strike](#) lanzado en 1999 por dos estudiantes de la Universidad Simon Fraser y Virginia Tech. El juego surgió gracias a la modificación que permitían hacer los ordenadores a los videojuegos establecidos. En principio, Counter-Strike era un mod (modificación) del popular juego [Half Life](#) (1998,) en el cual dos equipos formados por terroristas y antiterroristas competían entre

ellos para ver quién mataba a quién. Este mod tuvo tanto éxito que Sierra, la empresa que desarrolló Half Life contrataron a los desarrolladores de Counter-Strike y crearon un juego propio. Actualmente CS es uno de los pilares básicos de la industria de los e-Sports mundial.

Imagen 9: Captura del juego Counter Strike



Fuente: <https://www.gamespot.com/reviews/counter-strike-condition-zero/1900-6092063/>

A partir de ese momento se empezaron a consolidar las primeras ligas profesionales de videojuegos.

Los jugadores comenzaron a interesarse en crear estructuras organizadas con una finalidad competitiva, por lo que empresas y corporaciones empezaron a crear las primeras ligas profesionales. En 1997 se fundó la [Liga Profesional de Cyberatletas](#) en Dallas, Texas, por Ángel Muñoz. La propia liga consistía en doce jugadores que competían en dos rondas (ida y vuelta) donde cada victoria otorgaba un punto. Al final de las dos vueltas, el que tuviera más puntos se consideraba ganador. El premio eran 4.000 dólares que ganó el estadounidense Tom “gollum” Dawson con el juego Quake.

La liga siguió su curso hasta 2005, donde se acabó de establecer gracias a once eventos que tuvieron lugar en las ciudades más turísticas del mundo como Barcelona, Río de Janeiro o Nueva

York donde se disputó la final televisada por la [MTV](#). En 2006 se crearon subdivisiones en China, Corea del Sur y Australia. Finalmente, en 2013 tuvo lugar el último torneo antes de disolverse la compañía.

Ralf Reichert, empresario alemán, fundó en 1997 la Deutsche Clanliga que fue renombrada a [ESL](#) (Electronic Sports League), la primera gran liga y más antigua de e-Sports a nivel internacional que sigue hoy en día en funcionamiento.

El formato de la liga consiste en unas rondas clasificatorias entre los equipos participantes que derivan en una gran final mundial con un premio en metálico que varía dependiendo el año en que se celebre.

En el 2000, Corea del Sur formó los [World Cyber Games](#) respaldado por el Ministerio de Cultura y Turismo de Corea del Sur donde se repartieron más de 20.000 dólares en premios. Los torneos organizados se mantuvieron anualmente hasta el año 2014 en el que cesó su actividad.

En 2002 se creó una de las ligas más mediáticas de la historia que sigue siendo televisada hoy en día (como cualquier otro deporte “no electrónico”), la [Major League Gaming](#) en Nueva York por Di Giovani y Sepso.

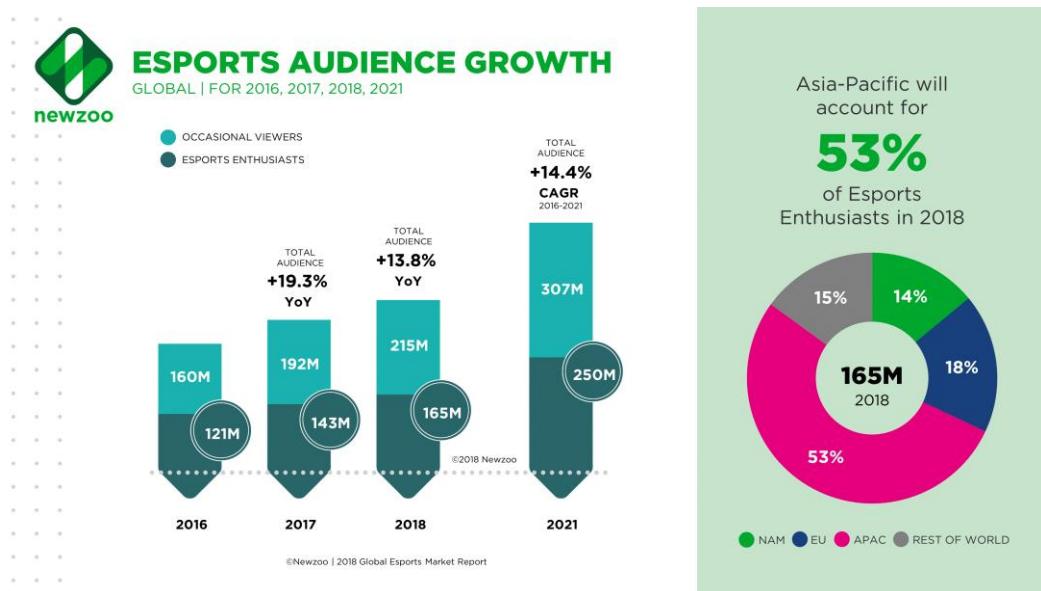
A raíz de las distintas ligas y demandas por parte de los consumidores de contenidos de videojuegos, en 2014 se inauguró la MLGtv Arena, un recinto dedicado a la competición de e-Sports de 1.300 m². Actualmente sigue vigente y proporciona torneos y ligas que pueden verse en directo desde el mismo estadio.

Gracias a estas bases, se han asentado las bases para las ligas nacionales e internacionales de los e-Sports. Un ejemplo claro es la [LVP](#) (Liga de Videojuegos Profesional), una competición nacional española de e-Sports en forma de ligas y torneos con suculentos premios en metálico que se realiza de forma continuada durante todo el año. Los juegos más tratados en el mundo de los e-Sports son aquellos con una base competitiva sólida, es decir, aquellos que la habilidad individual y en equipo es lo que refleja la victoria o derrota. Esto es así porque algunos videojuegos que pueden llegar a ser competitivos tienen la suerte como factor determinante de victoria, por ejemplo, [Hearthstone](#), un juego de cartas desarrollado por [Blizzard](#).

2.5 El crecimiento de los e-Sports

Los e-Sports han experimentado un crecimiento en el sector del entretenimiento como ha revelado el estudio realizado por NewZoo(2018) sobre [el mercado global de e-Sports en 2018](#). I número de consumidores de los e-Sports ha ido creciendo año tras año hasta alcanzar los 165 millones al acabar el año e incluso llegar a los 250 millones en 2021.

Imagen 10: Crecimiento de la audiencia en los e-Sports



Fuente: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>

El estudio hace una diferenciación entre los espectadores “entusiastas”, que son los que siguen los eventos (azul oscuro), y los ocasionales, aquellos que ven eventos de vez en cuando (azul claro). Según el estudio de NewZoo (2018), la audiencia en las poblaciones en crecimiento como India, sudeste asiático, Medio Oriente y África hace que la media baje un poquito. En la imagen no están incluidas las competencias de aficionados, sólo las profesionales.

Además, en el mismo estudio, podemos apreciar las cifras económicas y el impacto que han tenido en el mundo. Según el informe, durante 2018 la economía global de e-Sports crecerá a 905.6 millones de dólares con 38 puntos de diferencia respecto a 2017.

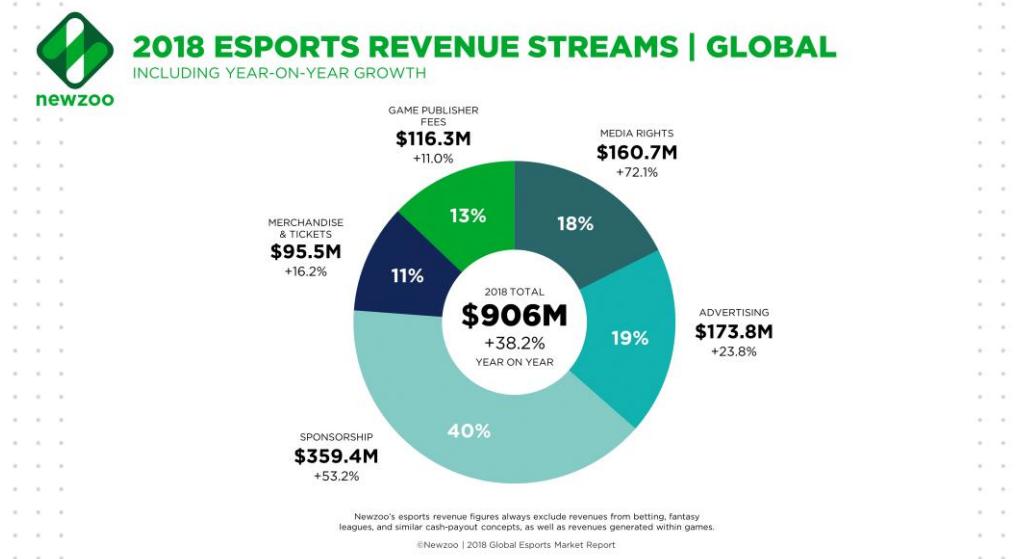
La mayoría de este dinero, el 77%, se generará directamente gracias a patrocinios y publicidad e

indirectamente por derechos de medios y licencias de contenido.

Las inversiones endémicas y no endémicas aumentarán en un 8% respecto al año pasado llegando a los 694 millones de dólares. Esto se divide en:

- Obtienen 174 millones por publicidad
- Obtienen 369 millones por patrocinio
- Obtienen 161 millones por derechos de medios y licencias

Imagen 11: Previsión del crecimiento económico de los e-Sports en 2018



Fuente: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>

Dentro del mismo informe podemos encontrar que, según el CEO de NewZoo, Peter Warman (2018:3), “como fenómeno de consumo, los deportes electrónicos continúan haciendo crecer su enorme base de apasionados en todo el mundo, están entrando en una nueva y crítica fase de madurez. Se han realizado grandes inversiones, lanzado nuevas estructuras, ensanchado los presupuestos y han alcanzado una corriente de ingresos continua. Los medios están empezando a cubrir eventos y la profesionalización de los jugadores es un hecho, al igual que la de los clubs. La rentabilidad de las organizaciones relacionadas con los deportes electrónicos es positiva.”

América del norte es el mayor mercado de e-Sports en 2018 con ingresos de hasta 345 millones de dólares. En 2021 se llegará al crecimiento de 656 millones con lo que los patrocinios e

infraestructuras de la industria se acabarán de reforzar y se establecerán definitivamente.

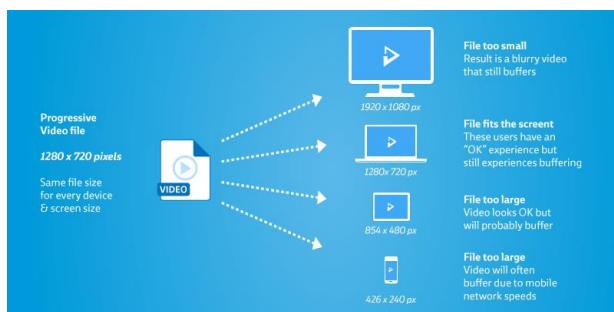
Detrás de Norteamérica, los europeos son los que más ingresan en deportes electrónicos con 169 millones en 2018. Europa se caracteriza por ecosistemas de e-Sports localizados que operan en base a torneos y ligas regionales muy populares. Como ejemplo tenemos la ESWC de Francia, la Gfinity de Inglaterra o la LVP de España.

China es la siguiente en la lista con un total de 164 millones de dólares en ingresos este año. Destaca sobre todo por la popularidad de todo tipo de videojuegos, incluso los menos vendidos o jugados.

2.6 Los e-Sports y el *streaming*

Además del desarrollo de la industria de los videojuegos gracias al ordenador e Internet para jugar masivamente en línea desde casa, el éxito actual de los e-Sports hubiera sido posible sin la retransmisión en directo en formato vídeo por Internet conocido como *streaming*.

Imagen 12: Funcionamiento del *buffering*



Fuente: <https://bitmovin.com/adaptive-streaming/>

El *streaming* es la transmisión en directo de contenido multimedia a través de Internet. Antes de que la primera retransmisión por Internet apareciera, el contenido multimedia en Internet necesitaba descargarse para ser consumido. RealAudio fue el primer formato creado por RealNetworks Inc. que hizo posible el *streaming* en abril de 1995. La plataforma consistía en que, gracias a la descarga del vídeo en pequeños paquetes, el usuario podía estar directamente conectado a lo que quería consumir. Cada paquete se va reproduciendo mientras que el siguiente se recibe que va a la cola de reproducción y reproduciéndose inmediatamente después de que acabe el anterior haciendo que la sensación de tiempo real sea precisa. Esto es lo que se conoce

como *buffering*.

Todo ello se combina con que la tecnología de RealAudio se adapta automáticamente a la velocidad de Internet que tenga el consumidor por lo que bajando la calidad de lo que se consume, se logra el resultado deseado.

Esta tecnología es la que se usa actualmente para las retransmisiones en *streaming* por lo que ya van por la versión 10.0.

En el mundo de los e-Sports, el *streaming* juega un papel fundamental en su difusión. Todo tipo de personas y empresas pueden hacer uso y disfrute de este tipo de servicios para así, experimentar en primera persona cómo juegan los profesionales (o gente de a pie) para aprender o satisfacer el propio entretenimiento.

González, M. (2015) recopila algunos de los datos más relevantes relacionados con el *streaming* y los e-Sports:

- El evento realizado por el ESL llamado One Tournament consiguió más de 27 millones de espectadores en total. La final de Counter-Strike fue la más vista con hasta 1,3 millones de espectadores simultáneos en la plataforma de *streaming* [Twitch](#).
- La final del mundial de League of Legends en 2013 tuvo un total de 32 millones de espectadores con picos de hasta 8,5 millones de *viewers* simultáneos en diferentes plataformas.
- Cada año se celebra el E3, la conferencia sobre las novedades en el mundo de los videojuegos más importante del mundo. Durante el E3 del año pasado, 21 millones de personas fueron testigos a través de las plataformas *streaming* del evento en tiempo real.

Lo que está claro es que el impacto de Internet en los hogares ha supuesto un antes y un después en el uso y consumo de los videojuegos. Podemos decir que ha tenido un gran índice de penetración en los hogares gracias, en gran medida a los *smartphones*.

2.7 Historia del teléfono móvil

Como casi cualquier invención tecnológica, la tecnología móvil tenía fines bélicos. En la Segunda Guerra Mundial, la necesidad de comunicación a distancia era imperativa por lo que Motorola creó un equipo militar denominado Handie talkie H12-16, para la comunicación a través de ondas de radio de baja frecuencia. El salto al uso civil se realizó a finales de los 40 con los sistemas de radio analógicos.

En 1955, [Ericsson](#) sacó al mercado el Mobile Telephone System que consistía en un aparato móvil de 40 kilogramos que se instalaba en los coches. No cosechó demasiado éxito debido al premio del mismo.

El primer móvil convencional surgió en 1983 de mano de [Motorola](#) tras quince años de investigación y más de 100 millones de dólares invertidos. Estamos hablando del Motorola Dynatac 8000x, con el que se realizó la primera llamada. Era un aparato de 800 gramos con 9 teclas, tipo teléfono fijo, con la peculiaridad que no necesitaba cables y ofrecía una hora de autonomía. Salió al mercado por 4.000 dólares la unidad, teniendo un éxito de 300.000 ventas el primer año.

La carrera por la miniaturización del dispositivo móvil era un imperativo y las demás empresas de telefonía móvil que fueron surgiendo se dedicaban en cuerpo y alma a ello. El 1994, [Nokia](#) sacó al mercado el Mobira Talkman, un dispositivo un poco más pequeño que el Dynatac 8000x que costaba 4.500 euros. No tuvo demasiado éxito.

Imagen 13: Motorola Dynatac 8000x



Fuente: <https://www.xataka.com.mx/celulares-y-smartphones/motorola-dynatac-8000x-bienvenidos-a-1984>

Motorola siguió innovando y puliendo su modelo del primer teléfono móvil de la historia hasta convertirlo en el StarTAC en 1996.

Este modelo de móvil tenía forma de concha ya que se podía doblar por la mitad y tenía una tapa que hacía más pequeño el modelo y accesible el transporte, además que ya cabía en los bolsillos de los usuarios.

Imagen 14: Motorola StarTAC



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Motorola_StarTAC

En 1997 se lanzó el que se conocería como el primer *smartphone* de la historia, el Nokia 9000i Communicator. Tenía la capacidad de abrirse para dejar al descubierto un teclado QWERTY con una pantalla LCD.

También podía usarse como PDA, enviar o recibir faxes, mensajes de texto, correos electrónicos y lo más importante, tener acceso Web.

Dos años más tarde, Nokia lanzó el primer móvil con juegos incluidos, tapas personalizables y tonos de llamada customizados. La novedad de este teléfono hizo que se vendieran más de 150 millones de unidades.

El primer juego en un móvil fue el [Snake](#) que consistía en una serpiente pixelada en 8bits que debía comer frutas para hacerse más larga hasta ocupar toda la pantalla. El juego se acababa si te chocabas con los límites de la pantalla o tu propio cuerpo.

Podemos afirmar que Nokia tenía el monopolio de la tecnología móvil por lo que reinaron en el mercado hasta 2004 sin casi competencia. La novedad vendría ese mismo año a manos de

Motorola con su modelo Raz V3 que innovó el concepto y le dio otra vuelta de tuerca.

Fabricó un modelo muy ligero, delgado y pequeño con un teclado sin relieve, capacidades multimedia (a color) y con una cámara.

Imagen 15: Juego Snake ejecutándose en un Nokia



Fuente: <https://www.tumblr.com/search/nokia%20snake>

La variedad de juegos de este nuevo modelo era notoria, poseía juegos recreativos a todo color con un manejo muy exacto.

En este momento, los juegos para móvil no tenían mucho éxito por las consolas portátiles como la [Game Boy](#) que se actualizaban cada pocos años y era lo que se utilizaba para jugar dentro o fuera de casa.

Aquí entra en juego la que es conocida como la empresa más innovadora de la tecnología móvil, [Apple](#) con el sistema operativo iOs.

La primera generación de iPhone se lanzó en 2007 en exclusiva para Estados Unidos. La novedad era que el teclado desaparecía para dejar paso a una pantalla multifuncional táctil con una cámara de 2 megapíxeles y un reproductor de música de calidad. Además, poseía la capacidad de conexión a Internet a través de Wi-Fi. En junio de ese mismo año, tuvo su lanzamiento mundial.

El primer iPhone es lo que conocemos en la época actual como un *smartphone* de “última generación”. Los teléfonos de hoy en día mantienen las mismas características que el iPhone de entonces, sólo que con más potencia.

Imagen 16: Iphone



Fuente: <https://www.apple.com/es/shop/product/HC804ZM/B/protector-de-pantalla-antirreflejos-de-belkin-para-el-iphone-5-paquete-con-1-unidad>

La calidad del móvil permitía a los usuarios jugar a juegos mucho más desarrollados, gracias a la tecnología Wi-fi, podían jugar de modo masivo como se hacía con el ordenador, por lo que aquí empezaron a surgir los primeros juegos con mentalidad competitiva.

Ese año quedó claro Apple no tenía una competencia directa pero, el gigante de Internet, Google, no estaba dispuesto a dejarlo pasar por lo que creó Android, el sistema operativo para móviles alternativo a iOS. Para que Android tuviera éxito, Google se lo ofreció a los distintos fabricantes de móviles libre de royalties por lo que surgieron innumerables interfaces personalizables convirtiéndose así en la competencia directa.

La evolución en los dispositivos móviles ha seguido su curso hasta el día de hoy. Los videojuegos móviles no han perdido su curso y también han experimentado un cambio importante, han pasado de ser un mero entretenimiento a tener una competitividad casi extrema ya que todos los juegos en línea móviles tienen un sistema de puntuación global diseñado para la superación de récords.

2.8 El rol de los móviles en los e-Sports

Según la 20^a Encuesta Anual de Navegantes en la Red (2018), el dispositivo con mayor acceso a Internet es el teléfono móvil con un 92,1% seguido del ordenador portátil con un 77,5%. Además, también el móvil es el dispositivo principal de acceso a Internet con un 36,9% superando incluso a los ordenadores tanto de sobremesa (30,6%) como a los portátiles (26,6%).

Como podemos apreciar, las consolas son las últimas clasificadas en los dispositivos de acceso a Internet y no son los dispositivos principales con acceso a Internet por lo que su “era” podríamos decir que ha pasado.

Hace 15 años era impensable que un usuario medio pudiera disfrutar de contenido sobre videojuegos desde casa a través de cualquier plataforma que no fuera la televisión, en alta definición, en directo y gratuito. Gracias a la expansión de las nuevas tecnologías telefónicas móviles, podemos visualizar directos desde cualquier sitio.

La principal plataforma para ello es Twitch (2015) que, según ellos, el 35% de las visualizaciones se hacen a través de los usuarios de móvil.

Según el informe sobre el impacto de los móviles en los e-Sports realizado por NewZoo (2018:7), la escena de la competitividad se verá aumentada significativamente en la plataforma móvil incluso alcanzado cifras parecidas o superiores a los e-Sports jugados en ordenador a lo que el CEO de NewZoo, Peter Warman (2018:8) añade que “los e-Sports de móviles siguen una estructura similar a la de Pc donde los juegos con mayor seguimiento se juegan en estadios para el deleite de mucha gente”.

En el mismo informe, Jelle Koolstra (2018:6), jefe de analistas de NewZoo, afirma que el éxito de los juegos competitivos en los móviles hará que lleguen a otro nivel donde el entretenimiento se condense y explote en la palma de tu mano como nunca ha pasado.

Como podemos apreciar en la imagen siguiente, tenemos los billones de dólares que han

cosechado los e-Sports desde 2015 hasta un pronosticado 2020 separados por plataformas.

Imagen 17: Evolución del crecimiento económico del mercado de los videojuegos



Fuente: <https://newzoo.com/insights/articles/new-gaming-boom-newzoo-ups-its-2017-global-games-market-estimate-to-116-0bn-growing-to-143-5bn-in-2020/>

Desde 2015 los juegos móviles fueron ido ganando terreno hasta que finalmente, en 2017 superó a otras plataformas como principal fuente de ingresos. Vemos que durante los años venideros el crecimiento no disminuirá y se hará más notoria la diferencia.

Este crecimiento no disminuirá hasta, por lo menos, 2020. Podemos ver que este 2018 se llegará a ingresar 134 billones de dólares, lo que supone un crecimiento de 9 billones respecto al año anterior. Es más, si comparamos 2018 con 2019 vemos que el pronóstico de crecimiento seguirá subiendo otros 9 billones, y pasa lo mismo de 2019 a 2020.

Esto quiere decir que hay una subida progresiva en cuanto a ingresos bastante estable de 9 billones cada año hasta, por lo menos, 2020.

En la siguiente imagen vemos los juegos con más ingresos en iOS divididos en regiones, América y

Europa. Podemos apreciar que en ambas regiones el juego con más beneficios es el [Candy Crush Saga](#) pesar de que no es un juego de ámbito competitivo.

Imagen 18: Los 10 juegos más rentables de diciembre de 2017



Fuente: *Global Esports Market Report 2017*

En América el segundo juego más rentable es el [ROBLOX](#), tampoco presente en la escena competitiva mientras que el segundo con más ingresos es el [Clash Royale](#) de [Supercell](#) el cual está en tercera posición en Europa.

Cabe destacar que en quinta posición en América y en la cuarta de Europa se encuentra [Clash of Clans](#), otro juego de la empresa creadora de Clash Royale.

2.9 Supercell

Ya que este Trabajo de Final de Grado va a tener como objeto de estudio el juego de móvil Clash Royale desarrollado por Supercell, vamos a conocer más sobre su empresa desarrolladora.

Hemos escogido este juego de la compañía Supercell porque es el que más relevancia económica tiene y además el más consumido. También somos usuarios a nivel jugador del juego por lo que el conocimiento del mismo es materia de interés.

Hemos de añadir que también tengo un interés profesional, ya que mi trabajo está relacionado con Clash Royale al crear contenido sobre el juego en una web especializada.

La curiosidad también es un factor a tener en cuenta ya que todo el movimiento arcade, de

consolas portátiles y de Pc lo conocía de antemano en menor medida, pero la importancia del teléfono móvil no sabía hasta qué punto era relevante por lo que me parece que Clash Royale ha sido uno de los juegos determinantes para saciar mi curiosidad.

Para acabar queremos relacionar mi curiosidad con los juegos de móvil y mi pasión personal por los e-Sports y he de decir que Clash Royale está en ambos mundos al ser un videojuego de móvil considerado e-Sport competitivo.

Supercell es un desarrollador de juegos móviles con sede en Helsinki, Finlandia, con oficinas en San Francisco, Tokio, Seúl y Shanghai. Sus juegos están disponibles para tabletas y teléfonos inteligentes usando iOS de Apple y los sistemas operativos Android de Google. Desde su fundación en 2010, Supercell ha traído cuatro juegos al mercado: [Hay Day](#), Clash of Clans, [Boom Beach](#) y Clash Royale.

La empresa Supercell se fundó en mayo de 2010 en Nittykumpu en Espoo, Finlandia. La financiación inicial de la empresa vino a manos de los fundadores de la misma que invirtieron sus ahorros en la compañía. También fue necesario el préstamo económico de parte de Tekes, una agencia pública nacional finlandesa que se encarga de la promoción y la financiación de nuevas empresas.

Imagen 19: Primera oficina de alquiler de Supercell



Fuente: <http://supercell.com/en/our-story/>

Allá por 2011, Supercell desarrolló su primer videojuego llamado [Gunshine](#) que acabó por cerrarse el 30 de noviembre de 2012. Consistía en un juego de MMORPG (juego de rol en línea multijugador masivo) en tiempo real. La idea del proyecto de la empresa era lanzar productos

multiplataforma (pc, tablet y dispositivo móvil) pero al no tener los recursos suficientes, lo lanzaron en versión de escritorio y Facebook construido a través de la plataforma Flash.

La beta privada de Gunshine se lanzó en febrero de 2011 para Pc y finalmente se amplió la portabilidad a tablet y móvil. El juego alcanzó la cifra de medio millón de jugadores mensuales. Gracias a su producto inicial, la empresa se dio cuenta de que ese tipo de juegos no satisfacían al consumidor por tres razones:

- Los jugadores se aburrían
- Si no conocías el tipo de juego previamente, era muy difícil dominarlo
- Las versiones portátiles (tablet y móvil) no daban los resultados esperados

La conclusión fue que los juegos en plataforma portátil debían satisfacer un ansia de entretenimiento inmediato y un MMORPG no cumplía la expectativa al necesitar un recorrido muy largo de tiempo para alcanzar grandes metas o la finalización del juego mismo.

Imagen 20: Captura de pantalla de Gunshine



Fuente: <https://www.mmobomb.com/review/gunshine>

En ese momento, Supercell decidió que los juegos que sacasen al mercado deberían ser para jugadores casuales, aquellos que no tienen demasiado tiempo para jugar.

Además, en una reunión estratégica que se produjo a mediados de 2011, todos los integrantes de

la empresa acordaron unánimemente que sólo producirían juegos para móvil o tablet.

Llegado el momento, la idea de la empresa para lanzar juegos multiplataforma llegó a su fin y se centraron en acabar con todos los proyectos iniciados para web y Facebook para cambiar el lema a “juegos portátiles primero”. Más adelante lo modificaron a “la tecnología móvil primero” para centrarse en los teléfonos inteligentes que estaban en auge.

En aquel momento, la empresa estaba desarrollando un videojuego muy ambicioso para PC llamado Magic con el que llevaban seis meses trabajando día y noche, aunque tuvieron que finalizarlo por la decisión tomada anteriormente.

El equipo de cinco personas dedicada a este último videojuego fue el encargado de desarrollar el conocido Clash of Clans que mantuvo el nombre de Magic hasta justo antes de su lanzamiento.

Imagen 21: Captura de pantalla de Clash of Clans



Fuente: <http://juegosdeandroidparapc.com/clash-of-clans-para-pc/>

Al inicio de 2012, Supercell tenía cinco equipos pequeños trabajando en nuevos proyectos para móviles y tablets. Finalmente, consiguieron sacar su primer juego para móviles llamado [Pets vs. Orcs](#) (Mascotas contra Orcos) en febrero del mismo año. De la misma forma, acabaron con otro juego con el que estaban trabajando llamado Torre.

Imagen 22: Captura de pantalla de Pets vs Orcs



Fuente: <https://appadvice.com/appnn/2012/02/dont-underestimate-the-cuddly-creatures-in-pets-vs-orcs>

Su siguiente juego fue Hay Day, que sigue activo hoy como uno de los juegos de simulación de agricultura más jugado de todos los tiempos y el número uno en Play Store.

Imagen 23: Captura de pantalla de Hay Day



Fuente: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.supercell.hayday&hl=es>

Gracias a este último juego, la empresa se enfocó en mejorar la interfaz de usuario de sus proyectos y el deslizamiento, trayendo una nueva tecnología a las pantallas móviles. Además, se dieron cuenta de la dirección final de la empresa y de sus proyectos para otorgar a los usuarios una diversión y beneficio juego-tiempo para que la progresión fuera real y satisfactoria.

Para que los beneficios siguieran creciendo, establecieron un método de compras integradas en el juego, es decir, todo el contenido establecido desde un principio y en las actualizaciones se pueden conseguir jugando durante muchas horas, pero si pagas por ello, puedes completarlo en mucho menos tiempo.

Además, tienes la posibilidad de intercambiar dinero real por dinero virtual pero no viceversa.

Una vez establecidos los objetivos que hoy en día mantienen, finalizaron Clash of Clans y lo lanzaron al mercado en agosto de 2012. Tres meses después de su lanzamiento, se convirtió en el juego número uno con mayor recaudación en Estados Unidos.

Con un capital importante, decidieron invertir en un nuevo motor gráfico para dispositivos portátiles y crear Battle Buddies, un juego de disparos táctico, aunque finalmente no tuvo el apoyo de los jugadores en la fase beta para que saliera adelante.

Imagen 24: Captura de pantalla de Battle Buddies



Fuente: <http://forums.toucharcade.com/showthread.php?t=116851>

A principios de 2013, Supercell se movió a las oficinas centrales situadas en Helsinki donde están establecidos actualmente. Gracias a las recaudaciones de los anteriores proyectos lanzados al mercado, decidieron abrir oficinas en las principales ciudades donde el boom de los juegos móviles en desarrollo era mayor: Tokyo, Seúl y San Francisco.

Su siguiente éxito fue a raíz de Boom Beach, un juego de estrategia real de supervivencia en una isla remota en modo cooperativo.

La empresa se dedicó casi en exclusivo excepto un pequeño equipo de desarrolladores a la actualización y mantenimiento de Clash of Clans, Boom Beach y Hay Day, hasta que decidieron dar un paso más en la industria de los videojuegos portátiles y desarrollar Clash Royale.

La empresa se dedicó casi en exclusivo excepto un pequeño equipo de desarrolladores a la actualización y mantenimiento de Clash of Clans, Boom Beach y Hay Day, hasta que decidieron dar un paso más en la industria de los videojuegos portátiles y desarrollar Clash Royale.

La empresa se dedicó casi en exclusivo excepto un pequeño equipo de desarrolladores a la actualización y mantenimiento de Clash of Clans, Boom Beach y Hay Day, hasta que decidieron dar un paso más en la industria de los videojuegos portátiles y desarrollar Clash Royale.

Imagen 25: Captura de pantalla de Boom Beach



Fuente: <https://apkpure.com/es/boom-beach/com.supercell.boombeach>

2.10 Clash Royale

Al ser este videojuego de móvil mi objeto de estudio, vamos a conocer todo lo que le rodea desde que se lanzó hasta hoy.

La fase Beta del videojuego fue lanzada el 4 de enero de 2016 en países como Canadá, Hong Kong, Australia, Suecia, Noruega, Dinamarca, Islandia, Finalndia y Nueva Zelanda para iOS en exclusividad. En febrero de ese mismo año, también se amplió la portabilidad a Android en la mayoría de países. El lanzamiento oficial del proyecto a nivel mundial se realizó el 3 de marzo de 2016 cuando se convirtió en unos de los juegos con más recepción y aceptación por parte de los usuarios de la historia en plataformas portátiles.

Actualmente cuenta con una puntuación de 4.5 sobre 5 en la Play Store (centro de aplicaciones para Android).

Imagen 26: Banner de presentación de Clash Royale



Fuente: <https://clashroyale.com/es>

2.10.1 Descripción

Clash Royale es un juego que entra dentro de la categoría *tower defense* (Defensa de torres). El *tower defense* se caracteriza por la defensa de puntos estratégico en el mapa, en este caso, las torres, explicadas más adelante.

También se considera un juego de estrategia en tiempo real ya que no se juega por turnos y la acción que crea el jugador se desarrolla de inmediato.

Es un juego de colección y evolución, conocido como *idle*. Es decir, trata sobre colecionar *cartas* e ir subiéndolas de nivel para que se vuelvan más poderosas.

Además, es un videojuego masivo en línea ya que juegas contra otros jugadores de cualquier parte del mundo.

2.10.2 Jugabilidad

El objetivo del juego es derribar las *torres* del oponente. Las partidas pueden ser de uno contra uno o de dos contra dos. El terreno de juego llamado *arena*, está dividido en dos mitades, en la inferior están tus dos *torres de la princesa* (situadas a derecha e izquierda) y la *torre del rey* (la del centro); en la parte superior de la *arena* se sitúan de igual manera las *torres de la princesa* y del *rey* enemiga. El campo se divide en otras dos partes a la derecha y a la izquierda otorgando dos carriles por lo que se puede atacar/defender. El objetivo final del juego es derribar cuantas más *torres* mejor en un límite de tiempo establecido de tres minutos, en caso de estar empatados se prolongaría durante dos minutos más buscando el desempate.

Cada vez que un jugador destruye una *torre de la princesa* enemiga, consigue una *corona* que es equivalente a un punto. Si la *torre del rey* se destruye, el jugador gana inmediatamente y consigue tres *coronas*. Si el tiempo ha finalizado, gana el jugador con más *coronas*, en caso de empate, el tiempo extra entra en juego y gana el jugador que derribe primero una *torre*. Si en todo ese tiempo extra nadie ha logrado derribar una *torre*, ambos jugadores empatarán y no recibirán bonificaciones. ([Ejemplo de juego](#))

Todo ello se desarrolla gracias a la pantalla táctil que tienen los *smartphones* ya que al hacer click con tu dedo sobre una *carta* y arrastrarla a la *arena*, se desarrolla una acción.

El juego cuenta con un sistema clasificatorio de *coronas*, contra más *coronas* tienes, más lejos llegas. Esto puede extrapolarse a cualquier liga de cualquier otro deporte, cuantas más *coronas* posees, más alta es la división en la que juegas, que están divididas en 13 tipos de *arena* y 9 *ligas* que explicaremos más adelante.

Por cada partida que ganas, recibes *monedas* que sirven para comprar *cartas* en la *tienda*, *coronas* y un *cofre*. Por cada partida que pierdes, te descuentan un número determinado de

coronas dependiendo de la arena en la que estés.

Imagen 27: Captura de pantalla de la arena de Clash Royale



Fuente: <http://www.darkergames.es/2016/05/repaso-clash-royale-lo-que-necesitas.html>

Al principio de cada partida, el jugador cuenta con las tres *torres* intactas, ocho *cartas* elegidas previamente y una *barra de elixir* que se va llenando con el tiempo (2 segundo/*barra elixir*) con un máximo de 10 *elixires*. Cada *carta* consta de un nivel y una cantidad de *elixir* determinado, por lo que la estrategia y el dominio del tiempo es esencial en el juego para ganar. En caso de llegar al tiempo extra, ambos jugadores dispondrán de una regeneración de *elixir* el doble de corta, por lo que la partida se acelera buscando un ganador.

Cada vez que una *tropa/carta* avanza por un carril y llega a rango (alcance) de las *torres*, éstas le atacarán para evitar que avance haciendo un daño mínimo.

Las *tropas* nacen de las *cartas*, es decir, una *carta* equivale a una *tropa* y cada *tropa* tiene una característica distinta. El juego está pensado para ser colecciónable, es decir, contra más *cartas* tienes, más *mazos* puedes crear para vencer al enemigo al cambiar la estrategia.

A la vez, estas *cartas* pueden ser subidas de nivel, cuando acumulas un número determinado de *cartas*, por una cantidad de *oro* puedes subir esa *carta* de nivel por lo que la *tropa* tendrá más vida y más daño. Todas las *cartas* tienen un tope de nivel por lo que llegará un momento que no podrán ser mejoradas.

2.10.3 Cartas

Hay diferentes tipos de *cartas*¹ con diferente coste y efecto. Todas ellas se obtienen de los *cofres* que recibes al ganar una partida.

Las podemos dividir en:

- *Comunes*: Pueden alcanzar el nivel 13
- *Especiales*: Pueden alcanzar el nivel 11
- *Épicas*: Pueden alcanzar el nivel 8
- *Legendarias*: Pueden alcanzar el nivel 6

Imagen 28: Ejemplo de *cartas* de Clash Royale



Fuente: <http://trasgo.net/noticias-esports/clash-royale/clash-royale-permitira-elegir-tu-rotacion-inicial>

¹ Para ampliar información sobre las *cartas*, consulta [aquí](#)

Hay otra subdivisión de las mismas que se pueden clasificar en:

- *Hechizos*: Tienen un efecto inmediato
- *Tropas*: Se despliegan unidades
- *Estructuras*: Se crea una estructura defensiva

Empezaremos explicando en más detalle las *comunes*. Son aquellas *cartas* que resultan más fáciles de subir de nivel ya que es más común que aparezcan en todo tipo de *cofres*. Que sean *cartas comunes* no quiere decir que sean peores, simplemente tienen habilidades más básicas por lo que son el pilar central de la cualquier *baraja*. Hay 21 *cartas comunes* en total.

Las *cartas especiales* son un poco más complicadas de conseguir y de subir de nivel ya que nos ofrecen habilidades únicas y se combinan muy bien entre sí. Hay *cartas* dentro de este rango que destacan bastante por su poder y muchos mazos centrarán su condición de victoria en una sola *carta especial*. Hay 23 *cartas especiales*.

Las *épicas* son aquellas *cartas* que cuando entran en acción se vuelven muy poderosas. Tienen habilidades muy diferentes de las demás y son, por lo tanto, mucho más difíciles de obtener y de subir de nivel. También hay 23 *épicas*.

La mayoría de los mazos se centran en una *legendaria* y las demás *cartas* simplemente le hacen de apoyo. Es extremadamente complicado conseguir una *carta legendaria* ya que su porcentaje de conseguirla en un *cofre* es bajísimo. Las habilidades de las *cartas legendarias* son muy poderosas y requieren prestarles especial atención durante una partida. Hay 14 en total.

De todo modo tener todo *cartas legendarias* no significa poder crear combinaciones que te lleven a la victoria, al contrario, el balance entre todos los tipos de *cartas* es totalmente necesario para lograr unas estrategias de ataque y defensa que se adecúan a tu modo de juego y al del jugador contrario. Es importante tener esto en cuenta a la hora de colecciónar *cartas* ya que contra más tengas, más estrategias podrás formar.

2.10.4 Cofres

La importancia de los *cofres*² es de vital importancia ya que, además de la *tienda* y el *clan* que detallaremos más adelante, es una forma de conseguir *cartas* (y la más rápida).

Imagen 29: Ejemplos de *cofres* de Clash Royale



Fuente: <https://vandal.elespanol.com/guias/guia-clash-royale-trucos-y-consejos/ciclado-de-cofres>

Actualmente hay 20 *cofres* en total en el juego divididos en clases. Cada uno de ellos ofrece un número determinado de *cartas* y *oro*. Para conseguir uno de estos *cofres* tendremos que ganar partidas o comprarlos en la *tienda*.

Cada *cofre* tiene un tiempo de terminado de apertura, cada vez que obtiene uno, puedes desbloquearlo, pero tardará bastante tiempo. Puedes acelerar ese tiempo gastando *gemas*.

2.10.5 Tienda

La *tienda*³ es donde se pueden comprar diferentes objetos para acelerar la evolución de tus *cartas*, podemos obtener:

- *Cartas*: de manera aleatoria, cada día aparecerán ciertas *cartas* que podemos comprar. Contra más nivel de juego tengas, más cantidad de *cartas* tendrás. Cada día podemos obtener una *carta* gratis. Sólo las obtenemos con *oro*.

2 Para ampliar información sobre los *cofres*, consulta [aquí](#)

3 Para ampliar información sobre la *tienda*, consulta [aquí](#)

Imagen 30: Captura de pantalla de la tienda de Clash Royale



Fuente: <http://quebratudogames.blogspot.com.es/2016/05/clash-royale-fala-galera-nesse-post-vou.html>

- *Cofres*: Podemos obtener los *cofres relámpago*, de la *suerte* y del *rey*. Se compran con *gemas*.
- Paquetes de *gemas*: se obtiene una cantidad de *gemas* por dinero real.
- *Oro*: podemos conseguirlo a cambio de *gemas*.

La *tienda* también tiene ofertas especiales: cada vez que un jugador sube de *arena* por primera vez, por una cantidad de dinero real obtiene un botín mucho mayor por menos dinero.

2.10.6 Gemas

Las *gemas*⁴ son la moneda VIP de Clash Royale. Con las *gemas* que has obtenido, puedes comprar ciertos objetos en la *tienda* que no podrías conseguir de otro modo. Las *gemas* pueden obtenerse por medio de *logros* del juego (cada cierta tarea que completas, te dan pocas *gemas* de recompensa), abriendo *cofres* o adquiriéndolas con dinero real. Cada cantidad de dinero real que aportes al juego, variará el número de *gemas* que recibas.

En cada *cofre* puedes obtener de 2 a 4 *gemas* e incluso ninguna por lo que el método de microtransacción que tiene el juego, es básicamente para obtener *gemas* de un modo más rápido y progresar en mucho menos tiempo.

4 Para ampliar información sobre las *gemas*, consulta [aquí](#)

Las *gemas* sirven para:

- Acelerar el desbloqueo de los *cofres*. 1 *gema* por cada 10 minutos
- Comprar *cofres*
- Cuando no se tiene *oro* para mejorar una *carta*, pagar la diferencia con *gemas*

2.10.7 *Oro*

El *oro*⁵ es otro pilar fundamental del juego, con él se pueden comprar *cartas* en la *tienda* o mejorarlas. La cantidad de *oro* que tengas te limita el avance en el juego por lo que tener una buena cantidad te ofrece una ventaja considerable.

El *oro* se puede obtener:

- Donando *cartas* a miembros del *clan*
- Comprando *oro* a través de *gemas*
- Abriendo *cofres*

2.10.8 *Clanes*

Uno de los elementos principales del juego son los *clanes*⁶. Un *clan* es un grupo de personas que se juntan para realizar una tarea en común. Dentro del *clan* hay una jerarquía formada por *miembros*, *veteranos*, *colíderes* y un *líder*. Cada *clan* reparte las tareas de los miembros de la forma que mejor les convenga.

Al unirse a un *clan* podremos pedir *cartas* que nos falten y los demás miembros pueden donar sus *cartas*. También podemos ayudar a otros miembros donando *cartas* a cambio de experiencia, practicar combates sin penalización al perder y además ganar un *cofre* gratis cada semana (*cofre del clan*).

5 Para ampliar información sobre el *oro*, consulta [aquí](#)

6 Para ampliar información sobre los clanes, consulta [aquí](#)

Imagen 31: Ejemplo de Clan en Clash Royale



Fuente: <https://elandroidelibre.elespanol.com/2016/03/clash-royale-a-fondo.html>

2.10.9 Arenas

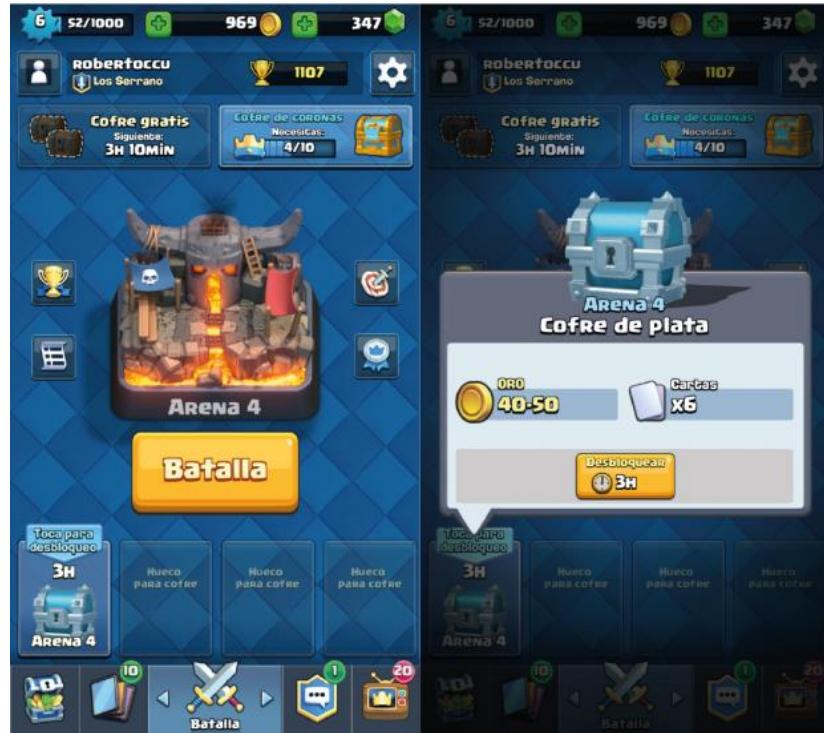
Al inicio del juego, todos los jugadores se sitúan dentro de una *arena*⁷ principal en la que, mediante victorias, consiguen las *cartas* disponibles de esa *arena*. Al instalar el juego, te sitúas en la *arena* de entrenamiento donde te dan tus primeras *cartas* básicas y te enseñan los conceptos principales del juego. Una vez has completado el tutorial, el jugador entra en la *arena* 1 con un contador de 0 *coronas*.

Cada vez que ganas una batalla obtienes un número variable de *coronas*, cuantas más *coronas* tengas, menos obtendrás. Lo mismo pasa cuando pierdes, al principio, el número de *coronas* que pierdes es ínfimo, pero aumenta contra más alto rango tienes.

Una vez has alcanzado un cupo determinado de *coronas*, subes de *arena*, con lo que se desbloquean nuevas *cartas*.

⁷ Para ampliar información sobre las arenas, consulta [aquí](#)

Imagen 32: Ejemplo de arenas en Clash Royale



Fuente: <https://elandroidelibre.elespanol.com/2016/03/clash-royale-a-fondo.html>

Al ganar una batalla en la *arena*, además de *coronas* obtienes un poco de *oro* y un *cofre* desbloqueable al azar.

Una vez obtienes más de 4000 *coronas* (o trofeos) entras a una categoría superior, las *ligas*.

2.10.10 Ligas

En las *ligas*⁸ se sitúan los jugadores que han dedicado más tiempo (o dinero) al juego. Menos del 5% de jugadores se sitúan tan alto por lo que está reservado a los más expertos. Las *ligas* se dividen como las *arenas*. Podemos clasificarlas en:

- *Combatientes I, II y III*
- *Maestros I, II, III*
- *Campeones, grandes campeones y campeones definitivos*

8 Para ampliar información sobre las ligas, consulta [aquí](#)

Los *combatientes* tienen de 4000 a 4600 *coronas*, los *maestros* de 4900 a 5500 y los *campeones* de 5800 a 6400. Los jugadores profesionales se sitúan en la categoría de *campeones*, normalmente en *campeones definitivos*.

Imagen 33: Ejemplo de ligas de Clash Royale



Fuente: <https://newesc.com/la-actualizacion-clash-royale-trajo-nuevas-mejoras-caracteristicas-la-app/>

2.10.11 Torneos

Los *torneos*⁹ son otra parte competitiva del juego. Cualquier jugador puede unirse a un *torneo* mientras no tenga una contraseña, que suelen ser los *torneos* privados creados por gente que ofrecen grandes recompensas. También se puede abandonar un *torneo*, pero ello hará que no obtengas ninguna recompensa.

Los jugadores pueden crear *torneos*, pero es necesario hacer uso de las *gemas*. Cuanto más grande sea el *torneo*, más *gemas* costará. Es más grande dependiendo el número de personas participantes.

Se necesitará un nombre, una descripción del *torneo*, una contraseña, un tiempo de preparación y la definición de premios al igual que de número de jugadores.

Pocas veces veremos un gran *torneo* organizado por la comunidad de jugadores de Clash Royale. Por el contrario, grandes *torneos* de más de 1000 personas los veremos en contadas ocasiones

⁹ Para ampliar información sobre los *torneos*, consulta [aquí](#)

donde normalmente se celebra un evento de gran importancia.

Los premios en el *torneo* dependerán de la posición en la que quedes. La primera, segunda y tercera posición obtienen *cartas* y *oro* mientras que los demás recibirán de dos a cuatro *cartas*.

Imagen 34: Ejemplo de *torneos* en Clash Royale



Fuente: <https://www.clashroyaleguias.com/guias/trucos-torneos-clash-royale/>

Para mantener la igualdad en los *torneos* las *cartas* tienen un nivel determinado, por lo que siempre serán del mismo nivel para los jugadores participantes. Esto hace que lo que de verdad cuente no sea el tiempo o dinero invertido, si no la habilidad real del jugador.

Dentro del conjunto de *torneos* creados por la comunidad, podemos encontrar otro tipo de *torneos* que serían aquellos que crea al propio juego para incentivar a los jugadores al consumo del mismo.

Hay *grandes desafíos* en los que se necesitan 100 *gemas* para entrar donde se obtienen mejores recompensas y luego están los *desafíos clásicos* con 10 *gemas* de entrada donde los premios no son tan grandes, pero sirven normalmente para hacer una práctica real contra otros jugadores.

Cierto es que muchas veces los desarrolladores crean eventos especiales donde los jugadores participan para llevarse grandes recompensas, pero suelen ser bastante escasos.

2.10.12 Competiciones profesionales

Las primeras competiciones entre profesionales no fueron oficiales, surgieron a raíz de la herramienta TV Royale implementada en el propio juego que permitía ver las repeticiones de las partidas de los jugadores que buscabas.

Imagen 35: Ejemplo de TV Royale



Fuente: <https://elandroidelibre.elespanol.com/2016/03/clash-royale-a-fondo.html>

Gracias a ello, Supercell advirtió que muchos consumidores del juego dedicaban gran parte de su tiempo a ver a los jugadores con más coronas para imitar su modo de juego por lo que empezaron a barajar la posibilidad de llevar el juego a otro nivel y sacarlo al mundo competitivo.

No fue muy difícil ver que los jugadores que se situaban en los primeros puestos del ranking eran los más solicitados en TV Royale por lo que decidieron juntarlos para crear el primer torneo nacional de Clash Royale en China a las dos semanas de su lanzamiento donde se invitaron a los mejores jugadores de país sin ningún premio en metálico.

Esto hizo que la escena competitiva del juego diera el pistoletazo de salida ya que tenían audiencia.

En el mes de abril del mismo año, Supercell decidió crear el que sería el primer *torneo* oficial en Helsinki, donde 200 jugadores participaron en las rondas eliminatorias. Este torneo se retransmitió

tanto en Youtube como en Twitch y apenas duró dos horas. El primer premio eran 10.000 euros en metálico, que consiguió Jason, un finlandés de 16 años. Ninguna *carta épica o legendaria* se pudo usar en el torneo.

En mayo de 2016 se volvió a anunciar otro *torneo* oficial llamado Clan Wars donde cuatro de los mejores clanes se enfrentaban entre sí para conseguir el título de campeones y un premio de 300 dólares y 10.000 *gemas*. El *torneo* duró un total de dos días en el que el formato que se siguió fue al mejor de 5 partidas en tres rondas. El clan ganador fue InTheLight que se impuso a Sumou en la final.

El éxito internacional de Clash Royale estaba empezando hasta que, a finales de mayo de ese mismo año, se disputó el primer *torneo* por invitaciones en China, donde los mejores jugadores del país participaron con un récord de 2.8 millones de espectadores totales. El primer premio eran 45.000 dólares, que ganó Ghost Shawg, un jugador surcoreano de 17 años que se situaba en el top 3 del mundo con 4879 *coronas*.

Como no podía ser de otra forma, en Las Vegas se organizó el primer gran *torneo* en directo de Clash Royale financiado por [Hammers eSports](#) donde participaron los mejores jugadores del país y algunos invitados internacionales. Justin!2\$ se proclamó campeón y ganó 75.000 dólares de premio.

En julio, Supercell decidió expandir aún más el juego creando *torneos* semanales en todos los países del mundo para así saber qué jugadores eran los mejores en cada país para, posteriormente, hacer un [ranking](#). Esto sirvió para que los consumidores del juego de cada país tuvieran una meta que superar y alguien a quien vencer.

Los *torneos* siguieron sucediéndose todo el verano hasta que, en agosto, Hammers Media creó la primera liga de Clash Royale llamada [Clan Royale League Competition](#) donde los mejores clanes americanos se enfrentaban en un formato de liga. La liga funcionaba igual que en otros deportes: los equipos se enfrentaban unos a otros en dos rondas de ida y vuelta donde el ganador conseguía un punto y el perdedor ninguno; al final de las dos rondas el que tuviera más puntos era el ganador.

Desde entonces los *clanes* pasaron de ser un grupo de amigos jugando y entrenando juntos a la

asociación de un grupo de jugadores profesionales entrenando y compitiendo. Aquí surgieron los primeros equipos profesionales de Clash Royale que formaron *clanes*.

Visto el éxito que tenía el juego por todo el mundo, Supercell creó el primer gran *torneo mundial* oficial, el [Crown Duel](#).

El Crown Duel fue el primer gran *torneo* oficial disputado el 17 de diciembre de 2016. Se celebró en Estados Unidos, siguiendo un esquema muy similar al de otros tipos de torneos. Hubo una fase abierta donde cualquier jugador de Clash Royale podía participar sin restricciones en el formato *torneo*, es decir, todos con las *cartas* al mismo nivel.

Esto hizo que, tras una gran fase de selección, ocho jugadores fueran los afortunados en participar. Se enfrentaron al mejor de una partida para pasar a cuartos de final y a semifinal. Una vez se llegó a la semifinal cambio la condición de victoria y se jugó al mejor de tres. La final siguió este último formato donde ganó *Backstabx*, un jugador norteamericano de 18 años que se convirtió en el primer campeón internacional de Clash Royale.

Imagen 36: El jugador *backstabx* levantando el trofeo de campeón de Crown Duel



Fuente: <http://esports.eldesmarque.com/clash-royale/backstabx-gana-the-crown-duel-clash-royale-16838>

En abril de 2017 anunciaron que se disputaría el título de mejor jugador de Clash Royale de la historia organizando un *torneo* internacional totalmente abierto para todo tipo de jugadores, el [Crown Championship Series](#). El torneo duraría desde el 11 de mayo hasta el 2 de julio cuando se disputaría la final. La diferencia con el Crown Duel fue que se repartieron más de un millón de

dólares en premios.

Imagen 37: *Sergioramos:*) levantando el talón después de ganar la Crown Championship



Fuente: <https://thegamersports.mundodeportivo.com/cartas-esports/noticias-clash-royale/mazos-sergioramos-final/>

Participaron varios cientos de miles de jugadores hasta que el mexicano *Sergioramos* de 16 años se coronó como mejor jugador de Clash Royale y se embolsó 150.000 dólares.

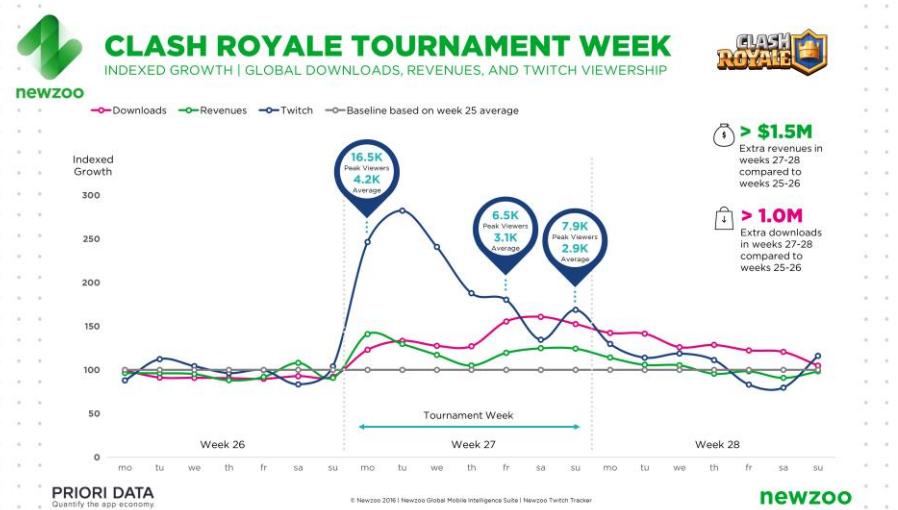
La propia Supercell quiso apoyar las competiciones del juego para celebrar el éxito del Crown Championship Series por lo que el 4 de julio del año pasado, Supercell lanzó una nueva función de *torneos* para subir el número de participantes y a la vez, sus ingresos. Gracias a ello, esa semana los ingresos globales aumentaron más del 40% comparados con los que tenían la semana anterior. Las descargas se dispararon más del 50% al acabar la semana y en dos semanas desde la actualización se llegó a más del millón de descargas adicionales y más de un millón y medio de dólares en ingresos adicionales comparados a las dos semanas previas a los *torneos*.

Además, no solo afectó al juego, la plataforma de *streaming* Twitch tuvo una cantidad de espectadores mucho mayores que las anteriores semanas. Se llegó al pico de 16.500 consumidores y a un promedio de 4.200. Todo ello significó una subida en el seguimiento global del juego en plataformas de *streaming* que se traduce en más jugadores. En sólo esa semana, se acumularon más de 275.000 horas de contenido de Clash Royale visto en Twitch, un 117% que la semana anterior.

Además, no podemos ignorar el hecho de que los *torneos* son uno de los principales atractivos de Clash Royale y que las competiciones oficiales siguen el mismo formato. Podemos decir que el

potencial de Clash Royale en el mundo competitivo vino reforzado gracias a los números que alcanzaron gracias al lanzamiento de los *torneos* esa semana.

Imagen 38: Crecimiento de jugadores en la semana de estreno de los torneos



Fuente: <https://newzoo.com/insights/articles/clash-royale-tournament-week-earns-the-title-an-extra-1-5-million-in-revenues/>

La primera liga nacional española fue la de la LVP (Liga de Videojuegos Profesional) que se inauguró en la [Barcelona Games World](#) del año pasado y ya cuenta con dos ediciones.

Diez equipos compitieron durante 12 semanas para lograr el título de campeones de España que les otorgaban el derecho a participar en el mundial que se produjo el mes pasado. HuntTers Sports fue la escuadra ganadora.

Imagen 39: El equipo Huntters Sports levantando el trofeo de campeones de liga



Fuente: <https://vandal.elespanol.com/esports/articulos/3801/huntters-esports-campeones-de-la-superliga-orange-de-clash-royale>

La misma LVP organizó en 2017 la Gamergy Masters, un *torneo* donde se invitaron a los 16 mejores jugadores del mundo que se disputó en el recinto ferial IFEMA de Madrid durante el mes de junio. El ganador del torneo fue *Surgical Goblin* que se embolsó 6.000 euros. El *torneo* siguió el formato de 1 contra 1 al mejor de 3 partidas en modo clasificatorio.

Imagen 40: *Surgical Goblin* levantando el trofeo de campeón de Gamergy Masters



Fuente: <http://codigoesports.com/surgical-goblin-es-el-campeon-de-clash-royale-en-gamergy-masters-2017/>

Los *torneos* y *ligas* siguieron erigiéndose por todo el mundo a nivel nacional hasta que Supercell anunció que este mismo año llegaría la Nations Cup, el mundial de selecciones de Clash Royale, una competición organizada por la Liga de Videojuegos Profesional que durará desde mayo hasta agosto. Cincuenta países son los participantes que se estarán disputando la clasificación en una fase de grupos la cual pasarán a los octavos, cuartos de final, semifinales y la gran final. Las semifinales y la final se jugarán presencialmente en España durante el mes de agosto.

La competición contará con la retransmisión a todo el mundo en varios idiomas y en diferentes plataformas tanto en directo como en diferido.

Una nueva competición fue anunciada en abril de 2018 llamada la Clash Royale League donde Supercell quiere hacer su primera competición regular oficial. La competición estará dividida en diferentes regiones donde los mejores equipos se disputarán un premio de un millón de dólares y el título de mejor club del mundo en la final. Este evento empezará en agosto y acabará en diciembre de este mismo año.

2.10.13 Clash Royale y las redes sociales

El éxito de este juego no se puede entender sin el uso de las redes 2.0 siendo [Twitter](#) el mayor aliado de Supercell para publicitar sus competiciones e informar a los jugadores de resultados y/o cambios en el juego.

Twitter es su principal herramienta de comunicación gracias a que obliga en mensajes cortos a divulgar una información.

Cuenta con dos cuentas, la oficial [@supercell](#) es simplemente para dar información de la empresa pero lo que de verdad nos interesa es la cuenta de [@ClashRoyale](#).

La cuenta del propio juego tiene otras subcuentas según la región como [@ClashRoyalEs](#) o [@ClashRoyaleFR](#).

La cuenta principal posee más de 1.190.000 seguidores y ha publicado 3850 tweets desde que se creó en octubre de 2015. Además, sus comentarios han sido favoritos en 3.961 ocasiones hasta la fecha. Este número de seguidores es una cifra aproximada de la influencia que puede tener un perfil en la red Twitter, ya que no todos los jugadores siguen a este perfil o no tienen cuenta.

El [canal de Clash Royale de YouTube](#) cuenta con más de 4.425.000 suscriptores con un total de 322 vídeos. Desde que se creó la cuenta el 16 de noviembre de 2015, el canal ha tenido un total de 637.485.599 visualizaciones totales. El contenido en este canal viene dado casi en exclusiva para las retransmisiones en diferido de los diferentes *torneos* oficiales del juego y las novedades que presenta.

En cambio, en [Instagram](#) tiene 3.300.000 seguidores con tan solo 471 publicaciones con fotos de carteles de *torneos*, nuevas *cartas* o concept arts.

[Facebook](#) es otra gran red social que usan los de Clash Royale. Cuenta con 4.563.330 me gusta y 4.665.820 seguidores. El uso que le dan a esta plataforma es resubir o tener todas las publicaciones que han subido en las otras redes sociales en una sola desde que se creó el 4 de enero de 2016. Tiene una puntuación de 4.3 sobre 5.

[Reddit](#) es otra plataforma de vital importancia para Clash Royale. La estructura que sigue es la de

un foro con la ventaja de que es oficial y que hay un *feedback* constante entre jugadores y empresa. Dentro de Reddit encontramos un subforo dedicado a Clash Royale, aquí se comentan todas las novedades relacionadas con el juego en todos sus ámbitos.

Los propios usuarios pueden colgar absolutamente cualquier material relacional con el juego que casi siempre deriva a un debate entre los propios jugadores, equipos, presentadores, directivos e incluso miembros del equipo de Supercell. Esto aporta un sentimiento de inclusión y de pertenencia al juego que hace que los aficionados se involucren mucho más en los diferentes aspectos del mismo.

Lo principal que ha aportado esta red de comunicación al propio juego es que ha logrado un canal de comunicación directo con Supercell oficial sin serlo. La opinión pública, quejas, referencias, ayudas y demás están todas dentro de esta plataforma que ayuda a los desarrolladores a seguir evolucionando siempre a favor del usuario además de corregir fallos que no gustan.

Todas las interacciones en las diferentes plataformas de redes sociales favorecen a Clash Royale para que siga estando en la cima de los juegos móviles tanto en los tops de descargas como de los juegos más jugados de todo el mundo.

2.10.14 Clash Royale en cifras

Según NewZoo (2016), Clash Royale generaba en todo el mundo 80 millones de dólares tanto en iOS como en Android el primer mes desde su lanzamiento. Los consumidores gastaron más de 110 millones de dólares antes de que el juego tuviera el lanzamiento global.

Gracias a que Clash Royale es un juego PvP (*Player VS Player*), hace que la escena competitiva sea lo esencial del juego junto a las conexiones sociales que forma por los clanes.

Todo esto ha hecho que la tasa de retención de jugadores de Clash Royale hiciera que poco a poco se volviera un deporte electrónico. En diciembre de 2017, el juego tuvo más de 50 millones de jugadores simultáneos en todo el mundo.

Además, gracias a los *torneos* organizados que permiten el acceso global sin restricciones a los mismos, estos atraen un sinfín de jugadores participantes.

En total, han participado 27,4 millones de jugadores en el último mundial.

Imagen 41: Resumen datos de Clash Royale en 2017



Fuente: Global Esports Market Report 2017

Todos los jugadores de Clash Royale acumulan un total de 15,8 millones de horas de audiencia en YouTube y 6,3 millones en Twitch convirtiéndose en el juego número 1 de móvil en cuanto a visualizaciones.

Para ponerlo en un caso práctico, el mundial celebrado conocido como The Crown Championship en la fase final, hubo 5.500 espectadores viendo el show en vivo desde Londres que acumuló un total de 122.000 horas totales de audiencia en otras plataformas como Twitch.

Actualmente es imposible saber el número exacto de jugadores de Clash Royale, aunque podemos hacernos una idea aproximada si vemos el número de descargas realizadas en Android y en iOS.

Tanto en Android como en iOS, Clash Royale tiene más de 100 millones de descargas, por lo que podemos afirmar que tiene más de 200 millones en total. Esto no tiene en cuenta la descarga desde otro tipo de servidores que no sea la Play Store para Android o la AppStore para iOS.

2.10.15 Competencia

Se podría decir que Clash Royale no tienen ningún tipo de competencia directa en cuanto al tipo de juego que es, uno de *cartas colecciónable con estrategia a tiempo real* además de ser un *tower defense*.

Lo que sí podemos afirmar es que hay muchas imitaciones del propio juego, por ejemplo [Craft](#)

Royale, que es exactamente igual pero con unos gráficos pixelados tipo Minecraft

Imagen 42: Captura Craft Royale



Fuente: <https://craft-royale-clash-of-pixels.softonic.com/android>

o Jungle Clash que posee las mismas mecánicas solo que con diferentes *cartas* con temática bélica.

Imagen 43: Captura Jungle Clash



Fuente: https://es.play.mob.org/game/jungle_clash.html

Otros tipos de juegos parecidos, pero con otras mecánicas podrían ser Castle Burn siendo este un *tower defense* de construcciones en vez de *cartas* que sueltan tropas.

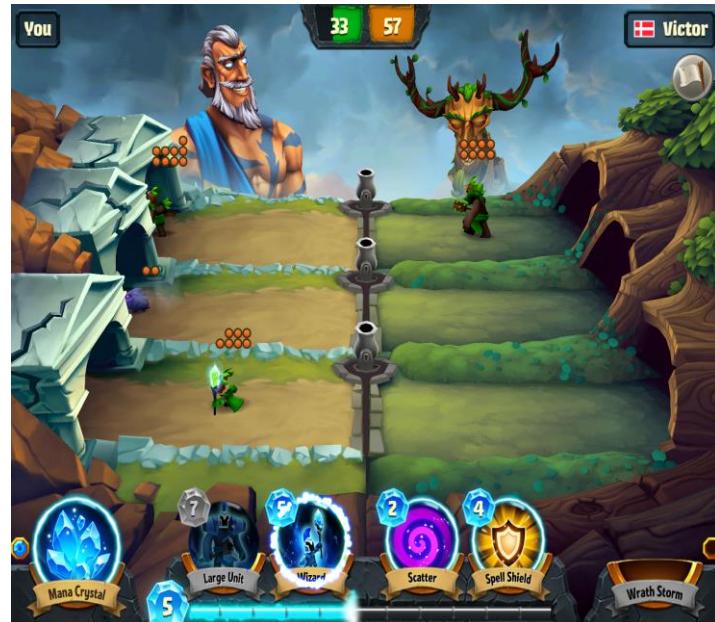
Imagen 44: Captura Castle Burn



Fuente: https://es.play.mob.org/game/castle_burn_the_crown_league.html

o Spellbinders, un juego de Kiloo Games que también tiene tres carriles y funciona con elixir pero con tropas mágicas y con una orientación en horizontal.

Imagen 45: Captura Spellbinders



Fuente: <http://www.pocketgamer.co.uk/r/iPad/Spellbinders+/review.asp?c=69921>

Una vez hemos hablado de la competencia directa, nombraremos videojuegos de la competencia indirecta del propio Clash Royale, los demás juegos que se sitúan en el top de juegos descargados

en las Stores.

Aquí podemos encontrarnos con el famoso juego desarrollado por King, Candy Crush Saga. La diferencia fundamental entre ambos juegos, además del tipo de juego que es, es que está orientado a un público casual (que juega de vez en cuando) mientras que el Clash Royale está pensado para jugadores más activos.

Imagen 46: Captura de pantalla de Candy Crush Saga



Fuente: <http://www.knowyourmobile.com/mobile-phones/candy-crush-saga/23184/candy-crush-top-tips-and-cheats-you-need-know>

Otro juego que le hace competencia indirecta es ROBLOX, un juego desarrollado por la compañía Roblox del género aventura lanzado el 30 de marzo de este año que cuenta con casi 60 millones de descargas.

Podríamos decir que Clash Royale es único en su especie y por el momento no hay ningún juego de su género que le haga la más mínima competencia.

Imagen 47: Captura de pantalla de ROBLOX



Fuente: <https://blog.roblox.com/2014/10/configuring-your-game-for-mobile/>

2.10.16 Premios y nominaciones

En este subapartado repasaremos los premios y nominaciones de Clash Royale. Es importante resaltar que dos semanas después de su lanzamiento oficial, la International Mobile Gaming Awards le otorgó el premio de mejor juego nuevo por lo que la proyección de Clash Royale ya era prometedora desde su lanzamiento.

También es importante prestarle especial atención a la última nominación del juego a manos de la British Academy Games Awards. La nominación y posible premio de juego en evolución es significante ya que deja entrever que el propio juego se ha ido desarrollando y adaptándose a los jugadores por lo que en un futuro podría seguir siendo así.

Fecha	Premio	Categoría	Resultado
19 de mayo de 2016	Google Play Awards	Mejor Juego	Ganador
1 de diciembre de 2016	Game Awards	Mejor juego de móvil	Nominado
15 de marzo de 2016	International Mobile Gaming Awards	Mejor juego nuevo	Ganador
28 de febrero de 2017	International Mobile Gaming Awards	Mejor juego multijugador	Ganador
1 de marzo de 2017	Game Developer Choice Awards	Mejor juego móvil	Nominado
6 de abril de 2017	British Academy Games Awards	E-Sport con mayor audiencia móvil	Ganador
16 de marzo de 2017	SXSW Gaming Awards	Juego de móvil del año	Nominado
27 de abril de 2017	Finish Game Awards	Juego del año de pequeña pantalla/mejor juego de 2016	Ganador
17 de mayo de 2017	Nordic Game Awards	Juego nórdico del año	Nominado
12 de abril de 2018	British Academy Games Awards	Juego en evolución	Pendiente

Con la totalidad de premios ganados y nominaciones en un poco más de dos años desde su lanzamiento ya nos podemos hacer una idea aproximada del impacto que ha tenido Clash Royale en el mundo de los videojuegos para móviles por lo que podemos afirmar que es uno de los juegos más importantes o destacados en el ámbito de juegos para plataformas portátiles.

2.10.17 Jugadores estrella

En este subapartado haremos una mención de los cinco jugadores más destacados actualmente del panorama Clash Royale internacional para hacernos una idea del tipo de perfil que tienen los profesionales del juego.

El jugador holandés [Frank Surgical Goblin Oskam](#) es probablemente el jugador más destacado de Clash Royale en la actualidad. Con 19 años ganó el primer Gamergy Masters proclamándose el mejor jugador de entonces. Empezó a jugar desde los 17 años cuando salió la beta de Clash Royale y hasta la fecha no ha parado. Juega en el equipo Vodafone Giants de la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP. Su canal de YouTube ha alcanzado la cifra de los 600.000 suscriptores siendo uno de los más vistos del mundo.

También es necesario mencionar a [Sergio Sergioramos:\) Ramos](#), el primer campeón del mundo de Clash Royale. El jugador mexicano ganó el torneo con 16 años de edad (actualmente 17) y todavía defiende el título de campeón del mundo de forma oficial. Sergio sigue con sus estudios mientras compite a nivel internacional a Clash Royale con su equipo Mexico Team. A pesar de no hablar inglés, el mexicano cuenta con más de 100.000 seguidores en su canal de YouTube.

A [Colton Coltonw83 Wall](#) se le considera una leyenda dentro del mundo competitivo del juego de Supercell, con 16 años fue el campeón de la primera edición de los Gamergy Masters donde se embolsó 6.000 euros de premio al vencer a *Jigsawqt*. El jugador texano sigue en activo dentro del top 16 del ranking mundial. Actualmente juega en Team Queso en la liga norteamericana de Clash Royale.

Otro jugador destacado es el francés [Samir Donkey Kong Khoualed](#), mejor jugador francés dos años seguidos. La edad de este profesional sobrepasa las de los demás, 27 años son los que tiene. Empezó a jugar a Clash Royale por su hermano pequeño que le insistía en hacerlo hasta que

finalmente le gustó y se dedicó a jugarlo diariamente. Fue semifinalista en la pasada Gamergy Masters y campeón de la liga española de Clash Royale con HunTTers Sports la temporada pasada. Actualmente juega con Team Heretics en la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP.

El panorama español de Clash Royale cuenta con [Juan Carlos Juanka Ruiz](#), ex campeón de la Superliga Orange de Clash Royale, clasificado para el Gamergy Masters y jugador de la selección española. Juan Carlos se sitúa actualmente en el top 30 mundial y se le considera el mejor jugador español con 17 años. El valenciano juega actualmente en la Superliga Orange organizada por la LVP con el equipo Vodafone Giants.

2.10.18 Las claves del éxito de Clash Royale

Ahora que hemos visto las bases del juego en todos sus aspectos, ¿por qué Clash Royale tiene tanto éxito?

Podemos afirmar que Clash Royale es un juego único que ofrece una experiencia divertida con recompensas casi inmediatas por lo que da la sensación de progreso diario que tanto gusta. Iván González (2018), redactor de Marca eSports, explica que las [claves del éxito](#) de Clash Royale son: el arte dinámico, las partidas rápidas, una jugabilidad simple, un sistema *freemium* (puedes llegar al contenido final sin pagar o acelerarlo pagando) y que tiene todos los aspectos de un e-Sport.

Además, Juan Pérez (2017), redactor de *eldesmarque* coincide en esos aspectos en su totalidad y añade dos más: es apto para todos los públicos por lo que el target al que está dirigido es universal y la buena comunidad del juego, que crea un lugar de reunión y entretenimiento masivo por lo que es más agradable jugar con gente que conoces. Agrega que gran parte de su éxito es también gracias al universo que crearon previamente, Boom Beach, Hay Day y Clash of Clans, le dieron un renombre a la compañía Supercell que acabó en un éxito rotundo de Clash Royale.

Rocío Martín (2017), de *eldiario.es*, además de esos aspectos que hace que el juego sea tan exitoso, añade que las partidas son emparejadas con gente de tu habilidad por lo que nunca será un juego desequilibrado y que el punto clave es el hecho de que está hecho para móviles por lo que podemos jugar en cualquier lugar y en cualquier momento.

2.10.19 El futuro de Clash Royale

Con el cambio de la tecnología y el desarrollo de la industria de los videojuegos, no sabemos a ciencia cierta el futuro que le deparará a Clash Royale, pero sí podemos hacer un repaso a las diversas hipótesis que circulan.

Supercell en el Reddit del Clash Royale, hizo un apartado muy conocido entre los jugadores llamado “[Ask Me Anything](#)” donde todos los miembros del foro pueden hacerle preguntas a la empresa para saber qué es lo que van a hacer en el futuro o simplemente curiosidades.

En una de las preguntas sobre el futuro del juego, los desarrolladores respondieron que están puliendo las guerras de clanes, un nuevo modo de juego en que ya no competirás individualmente contra otro jugador, si no que todo tu clan se verá envuelto en una guerra contra otro clan para conseguir buenas recompensas.

Añaden que, si todo sale bien, lo añadirán de modo indefinido al juego y realizaran *torneos* en base a ello.

Supercell también declaró que seguirán desarrollando nuevas *cartas* y desafíos para los jugadores y así prolongar todo lo que puedan el tiempo de vida del juego ya que es algo a lo que quieren dedicar mucho tiempo.

El tema del balance del juego es complejo, pero podríamos definirlo como las variables en los algoritmos de programación que hacen que un aspecto del juego no sea más abusivo que otro. Un ejemplo práctico sería que una carta no fuera demasiado poderosa que eclipsara a las demás ya que un jugador que la tuviera al máximo nivel sería muy difícil de vencer. La compañía quiere seguir trabajando en ello ya que es un aspecto muy importante para el buen funcionamiento del juego.

En el mismo “Ask My Anything”, un usuario de Reddit les preguntó cómo irá el panorama competitivo más adelante. Supercell respondió que tienen intención de seguir creando y promoviendo *torneos* y ligas tanto oficiales como no oficiales en todos los países del mundo para que la comunidad siga creciendo y así que Clash Royale pueda llegar a todos.

Clash Royale no lleva mucho tiempo en el mercado en comparación a otros juegos como League of

Legends o Counter-Strike por lo que el futuro del juego aún es incierto, lo que está claro es que han asentado unas bases muy fuertes y quieren seguir creciendo.

3. Problemática de investigación

3.1 Objeto de estudio

El objeto de estudio es el videojuego Clash Royale desarrollado por Supercell.

Hemos escogido este objeto de estudio por diferentes motivos:

- Es un tema de interés novedoso ya que hace dos años que salió el juego al mundo y ha tenido un impacto en el mundo de los e-Sports de móvil.
- Hay una gran cantidad de usuarios que consumen este juego por lo que nos ha servido para centrarnos en este objeto de estudio
- Clash Royale genera muchos beneficios económicos gracias a su sistema *freemium*
- Es una tendencia ya que se mueve en los primeros puestos de las principales plataformas de juegos móvil (Play Store y Apple Store)
- Puede ser un promotor de los e-Sports de plataforma móvil ya que es uno de los primeros videojuegos de móvil con una gran repercusión competitiva

3.2 Antecedentes

Nuestro objeto de estudio es el videojuego para móviles Clash Royale. Al ser un juego que se publicó en 2016, y a pesar de su gran impacto, no tenemos constancia de que haya ningún antecedente de estudio en revistas científicas previo parecido a éste hasta donde hemos podido llegar. Es cierto que, al no dominar otros idiomas fluidamente, no hemos podido ver si había algún otro estudio relacionado con Clash Royale por lo que no podemos negar que lo haya.

Dejamos claro que la búsqueda de información y antecedentes ha quedado limitada por los tres idiomas que conocemos, es decir, castellano, catalán e inglés. Es importante recalcarlo ya que la empresa desarrolladora del juego se encuentra en Helsinki por lo que quizás haya estudios en otros idiomas como el finlandés o el alemán, uno de los países más consumidores de videojuegos.

En cuanto a otros estudios relacionados con el tema, pero no con nuestro objeto de estudio, podemos encontrar algunos documentos que encontramos en la plataforma Dialnet relacionados con League of Legends, un juego MOBA (Massive Online Battle Arena) para versión de PC que también ha tenido mucha relevancia dentro de los e-Sports.

Tenemos el estudio de Bertran, E., & Chamarro, A. (2016). [Videojugadores del League of Legends: El papel de la pasión en el uso abusivo y en el rendimiento](#). Donde los autores del departamento de psicología básica, evolutiva y educación de la Universitat Autònoma de Barcelona hacen una serie de encuestas a jugadores del videojuego League of Legends para ver si podría traer consecuencias negativas para el consumidor.

Otro estudio interesante previo a este Trabajo de Final de Grado es el de Pérez C., González J. & Garcés de los Fayos, E.J (2017). [Personalidad y burnout en jugadores profesionales de e-sports](#). En este caso se analizan los perfiles de algunos jugadores profesionales de los e-Sports para hacernos una idea del tipo de gente que se dedica profesionalmente a este mundo. Cogen una muestra de los profesionales que juegan a League of Legends dentro de la Superliga Orange organizada por la Liga de Videojuegos Profesional con una edad comprendida entre 16 y 28 años.

Un reportaje previo también es el de Pérez Rey, Javier (2016). [Reportaje, Hey! Ho! Esports!](#) El autor analiza el impacto de los e-Sports y los compara con otros deportes como el fútbol o el baloncesto. También añade que este sector cada vez crece exponencialmente y que diferentes marcas o empresas le prestan bastante atención por el impacto futuro que puede tener o está teniendo.

No podemos añadir la incommensurable cantidad de artículos científicos y estudios relacionados con los videojuegos porque no tendríamos espacio insuficiente. El problema relacionado con el objeto de estudio y los antecedentes es que podemos encontrar muchas fuentes bibliográficas

sobre los e-Sports pero muy pocos, por lo menos en español, artículos científicos propiamente dichos.

Al ser este Trabajo de Final de Grado un estudio científico, a priori y hasta donde hemos llegado parece que no tiene antecedentes directos y muy pocos indirectos.

3.3 Objetivos

Nos centraremos en analizar el éxito que ha tenido este juego en concreto y en formular hipótesis de lo que puede llegar en un futuro a través de la relación de las entrevistas con lo recogido en el marco teórico.

3.4 Hipótesis y preguntas

3.4.1 Hipótesis

1. Clash Royale seguirá siendo uno de los juegos más consumidos en los próximos años
2. Clash Royale es un juego transmedia
3. El éxito de Clash Royale viene dado por su sencillez
4. El *feedback* desarrolladores/usuarios es satisfactorio
5. Clash Royale no tiene competencia directa

3.4.2 Preguntas

Las preguntas se realizarán a jugadores, profesionales y analistas. Algunas de ellas serán las mismas preguntas para poder hacer una comparación de respuestas y otras estarán especializadas dependiendo de la muestra además de algunas improvisadas al ser entrevistas semiestructuradas.

- Jugadores casuales

Creemos que es importante que los jugadores a nivel usuario regular den sus opiniones respecto a las preguntas que vamos a ofrecer ya que nos servirá de guía para hacernos una idea de lo que piensan los jugadores casuales.

Marsal Roura (23 años): Jugador casual de Clash Royale desde el 17 de abril de 2016.

Lluís Núñez (20 años): Jugador casual de Clash Royale desde el 11 de marzo de 2016.

1. ¿Cómo conociste Clash Royale?
2. ¿Por qué te enganchaste?
3. ¿Por qué crees que tiene tanto éxito?
4. ¿Has consumido vídeos o *streams* alguna vez?
5. ¿Juegas a otros juegos de móvil?
6. ¿Cuánto tiempo le dedicas a Clash Royale?
7. ¿Has tenido algún problema con el juego?
8. ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?
9. ¿Has pagado por algo del juego?
10. ¿Por qué crees que la gente paga?
11. ¿Crees que el *feedback* entre empresa/desarrolladores es positivo?
12. ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

- Analistas/redactores

Para lograr unas respuestas más adecuadas y especializadas, recurriremos a dos analistas/redactores para hacerles preguntas.

Óscar Tejedor: Redactor/Analista en OG Series y LVP; redactor jefe en eClasher.

Adrián Herráez: Redactor en fullsports, analista, entrenador de ASUS ROG Army, exjugador profesional y caster de competiciones.

1. ¿Cuántas horas le dedicas a Clash Royale?
2. ¿Por qué Clash Royale tiene éxito?

3. ¿Crees que tiene competencia en cuanto a formato móvil?
4. ¿Crees que es un juego sencillo?
5. ¿Por qué crees que la gente paga si el contenido puede ser gratuito?
6. ¿Qué futuro le espera a Clash Royale?
7. ¿Crees que los juegos móviles se pondrán a la par en cuanto a jugadores que los de PC o consola?
8. ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

- Jugadores profesionales

Como jugadores que dedican la mayor parte de su tiempo a competir y a conocer sobre el juego, creemos que es importante que sean entrevistados ya que lo viven en primera persona.

Yassir “**Feii**” El Morabet (17 años): Jugador profesional de Clash Royale en la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP (Liga de Videojuegos Profesional) para el equipo NeverBack Gaming.

Álvaro “**Suaareez**” Suarez (20 años): Jugador profesional de Clash Royale en la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP (Liga de Videojuegos Profesional) para el equipo Team Heretics.

1. ¿Cómo conociste Clash Royale?
2. ¿Por qué crees que Clash Royale tiene éxito?
3. ¿Crees que es un juego fácil o difícil?
4. ¿Cuántas horas le dedicas a Clash Royale?
5. ¿Alguna vez te has cansado del juego?
6. ¿Se puede vivir de ser profesional de Clash Royale?
7. ¿Crees que la comunicación entre empresa/comunidad es positiva?
8. ¿Cómo te enteras de las novedades?
9. ¿Crees que Clash Royale tiene competencia directa?
10. ¿Por qué crees que la gente para por contenido que puede conseguir con el tiempo?
11. ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?
12. ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

4. Metodología

La metodología que sigue este Trabajo de Final de Grado se fundamenta en tres métodos científicos diferentes.

Primero utilizamos las fuentes documentales para informarnos sobre el objeto de estudio y ampliar nuestros conocimientos sobre ello.

También contamos con elementos de la investigación descriptiva que hemos visto anteriormente en el marco teórico para tener una visión general de lo que queremos tratar.

Finalmente tenemos una serie de entrevistas semiestructuradas cualitativas. Las respuestas que nos proporciona la muestra servirán para relacionar todas las preguntas e hipótesis que hemos formulado anteriormente con las que hemos visto en el marco teórico, de este modo llegaremos a unas conclusiones.

4.1 Fuentes documentales

Para el Trabajo de Final de Grado utilizamos las fuentes documentales como principal fuente de información.

Las fuentes documentales son diferentes tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento.

Dicha información se puede encontrar tanto físicamente (libros, documentos, revistas...) como en digital (Internet en nuestro caso).

Para este objeto de estudio en concreto (Clash Royale) hemos leído diferentes artículos expuestos en la bibliografía y en hiperenlaces dentro del marco teórico, libros relacionados con el objeto de estudio y foros especializados.

4.2 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es un método científico basado en la observación y descripción de una muestra u objeto sin influir sobre ello de ninguna manera. Gracias a esto podemos obtener una visión general de lo que queremos investigar. Para ello recogemos datos sobre la base de una hipótesis o teoría, se exponen y se resume la información para más tarde analizarla para llegar a una conclusión.

Hemos escogido este tipo de investigación a que no hay mucha información respecto al objeto de estudio. Este tipo de investigaciones se centra en entender el objeto estudiado sin entrar en las relaciones de causa y efecto.

4.3 Entrevistas semiestructuradas y cualitativas

Las entrevistas semiestructuradas son un tipo de entrevistas basadas en una combinación de preguntas previamente preparadas o estructuradas y preguntas espontáneas.

El objetivo de este tipo de entrevistas es generar una información que nos proporciona el entrevistado y así asociarla a los objetivos. También nos sirve para aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos.

Creemos que este método es el que se ajusta más para lograr los objetivos que nos hemos planteado ya que permite profundizar en las características de la muestra en las preguntas espontáneas y las preguntas ya estructuradas nos servirá como comparación de respuestas entre los entrevistados.

Además, hemos mencionado que también serán entrevistas cualitativas, es decir, a principio de la entrevista iremos de las preguntas más abiertas a más específicas para lograr la mayor precisión en las respuestas y que el entrevistado esté más cómodo. Gracias a este método más natural, conseguiremos que el entrevistado exprese sus opiniones y juicios delante de las preguntas e hipótesis planteadas.

4.4 Muestra

Como hemos mencionado en el subapartado anterior, entrevistamos a jugadores, desarrolladores, analistas/redactores y profesionales.

4.5 Herramientas

Para las fuentes documentales hemos utilizado el buscador de Google, tanto el usual como el *Scholar* para información de carácter más académica. También hemos utilizado portales especializados como Dialnet, SciElo o el Depósito Digital de Documentos de la UAB sin ningún resultado satisfactorio.

También nos hemos servido de libros en formato .epub y físicos.

En cuanto a los programas usados para realizar el Trabajo de Final de Grado, hemos utilizado Photoshop para el retoque de imágenes, Microsoft Word para la elaboración del trabajo y Skype para concertar y hacer entrevistas.

El material físico que hemos empleado ha sido: un ordenador portátil, un vehículo propio (en algunas ocasiones transporte público) para el desplazamiento, un teléfono móvil para concertar entrevistas y grabarlas y un e-book para la lectura de artículos y libros.

4.6 Limitaciones

Como hemos mencionado anteriormente, Clash Royale es un juego que no ha tenido antecedentes en cuanto a estudios cualitativos (por lo menos públicamente) por lo que no tenemos referencias previas para basarnos en algo.

Por falta de tiempo tampoco hemos podido centrarnos en aspectos relacionados con el enfoque sociológico o estético que podría ser interesante para entender el videojuego y lo que le rodea, aunque sería interesante que en un futuro se pudiera estudiar.

Otra limitación importante es la barrera idiomática, al ser un juego hecho en inglés, no dominamos del todo la lengua por lo que la comunicación en ciertos portales de información (a

pesar de los traductores) no ha sido cubierta del todo. Podemos añadir que las entrevistas pensadas a realizadores/desarrolladores del juego no se han podido llevar a cabo por ese motivo.

El contacto con Supercell, la empresa desarrolladora de Clash Royale, no ha sido satisfactorio ya que no hemos podido encontrar trabajadores directos que nos pudieran aportar información relevante sobre el objeto de estudio.

Sería importante para el estudio que los desarrolladores pudieran responder preguntas ya que son los que más saben de primera mano el funcionamiento del juego y los datos que recopila, pero no hemos podido contactar con ninguno de ellos.

La web de soporte de Supercell nos ha respondido con el siguiente mensaje:

“Lamento tener que comunicarte que nuestros desarrolladores, aparte de ser pocos, se encuentran todos en Finlandia, buscando siempre nuevas formas de sorprendernos. Nos resulta, pues, imposible conseguirte una entrevista con alguno de ellos. “

5. Investigación de campo

En este apartado presentaremos las entrevistas realizadas y la comparación de respuestas por parte de la muestra separadas en grupos, en este caso, analistas, jugadores casuales y jugadores profesionales para más adelante proceder al análisis.

5.1 Jugadores casuales

Los jugadores casuales entrevistados son dos varones de 23 años (Marsal) y de 20 años (Lluís) ambos de nacionalidad española. Marsal es estudiante de ciclo formativo de grado superior DAM mientras que Lluís es estudiante del grado de ingeniería química en la UB. Las entrevistas fueron realizadas el día 8 de mayo de 2018 a las 12:20 (Marsal) y a las 13:15 (Lluís) a través del programa Skype.

Fueron escogidos para las entrevistas por la proximidad con el autor que tenía amistad con ellos y sabía que jugaban a Clash Royale desde que empezó el juego. El perfil de los jugadores casuales

puede verse reflejado en ellos y es importante saber la opinión de dos usuarios que representan al gran grosor de jugadores de Clash Royale.

Los dos usuarios empezaron a jugar a Clash Royale casi al inicio de su salida, el conocimiento del mismo empezó gracias a sus respectivos amigos, ya que eran usuarios y eso les hizo probar el juego para jugar con o contra ellos. Por una parte, Marsal ya jugaba a su juego franquicia Clash of Clans por lo que al salir Clash Royale y tener a sus amigos dentro, no tardó en engancharse mientras que Lluís era el primer juego de Supercell que consumía. Al inicio de la experiencia con Clash Royale, los dos jugadores se acabaron enganchando y siguen jugando hasta hoy.

Lluís siguió jugando a Clash Royale por su gusto por los videojuegos de cartas y para llegar alto en copas, es decir, para competir. En esto coincide plenamente con Marsal que siguió jugando por la adicción que ofrece la competitividad y la satisfacción de ganar. La progresión es importante para ambos jugadores que al ver que suben de nivel en el juego y consiguen más ítems, los anima a seguir jugando.

El éxito de Clash Royale, según Lluís, viene por la facilidad que tienen los jugadores para aprender a jugarlo y que no requiere una habilidad especialmente alta para los jugadores casuales. Por otra parte, Marsal defiende la idea de que el juego tiene éxito porque se actualiza constantemente, aun así, “la principal razón es la competitividad online y el ganar”.

El juego con más éxito de Supercell antes de Clash Royale fue Clash of Clans. Coinciden en la idea de que otra clave del éxito del juego es su predecesor el cual había creado un mundo o una comunidad que, según Lluís, “al basarse en el mismo mundo, ya tenía el éxito asegurado”.

Muchos jugadores cuelgan sus hazañas o explican cómo jugar en redes sociales en YouTube o Twitch. Hemos querido saber si estos jugadores casuales consumen estas plataformas. Hemos obtenido que Lluís ve muchos vídeos y *streams* sobre Clash Royale mientras que Marsal no ve ninguno ya que no es “tan fan como para ver directos”. Siguiendo el hilo de este párrafo y ligado con lo anterior, tanto el uno como el otro consumen los vídeos de TV Royale donde las mejores partidas de los profesionales son retransmitidas.

Como cualquier otro juego competitivo y como hemos explicado anteriormente, Clash Royale tiene su propio sistema competitivo por lo que hemos querido saber si siguen las competiciones profesionales. Al igual que la pregunta anterior, Marsal ha respondido que solo juega, no ve

competiciones profesionales. Por el contrario, Lluís tiene un seguimiento muy cercano porque “aprendo sobre el *metagame* (barajas más utilizadas)”.

Como apunte adicional, Lluís también suele asistir a las competiciones profesionales de forma presencial.

Normalmente los jugadores casuales suelen consumir otro tipo de juegos ya que le dedican poco tiempo, en este caso, los dos jugadores entrevistados han respondido que su principal juego de móvil es Clash Royale, aunque sólo juegan a otro juego de móvil de vez en cuando. Lluís dedica parte de su tiempo a jugar a Hearthstone, un juego de cartas colecciónables de la empresa Blizzard mientras que Marsal juega a Score Match, un juego sobre fútbol donde tienes que coleccionar jugadores que vienen en sobres. Estos juegos guardan un parecido a Clash Royale respecto al sistema de conseguir recompensas ya que vienen en sobres, por lo demás, no tienen nada en común.

Como curiosidad hemos querido saber lo que dedican de tiempo a Clash Royale a lo que Marsal ha respondido que dedica unas dos horas al día mientras que Lluís no ha dado un tiempo específico si no que ha dicho que de tiempo de juego total dedicado han sido 12 días (288 horas).

El factor *feedback* positivo entre jugador/comunidad y empresa nos parece un asunto importante en un juego por lo que hemos querido saber si han tenido algún problema con el juego alguna vez. Tanto Marsal como Lluís han tenido problemas de *bugs* (problemas técnicos) con Clash Royale que no les han podido solucionar en sistema de ayuda del juego ni poniéndose en contacto con Supercell, aunque han agradecido el aporte de error.

Igualmente, al preguntarles sobre su sensación de *feedback*, ambos jugadores han respondido sin ninguna duda que en el balance general es positivo porque escuchan a la comunidad. Como ejemplo, Lluís ha mencionado que “el juego necesitaba un cambio y los desarrolladores sacaron las guerras de clanes”.

Un elemento importante del juego con el puedes avanzar rápidamente pagando una cantidad de dinero real son las *gemas*. Por una parte, Lluís ha llegado a estar en *Ladder* (nivel alto) sin haber pagado nunca nada mientras que Marsal pagó en una ocasión por una oferta en *gemas*. Hemos querido saber también sus opiniones respecto a por qué la gente paga y coinciden que es porque la gente quiere ganar y para ello necesita *gemas* para mejorar rápidamente sus *cartas*.

Las actualizaciones de Clash Royale son habituales por lo que el canal de información se encuentra dentro del propio juego en el apartado de noticias o en las redes sociales de Clash Royale mencionadas en el marco teórico. A pesar de ello, Lluís se entera de las noticias normalmente por los canales de YouTube donde la gente profesional informa de las novedades el mismo día o antes mientras que Marsal simplemente va al apartado de noticias dentro del juego.

Desde su salida hasta hoy no negamos el éxito que ha tenido Clash Royale por lo que nos preguntamos sobre su futuro y tanto Marsal como Lluís coinciden en que si el juego se sigue actualizando constantemente como hasta ahora y siguen adelante con el modo competitivo (*ligas oficiales, torneos...*) el juego seguirá creciendo.

Para acabar en el aspecto de Clash Royale, hemos querido saber si este juego en específico es complicado o sencillo. Lluís ha respondido que es “un juego fácil de jugar y aprender, pero muy difícil de dominar” mientras que Marsal afirma que es un juego complicado en todo momento.

Dejando de lado Clash Royale, también nos interesa saber si estos jugadores casuales consideran que los e-Sports están dentro de la definición de deporte. En este caso, Marsal dice que no alegando que “un deporte es algo más físico que sirve para demostrar habilidades físicas, pero en el caso de los e-Sports es todo mental”. Por su parte, Lluís dice que “no dejan de tener su faceta mental como el ajedrez que es un deporte y un juego a la vez”, también añade que no cree que “requiera habilidad física para ser llamado deporte” por lo que afirma que está dentro de la definición de deporte.

5.2 Jugadores profesionales

Las entrevistas se realizaron el 10 de mayo de 2018 a las 11:45 a Álvaro y el mismo día a las 16:15 a Yassir a través del programa Skype. Ambos jugadores son de nacionalidad española y juegan en la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP (Liga de Videojuegos Profesional). Álvaro juega para Team Heretics mientras que Yassir juega para NeverBack Gaming. El primero ha acabado Bachillerato este año mientras que Yassir está aún en proceso de aprendizaje.

Escogimos estos profesionales por la facilidad de contacto gracias a sus clubs y a ellos mismos además de que así nos podamos hacer una idea del tipo de perfil profesional que se dedica a Clash Royale. También hemos podido obtener información de primera mano sobre el juego a nivel detalle ya que es su día a día.

Los profesionales entrevistados son varones de 17 (Yassir) y 19 años (Álvaro). Probaron el juego por diferentes motivos: a Yassir le insistió su hermano a jugar cuando salió al mercado hasta que cedió mientras que Álvaro ya jugaba anteriormente a Clash of Clans, por lo que al probar el nuevo juego se acabó enganchando.

Como hemos comentado en las anteriores entrevistas, el interés por saber el éxito de Clash Royale según los usuarios es un tema que queremos conocer; así pues, según ambos, tiene éxito porque es un juego de móvil “accesible para todo el mundo y puedes jugar en cualquier momento”, en palabras de Álvaro. Yassir lo secunda diciendo que “mientras haces cosas y tienes algunos minutillos libres, puedes echar partidas y al final, engancha”.

No tenemos claro si Clash Royale es un juego fácil o difícil así que estos dos profesionales han respondido de la misma forma: cuando empiezas a jugar es fácil, pero al entrar al competitivo sí porque hay muchos detalles. Según Álvaro “a niveles altos, al ser partidas de solo 3 minutos, tienes que jugar perfectamente porque si cometes cualquier error, pierdes”.

Normalmente imaginamos que dedican una cantidad de horas al día mayor que los jugadores casuales. Tanto Álvaro como Yassir no tienen una cantidad de horas fijas que dedican al día, más bien si tienen poco tiempo juegan una hora u hora y media mientras que cuando compiten juegan tres o cuatro horas.

Después de las declaraciones de las entrevistas con los analistas, hemos querido saber si realmente hay gente que se ha cansado del juego, como comentaba Adrián sobre el bajón de Clash Royale. Ninguno de los dos jugadores ha pensado nunca en abandonar el juego, aunque admiten que sí que juegan menos que al principio y con menos ganas.

Al ser Clash Royale un juego de móvil popular, les hemos preguntado si se puede vivir solo del juego a lo que han respondido que hoy en día es imposible vivir solo de Clash Royale, aunque según Yassir es posible jugar y que te patrocinen por YouTube y Twitch para tener suficiente dinero. Hablan también sobre la CRL donde “el sueldo mínimo son 1600 dólares” por lo que, según Álvaro, se podría vivir.

Como sacaron el tema de la CRL quisimos saber un poco más su opinión sobre qué le puede aportar a Clash Royale a lo que Yassir respondió que aportará más profesionalidad y, por lo tanto, estabilidad y tiempo de juego.

Al hablar sobre los canales de vídeo o *streaming*, afirman que no ven vídeos o los ven de vez en cuando, aunque las competiciones las siguen para ver a sus rivales y los mazos que usan. Como apunte curioso, ambos mencionan que han seguido alguna vez o visto vídeos de un jugador profesional holandés llamado *SurgicalGoblin*.

Siguiendo con el hilo de las novedades en mazo o *cartas*, Twitter es la red social donde Álvaro y Yassir siguen las noticias y novedades de Clash Royale además del apartado de noticias. Álvaro dice que “en Twitter es donde más te enteras de todo porque la gente habla de ello todo el tiempo”. Yassir refuerza la afirmación diciendo sobre Twitter que “cuando sale algo, alguien ya lo ha publicado antes de tiempo, va muy bien”.

Avanzando un poco más en el tema queríamos saber si la comunidad de profesionales está contenta con el *feedback* con Supercell a lo que han respondido que en general están contentos porque, según Yassir, “en los últimos cambios de balance han hecho caso a jugadores profesionales y han hecho cambios en torno a ellos”. A pesar del buen *feedback*, piensan que aún se necesita más interacción entre empresa y comunidad.

En cuanto a la competencia que tiene Clash Royale, Álvaro no se ha pronunciado al respecto ya que solo juega y no tiene conocimiento del panorama de juegos competitivos móvil mientras que Yassir cree que no hay competencia porque “no se ha desarrollado el ámbito competitivo hasta el nivel de Clash Royale” a pesar de que nombre a Arena of Valor (MOBA) como posible competencia.

Al igual que los jugadores casuales pagan por *gemas*, queríamos saber por qué los profesionales pagan por ellas a lo que Yassir ha respondido que ha comprado bastantes veces y que “ningún jugador competitivo las usa para abrir *cofres* si no para jugar grandes desafíos para entrenar”. Al preguntarle su opinión de por qué los jugadores casuales pagan, nos dice que es por la emoción de saber qué *cartas* tocarán en los *cofres*.

Sobre el futuro de Clash Royale, Yassir comenta que, gracias a la CRL, el juego durará bastante más tiempo y confiesa que antes de esta novedad pensaba que no duraría mucho más. Álvaro está de acuerdo con la declaración de Yassir y añade que “si potencian el competitivo igual podría durar 5 o 6 años más”. Destacamos que Álvaro no está muy contento con el trabajo de Supercell hasta la fecha, pero descarta que hagan bien las cosas en el futuro.

Para finalizar las entrevistas, les preguntamos si creen que los e-Sports son un deporte a lo que nos dieron respuestas contrarias. Álvaro al principio dudó, pero finalmente respondió que no es un deporte actualmente mientras que Yassir afirmó que los e-Sports son un deporte porque “hay entrenamientos, organizaciones, competiciones a pesar de la falta de actividad física” y que en un futuro crecerán aún más y “se considerarán deporte por todo el mundo”.

5.3 Analistas

Los analistas entrevistados son dos varones de 27 años (Óscar) y 25 años (Adrián) de nacionalidad española. Fueron entrevistados el 9 de mayo de 2018, Óscar a las 12:30 y Adrián a las 14:30. Óscar es recién licenciado en periodismo (promoción 2017) en la UIC de Barcelona, al acabar la carrera fue colaborador de eClasher news y recientemente ha sido ascendido a jefe de redacción, aunque también colabora con la LVP en la sección de Clash Royale. Adrián se licenció en INEF y ha dedicado su tiempo a Clash Royale desde su salida donde empezó como jugador profesional y ahora es entrenador de ASUS ROG Army, equipo que juega en la Superliga Orange de Clash Royale organizada por la LVP. Además de ello, es *caster* de competiciones del mismo juego, analista y redactor para fullesports.

Escogimos a estos analistas porque dedican mucho tiempo al día a Clash Royale y conocen todos sus aspectos técnicos además de las novedades que van surgiendo día a día por lo que sus conocimientos son muy valorados en nuestro trabajo.

Los entrevistados han jugado desde que Clash Royale salió en 2016 hasta el día de hoy que siguen siendo usuarios habituales. Tanto Óscar como Adrián empezaron a jugar a Clash Royale gracias a su predecesor, Clash of Clans. Empezaron como jugadores casuales y rápidamente evolucionaron a jugadores profesionales; por su parte, Óscar jugó seis meses en x6Tence y Adrián pasó un año como jugador para ASUS ROG Army. Actualmente Óscar colabora con la LVP (Liga de Videojuegos Profesional) en el apartado de Clash Royale y Adrián es entrenador, *caster*, analista y redactor de Clash Royale para fullesports.

Las horas que dedican al juego son muy dispares, mientras que Adrián a pesar de ser entrenador de un equipo profesional y ocupar un rango amplio de profesiones relacionadas con el juego, dedica unas 2 o 3 horas diarias mínimo mientras que Óscar dedica entre 8 y 10 horas. Lo que más tiempo les “quita” es “el tiempo que dedico a ver los partidos”.

Los dos entrevistados han ofrecido su punto de vista sobre el éxito de Clash Royale el cual es similar. Ambos han coincidido en que está pensado para jugarlo en formato móvil y esto hace que puedas jugar en cualquier lugar y en cualquier momento. También están de acuerdo en que puedes dedicarle las horas que creas conveniente y mejoras rápido tanto si eres un jugador casual como profesional. Adrián añade que Supercell ha adaptado el formato *tower defense* que se solía jugar contra una IA a jugarlo a tiempo real contra otro jugador y esto ha sido un punto clave mientras que Óscar habla de que “el juego es muy sencillo, las *cartas* son divertidas, las interacciones fáciles de entender y la progresión es asequible”. Este último también añade que la fan base anterior que vino con Clash of Clans es un punto más a tener en cuenta cuando hablamos de la popularidad de Clash Royale.

Hemos querido saber si consideran que es un juego sencillo o complicado a lo que dicen que es fácil de jugar, pero muy difícil el ser profesional. Como dice Adrián, “es sencillo y divertido si tienes objetivos a corto plazo, pero si buscas algo más, es muy jodido”.

Al ser Clash Royale un juego en constante evolución y actualización y al estar los dos entrevistados muy próximos a los cambios, les hemos preguntado de dónde sacan la información a lo que han respondido que en Twitter o desde el propio apartado de noticias del juego. Cabe destacar que Óscar tiene una cuenta de Twitter donde sigue a los 300 profesionales más influyentes de Clash Royale además de las redes de Supercell para estar al día de las noticias.

Normalmente cuando un juego tiene éxito no suelen tardar otros que intentan imitarles por lo que hemos querido saber si Clash Royale tiene competencia. Adrián ha respondido que poco a poco empieza a haber, pero no en el mismo formato de Clash Royale. Como ejemplo pone a los del género MOBA (Massive Online Battleground Arena) donde cinco jugadores se enfrentan a otros cinco con campeones con habilidades distintas. Aun así, afirma con seguridad que no supondrán ningún problema con Clash Royale porque el modo de juego no tiene que ver. Óscar por su parte dice que no tiene competencia a nivel competitivo y que, por lo menos hasta el día de hoy, es así.

El contenido de Clash Royale es completamente gratuito, pero con las *gemas* se puede acelerar el proceso y hemos querido saber por qué la gente paga por algo que a la larga puede conseguir. Adrián ha respondido que la gente paga por frustración, es decir, la gente piensa que “si pago un poco, puedo acelerar este proceso” por lo que al marcarte objetivos y no cumplirlos, pagas para ello. Añade que “Clash Royale sabe frustrarte muy rápido y muy fácil” ya que todo está montado

para que finalmente pagues. En cambio, Óscar habla sobre la competitividad, el deseo del usuario de llegar a tener más nivel. Según él, “los jugadores casuales pagan para tener algo rápido y no gastar tiempo”.

Al no tener predecesores en cuanto a repercusión competitiva en formato móvil, también queremos saber sobre el futuro del juego. Los dos analistas ven que el futuro es incierto, pero tienen diferentes puntos de vista. Óscar habla de que el juego durará mientras siga ingresando dinero, que no se sabe hasta cuándo será mientras que Adrián opina que hubo un bajón en el crecimiento de jugadores y economía de Clash Royale. A pesar de ello, ambos opinan que la nueva competición de CRL (Clash Royale League) hará que Clash Royale siga en auge por lo menos dos años más y a partir de aquí, será incierto.

Quisimos seguir indagando en saber por qué dijo Adrián que Clash Royale tuvo un bajón a lo que respondió que es algo que se percibió en la comunidad. Para entender la comunidad del juego hay que estar en Twitter, que es donde surgió la misma y sigue evolucionando. Menciona el hecho de que los jugadores mencionaban en Twitter que se aburrían, que avanzar era muy complicado o que ya tenían todo, “en resumen, que la gente ha jugado mucho y se ha ido cansando por lo que necesitan novedades” y Supercell no las proporcionaba hasta hace poco. Por ello, opina que Clash Royale volverá a despuntar con las actualizaciones que ha ido incorporando.

Nos surgió una duda durante la entrevista a Óscar por lo que le preguntamos sobre si los juegos móviles alcanzarán a los juegos de otras plataformas en cuanto a repercusión, a lo que respondió que esa es la “gran pregunta”. Opina que son “experiencias de usuario diferentes, van a tener un crecimiento bastante paralelo” ya que “la industria móvil acaba de nacer” pero que con el tiempo sacarán “otro juego buenísimo de móvil” que impulsará a los juegos móviles.

Para finalizar ambas entrevistas quisimos saber sus opiniones respecto si consideran que los e-Sports son un deporte. Las respuestas fueron contrarias, mientras que Óscar opina que “deporte electrónico es un término poco acertado” y que no lo definiría como un deporte ya que “si el deporte es una práctica deportiva, el e-Sport no es un deporte aunque si es competir con amigo”, Adrián afirma con “la boca chica” que sí que lo es ya que “necesitas una disciplina, trabajo en equipo, constancia, afán de autosuperación, entrenar...” y que “en líneas generales, los e-Sports son un deporte”.

6. Análisis

En este apartado analizaremos y compararemos la información recopilada en el marco teórico y en las entrevistas realizadas a usuarios de Clash Royale para, más adelante, llegar a conclusiones y ver si se las hipótesis planteadas son correctas. Recordamos que todos los análisis estarán basados hasta donde hemos podido llegar en cuanto a información contando con las limitaciones que hemos tenido.

6.1 Éxito de Clash Royale

Clash Royale es uno de los juegos móviles competitivos con mayor éxito hasta la fecha. Para saber cómo ha llegado a ser tan popular, contrastaremos la información de las fuentes bibliográficas con las respuestas de los entrevistados.

Primero queremos saber si Clash of Clans ha influenciado en su éxito. Como hemos visto anteriormente, su predecesor ya tenía una comunidad de jugadores establecidas y el juego está basado en el mismo universo. Bien podemos afirmar que no es el mismo tipo de juego, aunque comparten personajes y ambientación.

Según todos los entrevistados, excepto Yassir que no conocía Clash of Clans, están de acuerdo en que su predecesor es el responsable de gran parte de su éxito ya que tenía una fan base muy desarrollada y establecida por lo que ha facilitado que a gente conociese Clash Royale. Esta idea se refuerza con la de Juan Pérez (2017) vista en el marco teórico donde dice que gran parte de su éxito se lo debe a Clash of Clans.

Por ello podemos afirmar que el hecho de que ya en su salida Clash Royale fuera tan consumido se debe en parte al éxito de Clash of Clans.

El ámbito competitivo en Clash Royale es muy importante para determinar su éxito ya que muchos jugadores se vuelcan en subir sus *copas* para llegar a lo más alto y poder competir en diferentes eventos. Es muy importante recalcar que antes de la llegada de Clash Royale no tenemos constancia de que un juego de sus características haya llegado a ser competitivo. Es más, como hemos podido comprobar el marco teórico, el juego no tenía intención de llegar al mundo de los e-Sports, aunque finalmente sucedió.

Según el entrevistado Marsal, el éxito de Clash Royale viene dado por su faceta competitiva ya que hace que los jugadores noten un progreso en cuanto a la evolución personal al subir de *copas* y

llegar a *arenas* más altas. Iván González (2018) también nombra que una parte de su popularidad es gracias a que tiene todos los aspectos de un e-Sport. Queremos mencionar otra clave por parte de Rocío (2017) donde habla de que los emparejamientos son contra gente de tu nivel y eso también lo hace atractivo.

A pesar de que sólo ellos dos nombran esa faceta competitiva, podemos afirmar que es una parte importante del buen recibimiento del juego ya que se ha montado un escenario competitivo alrededor del mismo que ha impulsado el fenómeno Clash Royale.

El poder jugar en cualquier lugar y cualquier momento es otra clave del éxito. Todos los entrevistados están de acuerdo con esta afirmación ya que, o lo han comentado durante la entrevista, o son jugadores casuales. También Rocío Martín (2017) habla sobre ello en el marco teórico diciendo que es el hecho de estar creado para móviles. Al ser un juego móvil, ya viene implícito que está pensado para jugar en cualquier situación.

El sentimiento de progresión en todos los videojuegos es un elemento muy importante que Clash Royale ha añadido a sí mismo. Todos los jugadores pueden subir de *copas* y conseguir un mayor número de *cartas* en poco tiempo por lo que ese sentimiento de ir evolucionando en el juego hace que la gente siga jugando y sea otra clave de su éxito.

La sencillez es otro punto dentro del éxito de Clash Royale. Es un juego sencillo de aprender y difícil de dominar como hemos visto en las entrevistas. Todos los entrevistados excepto Marsal han coincidido en la simpleza del juego a lo que también se suma Iván González (2018).

El aspecto visual de cualquier juego es algo muy importante, aunque muchos jugadores no dudarán en contradecir esta afirmación (sobre todo los amantes de lo retro). A pesar de ello, Clash Royale cuenta con un apartado de diseño fácil e intuitivo con un estilo *cartoon*. Los entrevistados no se han pronunciado al respecto, aunque creemos que es otro de los atractivos del juego. Esto hace que el juego pueda ser consumido o parezca que esté destinado para todos los públicos como dice Juan Pérez (2017). Añadimos aquí la opinión de Iván González (2018) sobre que el arte es dinámico y eso influye en el éxito.

Clash Royale es un juego *freemium* como menciona Iván González (2018) y tiene que ver con su éxito. El hecho de pagar en un juego por un contenido que puedes obtener con el tiempo hace atractiva la idea de pagar para conseguirlo antes y así sentir lo que decíamos antes, un

sentimiento de progresión y ganar a tus “enemigos”, es decir, progresar en la competición. Yassir comenta que la gente paga por el sentimiento de incertidumbre al conseguir las cosas sin saber lo que va a tocar.

Este tema lo ligamos al hecho de que pensamos que la aleatoriedad en cuanto a las recompensas del juego puede ser otra clave del éxito. Hay mucha gente que siente emoción y se engancha con juegos al azar y este aspecto se comparte con Clash Royale. No entraremos en hipótesis ni elucubraciones sobre la adicción a la aleatoriedad.

6.2 El futuro de Clash Royale

Muchos otros juegos han sufrido un declive en cuanto a número de jugadores e ingresos y Clash Royale no ha sido la excepción, como decía Adrián, sufrió un bajón en cuanto a jugadores porque necesitaba novedades, aunque al final supieron solventarlo como veremos más adelante.

No hemos podido hablar directamente con los desarrolladores, pero accediendo al subforo de Reddit de Clash Royale ([link](#)), nos hacemos una idea de la intención de los desarrolladores en cuanto a ciertos aspectos del juego. En el apartado de “Ask Me Anything” que hemos mencionado en el marco teórico, los desarrolladores hablan sobre que quieren prolongar la vida del juego lo máximo posible. Esta declaración la ligamos con las entrevistas realizadas donde los dos analistas hablan de que el futuro del juego es incierto a cuanto la durabilidad del mismo mientras que los profesionales hablan de que, como mínimo, durará unos dos años, pero luego será incierto. En este caso Álvaro habla de que si Supercell hace las cosas bien y potencia el juego competitivo podría durar entre 5 y 6 años.

La duración específica de tiempo viene dada a la profesionalización de la competencia de Clash Royale gracias a las futuras competiciones programadas. Tanto la Nations Cup como la CRL (Clash Royale League) ofrecerán al juego más tiempo de vida como dicen Yassir y Álvaro. Enlazamos con esto la idea de que actualmente los jugadores profesionales de Clash Royale no pueden vivir con el suelo que se les ofrece (solo por jugar) pero que en un futuro y gracias a la CRL podría ser posible según Álvaro. Otra cosa son los jugadores (profesionales o no) que viven del contenido que producen a través de Clash Royale. (esto molaría hablar de ello en futuras investigaciones).

Supercell también menciona en el AMA (Ask Me Anything) que seguirán creando *cartas* y trabajando en el balance del juego para que esté igualado. Podemos relacionar este concepto con lo de los puntos clave del juego en cuanto a que te emparejan con gente del mismo nivel. Tanto

Marsal como Lluís coinciden en este punto diciendo que, si el juego sigue trabajando como hasta hoy en el apartado de novedades y balances, tendrá un buen futuro. Queremos hacer mención a lo que dijo Adrián sobre el bajón que tuvo el juego por la falta de actualizaciones que acabaron solventando de manera inmediata como con la guerra de clanes que hemos mencionado en el marco teórico y que gracias a estas novedades el juego despuntará de nuevo.

Aquí también podemos añadir el hecho de que por lo que sabemos, Clash Royale no cuenta con competencia directa por lo que hace que su futuro no sea vea afectado por juegos similares, aunque no sabemos si en un venidero puede aparecer un competidor ya que la industria de los videojuegos está en constante evolución.

6.3 Competencia

En principio podemos afirmar que Clash Royale no tiene competencia directa, este hecho viene dado porque no se ha adaptado otro juego con las mismas características en el apartado competitivo hasta la fecha.

Como hemos visto en el marco teórico, como competencia directa tenemos imitaciones del propio juego como Craft Royale o Jungle Clash donde el sistema de juego es el mismo, aunque cambia la ambientación o el universo en el cual se desarrolla. También añadimos juegos como Castle Burn o Spellbinders que tienen un sistema de juego similar de *tower defense*, estrategia a tiempo real, elixir y combates online.

Todos estos juegos mencionados que entran dentro de la categoría de competencia directa no tienen el impacto de Clash Royale ni mínimamente por lo que los consideraremos poco acertados para ser llamados juegos rivales.

Tenemos que tener en cuenta la competencia indirecta pues como sabemos, hay otros juegos exitosos dentro del panorama móvil como Candy Crush o ROBLOX, pero no tienen un sistema competitivo por lo que tampoco se considerarían competencia. Cabe apuntar que desde que salieron hasta la actualidad, ambos juegos tienen muchos menos usuarios activos mientras que Clash Royale parece ser que los mantiene.

A pesar de todo ello, los jugadores que hemos entrevistado también juegan a otros juegos de móvil, aunque les dedican mucho menos tiempo que a Clash Royale. Marsal juega a Score Match que mantiene un sistema de apertura de sobres similar a la aleatoriedad de las recompensas de

Clash Royale mientras que Lluís consume Hearthstone que tiene en común el sistema de colecciónismo de cartas. Ambos juegos entrarían en la categoría de competencia indirecta.

Por su parte Adrián habló de la competencia de los MOBA en versión móvil ya que actualmente hay algunos que empiezan a formar un ámbito competitivo reducido a lo que Yassir secunda la idea hablando del MOBA Arena of Valor que ya tiene una liga amateur en la LVP. En plataformas como PC, los juegos MOBA son un éxito abrumador como, por ejemplo, League of Legends, aunque en versión móvil no se han desarrollado tanto por lo que creemos que es, la comodidad y accesibilidad que otorga el PC para este tipo de juegos.

6.4 Relación comunidad de jugadores y desarrolladores

En cualquier juego es muy importante las comunidades de jugadores que se crea y dónde se sitúa, es decir, el medio con el que el *feedback* entre comunidad y desarrolladores se forma. La voz de los jugadores hace que los desarrolladores del mismo sepan qué dirección tomar, los errores a corregir y lo que piensan los usuarios. Desde el otro lado, cuando los cambios que piden los usuarios se efectúan en un juego, hace que la comunidad quede satisfecha al saber que las opiniones son escuchadas. Normalmente las compañías utilizan las redes sociales, encuestas dentro del juego (o fuera) o los datos que les vienen dados dentro del propio juego.

En el caso de Clash Royale podríamos decir que el *feedback* entre la comunidad y los desarrolladores es en mayor parte positiva. Nos basamos en que, en las entrevistas, la muestra de jugadores casuales y profesionales está satisfecha con la relación. Como ejemplo pondremos el caso que mencionó Lluís en su entrevista: la comunidad de jugadores pedía novedades en Clash Royale a lo que los desarrolladores añadieron las guerras de clanes poco tiempo después.

Supercell tiene como método de relación con los usuarios el subforo de Reddit dedicado a Clash Royale que hemos mencionado en el marco teórico donde los jugadores pueden poner sus dudas sobre el juego y sugerencias. Además, cuentan con el apartado AMA mencionado anteriormente dentro del propio subforo de Reddit.

Queremos añadir que los dos jugadores profesionales entrevistados están de acuerdo en que el balance es positivo y que hacen caso a la comunidad, pero creen que debería haber incluso más comunicación con los jugadores profesionales.

Otro factor importante en la comunicación entre desarrolladores y la comunidad es el tema de la información sobre el juego, es decir, las actualizaciones y los cambios. Como hemos mencionado en el marco teórico, Twitter es la principal plataforma de comunicación tanto de la empresa como de los jugadores. No solo la usan para la comunicación entre ellos, sino también entre jugador y jugador. Esto viene dado a que Twitter es una red social donde tiene un límite de caracteres por lo que la información viene compactada y además permite añadir imágenes o vídeos. Durante la entrevista, Adrián afirmó que “para entender la comunidad del juego hay que estar en Twitter, que es donde surgió la misma y sigue evolucionando”.

Los jugadores profesionales y los analistas entrevistados se enteran de las noticias relacionadas por Clash Royale mayoritariamente a través de Twitter o en su defecto en el apartado de noticias dentro del propio juego.

Otro modo de enterarse de las novedades del juego es YouTube, Instagram o Facebook. Por su parte, Lluís se entera de las novedades en el apartado de noticias del juego o a partir de vídeos de profesionales de Clash Royale que cuelgan en YouTube mientras que Marsal también utiliza el apartado de noticias del juego.

Aunque YouTube, Instagram y Facebook de Clash Royale tienen más seguidores, publican menos contenido o noticias. Para ello, Supercell utiliza Twitter, el apartado de noticias del juego o su subapartado de Reddit.

6.5 Clash Royale y la narrativa transmedia

En este apartado analizaremos si Clash Royale es un juego transmedia o no. Para hablar de Clash Royale antes debemos hablar de su predecesor, Clash of Clans.

Clash of Clans tenía su propio mundo ficticio, una estructura bien establecida y una competitividad destinada solo a dentro del juego, es decir, sin torneos externos oficiales establecidos. Dentro de Clash of Clans existían unos personajes que creabas o podías reclutar los cuales simplemente en las actualizaciones te los presentaban dentro del juego o por redes sociales. Este fenómeno ya creaba una especie de narrativa transmedia pero lejos de quedarse aquí, en YouTube cuenta con una miniserie sobre el universo de Clash of Clans llamada Clash-A-Rama donde a través de vídeos cortos presentaban novedades o nuevos personajes. También lo hacían servir para explicar qué es lo que rodeaba el mundo más allá de las batallas como la personalidad de los personajes, quién

mandaba en el mundo o simplemente como forma de entretenimiento. Esto nos hace afirmar que Clash of Clans poseía una narrativa transmedia elaborada.

A raíz de estos vídeos, Clash Royale desarrolló los suyos propios e incluso comparte los usados en Clash-A-Rama ya que están ambientados en el mismo mundo por lo que sirve para uno y otro juego. En el canal de YouTube de Clash Royale podemos ver que hay vídeos sobre las novedades en formato dibujos o presentaciones de *cartas* donde hablan del nuevo personaje y de dónde viene, es decir, su procedencia y una breve descripción. Muy de vez en cuando, Supercell presenta vídeos de humor sobre Clash Royale con los personajes propios de ese universo, pero en muy raras ocasiones.

Queremos destacar que la versión de Clash-A-Rama viene dada por unos cómics que han trasladado a vídeos pero su principal función son entretener al lector y no al espectador a pesar de que lo trasladaron a formato visual.

También añadimos que Clash Royale cuenta con una amplia gama de *merchandising* que engloba el contenido del juego. Hay de todo tipo: camisetas, tazas, pines, cartas, pegatinas, figuras...

Todo ello hace que el mundo de Clash Royale “cobre vida” más allá del propio juego por lo que podemos afirmar que Clash Royale es un juego transmedia.

6.6 Los e-Sports como deporte

Uno de los apartados que más nos ha interesado del Trabajo de Final de Grado es saber si los jugadores de Clash Royale consideran que los e-Sports son un deporte. Ya hemos hablado de esto en el marco teórico donde hemos dejado constancia que, en principio, podemos catalogarlo como deporte, pero hay ciertas reticencias en la muestra.

La mitad de ellos niega que los e-Sports estén dentro de la definición de deporte ya que no se produce actividad física o como dice Oscar, es un término poco apropiado. En cambio, Lluís, Adrián y Yassir afirman que sí se deben considerar un deporte ya que, aunque no haya actividad <http://clasharama.com/index.php/comics/> y al igual que otros deportes como el ajedrez son considerados como tal, los e-Sports también deberían serlo.

7. Conclusiones

En este apartado repasaremos las distintas hipótesis que hemos planteado en el apartado de metodología a fin de ver si tras toda la información reunida, las entrevistas realizadas y los análisis previos han sido resueltas. También mencionaremos las limitaciones que nos hemos encontrado a la hora de realizar el Trabajo y las futuras posibles investigaciones sobre el mismo objeto de estudio.

7.1 Resolución de hipótesis

1. Clash Royale seguirá siendo uno de los juegos más consumidos en los próximos años

Podemos decir que Clash Royale seguirá siendo de los juegos más consumidos en plataforma móvil en los próximos años. No podemos estar seguros cuántos años serán a pesar de que los entrevistados coincidan en que tendrá una vida útil de dos años más seguro pero que a partir de ese momento no hay nada establecido. Contamos ya con la idea que los videojuegos están en constante evolución por lo que no podemos determinar de qué modo puede afectar al juego. Tendremos que estar atentos a futuros avances en el campo de la telefonía móvil tanto de hardware como de software además de la industria de los videojuegos móviles y al surgimiento de nuevos juegos de ámbito competitivo.

2. Clash Royale es un juego transmedia

Esta hipótesis es falsa. El juego en sí no tiene una narrativa transmedia más allá del propio juego ya que no consideramos que los cómics o miniseries (Clash-A-Rama) relacionadas sean totalmente del mundo de Clash Royale sino más bien de Clash of Clans. Cabe recordar que el objeto de estudio viene precedido y está ambientado en el universo de Clash of Clans por lo que no es propio, al igual que el *merchandising* o todo lo relacionado con la transmedia. No descartamos que en un futuro puedan desarrollar una narrativa transmedia propia de Clash Royale.

3. El éxito de Clash Royale viene dado por su sencillez

El éxito del videojuego no viene establecido por una sola razón, en este caso, su sencillez. El impacto que ha tenido Clash Royale viene de diferentes factores como los que hemos visto en el análisis realizado, siendo estos: sencillez, inmediatez, progresión, accesibilidad, competitividad, procedencia (Clash of Clans), equilibrio, atractivo visual, formato *freemium*, y que está pensado

para plataformas móviles. Podemos decir que la sencillez es una de las razones, pero no la más importante.

4. El *feedback* desarrolladores/usuarios es satisfactorio

No hay ninguna duda respecto a que la hipótesis planteada es correcta. El propio juego tiene un apartado en Reddit donde jugadores, tanto casuales como profesionales, pueden comunicarse a través de *posts* con los desarrolladores de Clash Royale para hacer que el juego sea una experiencia satisfactoria para ambas partes. Hemos visto en el análisis previo que toda la muestra está de acuerdo en que el *feedback* entre desarrolladores y usuarios de todo tipo es satisfactorio.

5. Clash Royale no tiene competencia directa

Actualmente Clash Royale no tiene ningún videojuego que le haga competencia directa, por lo menos en el ámbito competitivo. El videojuego tiene el apartado de *torneos* y *ligas* muy arraigado que ha hecho que sea un referente entre los videojuegos móviles. No podemos determinar si en un futuro este hecho vaya a cambiar.

7.2 Limitaciones

Reiteramos las limitaciones que nos han surgido en la elaboración de este Trabajo de Final de Grado.

El hecho de que el Clash Royale sea un videojuego para móviles que salió al público hace dos años significa que la información que hemos podido extraer para la realización del trabajo pueda llegar a ser insuficiente. Añadimos el hecho que, presuntamente, no tiene antecedentes en cuanto a trabajos cualitativos hecho que hace que no podamos basarnos en previo ni tengamos referencias.

El juego está hecho originalmente en inglés y creado por finlandeses por lo que la barrera idiomática ha supuesto un problema a la hora de recoger información o ponernos en contacto con gente especializada en otros idiomas.

No hemos podido ponernos en contacto con los desarrolladores de Supercell a pesar de los intentos a través de mails o por Reddit lo que nos ha supuesto no tener una voz propia de la empresa en las entrevistas. El servicio de soporte nos mandó un mail con el siguiente mensaje: "Lamento tener que comunicarte que nuestros desarrolladores, aparte de ser pocos, se

encuentran todos en Finlandia, buscando siempre nuevas formas de sorprendernos. Nos resulta, pues, imposible conseguirte una entrevista con alguno de ellos. “

Relacionado con esto último, otra limitación ha sido que el número de entrevistados ha sido reducido por lo que los análisis realizados en base a ellos pueden ser insuficientes para sacar una conclusión concluyente sobre el objeto de estudio.

Por último, la limitación de tiempo para la realización de este trabajo nos ha impedido profundizar en diversos aspectos sobre Clash Royale (y lo que le rodea) que nombraremos en el subapartado de próximas investigaciones.

7.3 Próximas investigaciones

Por las limitaciones explicadas anteriormente no hemos podido investigar todos los temas que nos hubieran gustado del juego por lo que sería interesante que en un futuro se pudiera profundizar sobre algunos de ellos.

Una investigación futura podría ser el estudio sociológico de Clash Royale para hacernos una idea del tipo de *target* al que está dirigido y el tipo de perfil real de los jugadores.

También podríamos detenernos en el aspecto técnico del propio juego para saber por qué está hecho como está y no de otra manera, aunque esto debería ser resuelto o podría serlo por parte de los desarrolladores.

Por último, el mundo competitivo en plataformas móviles está en desarrollo y presuntamente no se ha establecido del todo, por lo que sería interesante realizar un estudio sobre las futuras competiciones relacionadas con los videojuegos móviles basándonos o tomando como punto de partida el impacto de Clash Royale.

8. Bibliografía y webgrafía

- AIMC (2018). Infografía Resumen 20º Navegantes en la Red. Recuperado de: <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/infografia-resumen-20o-navegantes-la-red/>
- Borowy. (2012). Public Gaming: eSport and Event Marketing in the Experience Economy. *International Journal of Communication*, vol. 7, nº 21, (pp. 2254-2274).
- Dean, P. (2005). US National Video Game Team. Recuperado de: http://spyhunter007.com/us_national_video_game_team.htm
- González, Iván. (2018). Nuestras claves por las que Clash Royale está triunfando en loa eSport. Marca eSports. Recuperado de: <https://esports.marca.com/clash-royale/claves-exito-clash-royale-esports.html>
- González, M. (2015). Nueve cifras para entender de verdad lo que mueve el streaming de videojuegos. Xataka. Recuperado de: <https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/el-streaming-de-videojuegos-en-nueve-cifras>
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). Transmedia Storytelling. MIT Technology Review. Recuperado de: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Kent, S. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. New York: Three Rivers Press.
- Martín Rocío (2017). Clash Royale: los secretos de su éxito. Eldiario.es. Recuperado de: https://www.eldiario.es/ping/Clash-Royale-secretos-exito_6_666043403.html
- Millar, H. (30 de junio de 1984). “It’s Not Just a Game Anymore”. San Jose: *Mercury News* pp. 1b-4b.
- NewZoo (2016). Clash Royale Revenues Top \$80 Million in First Month Making it World's Top Grossing Game. Recuperado de: <https://newzoo.com/insights/articles/clash-royale-revenues-top-80-million-in-first-month-making-it-worlds-top-grossing-game/>

- NewZoo (2018). NewZoo: Global Esports Economy Will Reach \$905.6 Million in 2018 as Brand Investment Grows by 48%. Recuperado de: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>
- NewZoo (2018). The Role of Mobile in eSports. Recuperado de: <http://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2018/03/Role-of-Mobile-in-Esports-Report.pdf>
- Pérez, Juan. (2017). Las 8 razones del éxito de Clash Royale. Eldesmarque. Recuperado de: <http://esports.eldesmarque.com/clash-royale/8-razones-exito-clash-royale-26027>
- Real Academia Española. (2014). Deporte. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=CFEFwiY>
- Sheff, D, Eddy, A. (1999). *Game Over: How Nintendo Conquered the World*. Wilton: First Gamepress Edition.

9. Anexos

Entrevistas

9.1 Jugador casual - Marsal Roura

· ¿Cómo conociste Clash Royale?

Básicamente por amigos. Empezó todo por una de sus franquicias, Clash of Clans, que mis amigos jugaban y me enganché y luego salió este juego. Al salir no le hacía caso porque creía que era un juego sin más, pero al final me enganché.

· ¿Por qué te enganchaste?

Creo que lo que nos gusta a todos de estos juegos es la competitividad. Juegas contra alguien, tienes que ganar y causa adicción. Se trata de cuánto más juegues y más sepas sobre el juego, más estrategias puedes aplicar, más nivel tendrás, serás más bueno... y creo que es esa progresión lo que engancha.

· ¿Por qué crees que tiene tanto éxito?

Creo que es por eso mismo, además de que está muy bien montado, se actualiza continuamente lo que hace que el jugador esté pendiente al juego continuamente, pero creo que la principal razón es la competitividad online y el ganar.

· ¿Has visto vídeos o *streams* alguna vez sobre el juego?

La verdad es que no soy tan fan como para verme directos y cosas así, pero en la misma aplicación hay un apartado que te permite ver partidas en directo o en diferido si son muy buenas o de gente importante. Esas partidas sí que las miro de vez en cuando pero no soy muy fan de esto.

· ¿Sigues las competiciones profesionales?

No, no, que va. Solo juego.

· ¿Juegas a otros juegos de móvil?

Sí, a uno solo. Lo uso para cuando no quiero perder o enfadarme más en el Clash.

· ¿Tu principal juego es Clash Royale?

Sí, sin duda.

¿Cuánto tiempo al día le dedicas a Clash Royale?

Igual una hora y media o dos horas al día.

· ¿Tiene algo que ver el otro juego con Clash Royale?

No, lo único que tiene igual es el multijugador

· ¿Qué juego es?

El Score Match, tienes que ir dando pases de futbol para meter goles. Ahora que lo pienso se parecen en el tema de la apertura de sobres y jugadores con niveles.

· ¿Crees que son competición directa?

No, creo que no.

· ¿Has tenido algún problema con el juego? ¿Lo han solucionado?

La verdad es que tengo uno que me dura hasta día de hoy: al cambiar de móvil hice un cambio de Android a un Iphone. Esto hizo que al entrar al juego no me reconozca mi cuenta anterior y tenga que vincularla cada vez que entro.

Me puse en contacto con ellos y me dieron la solución que me dio el FAQ, pero no, no se solucionó, aunque tampoco me molesta demasiado.

En verdad no sé si es tema de Apple o del propio juego.

· ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?

Creo que de momento van bien. Se han puesto serios con el competitivo y cada día van sacando buenas *cartas*, actualizaciones, hacen balances, escuchan bastante al público del Clash... lo están haciendo bastante bien. Sacan modos nuevos, misiones... cosas que lo hacen más dinámico. Si siguen a este ritmo el juego seguirá creciendo hasta a saber dónde.

· ¿Del 1 al 10 qué puntuación le darías?

Un 8 porque lo bueno que tiene es que además de aprenderte todo lo del juego debes aprender a manejarlo. Parece sencillo, pero debes montarte una buena estrategia para poder ganar.

· ¿Has pagado por algo del juego?

Sí, en el juego te van saliendo diferentes ofertas y están bien de precio. He pagado una vez 10 euros por una oferta que te daban un par de cosas.

· ¿Crees que las microtransacciones les funciona?

Sí. Es eso, la gente empieza el juego o tiene más dinero de lo normal y se puede permitir empezar una partida y mejorar rápidamente gracias al pago. Creo que tienen muchos ingresos, sobre todo gracias a las ofertas.

· ¿Por qué crees que la gente paga?

Para mejorar más rápido porque contra más *gemas* tienes ganas más experiencia, *cartas*... la gente paga para ganar más partidas.

· ¿Crees que es un juego complicado o sencillo?

Yo diría que es complicado porque tienes que aprenderse las *cartas* y lo que hace cada una. Si tu nivel es más alto tienes que saber su *counter* (carta rival) y todas esas cosas.

· ¿Sigues sus redes sociales?

No, tampoco.

¿No afectan a la experiencia de juego?

No, no.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

Creo que un deporte es algo más físico que sirve demostrar habilidades físicas, también mentales, pero en el caso de los e-Sports es todo mental. No te esfuerzas físicamente en nada y creo que no se considera un deporte.

· ¿Crees que el *feedback* entre empresa y usuario es positivo?

Creo que sí, hay diversas opiniones, pero en general es positivo. Siempre hay gente enfadada con las actualizaciones, pero miran de hacerlo equitativo.

· ¿Crees que los e-Sports llegarán tan alto como, por ejemplo, el fútbol?

Puede ser porque a la larga irán sacando juegos mucho más reales que enganchen más. Los e-Sports hace relativamente poco que han nacido y en algún evento he visto estadios llenos, por eso creo que va a ir a más. Si no es aún un deporte oficialmente, el e-Sport se va a reconocer como deporte en el futuro.

· ¿Crees que los juegos móviles tienen ventaja respecto a PC o consola?

Creo que los juegos de móvil están más pensados para jugar momentáneamente y los juegos de Play, por ejemplo, son más para echarles horas ya que tienen modo historia. Los juegos de móvil puedes jugar igual o incluso más tiempo, pero no de seguido, son más pausados. No es lo mismo una partida de Clash que irte al GTA y hacer misiones hasta que te canses.

· ¿Entonces juegas más a otras plataformas?

No, a ver, no juego mucho porque no soy de jugar videojuegos. De momento tengo el Clash y ya me vale.

· ¿Crees que en el futuro el móvil sustituirá a otras plataformas?

Creo que irán avanzando en paralelo los juegos de consolas y de móviles. Cada uno irá por un lado y habrá una misma cantidad de público para móviles y no móviles.

9.2 Jugador casual - Lluís Núñez

· ¿Cómo conociste Clash Royale?

Cuando salió empezó a salir por Youtube y algunos amigos míos del instituto lo jugaban y decidí probarlo porque siempre he jugado a videojuegos. Siempre me han llamado la atención los juegos de cartas.

· ¿Por qué te seguiste jugando?

Además de porque juegan mis amigos y nos picamos, por llegar alto en copas. Me gustan los mazos, me gustan las novedades como las guerras de clanes y me parece un juego entretenido.

· ¿Por qué crees que tiene tanto éxito?

Tiene éxito porque es fácil de jugar, no requiere una habilidad de juego impresionante (a niveles altos sí), pero empezar a jugar y conseguir todas las *cartas*, subir de nivel... no, pero conseguirlas lo haces poco tiempo, en un mes te puedes poner al día de la arena en la que estés. Se hizo popular y tiene tirada.

· ¿Crees que tiene algo que ver con Clash of Clans o algunos de sus predecesores?

Sí, como ya había sacado Clash of Clans y ya jugaba mucha gente, un juego que era lo típico de construir tu aldea y eso, al basarse en el mismo mundillo ya venía con éxito casi asegurado. Además, como tiene un rollo más *cartoon*, ha enganchado a los jóvenes.

· ¿Has visto vídeos o *streams* alguna vez?

Sí, muchos, muchísimos, sigo a muchos canales profesionales, también los veo jugar.

· ¿Sigues las competiciones profesionales?

Sí, me gustan mucho, me parece muy entretenido y aprendo mucho viendo como juegan. Sobre todo, aprendo sobre el meta (el tipo de juego, las mejores *cartas*). Lo utilizo para fijarme en detalles, cómo usar bien las *cartas* o cuáles ya no sirven.

· ¿Juegas a otros juegos de móvil?

También juego a Heartstone, aunque en teoría es un juego de PC pero a ninguno más.

· ¿A cuál le dedicas más tiempo?

Ahora le dedico bastante tiempo a Hearhstone, pero juego mucho más a Clash Royale sin duda. Es un juego también de cartas, pero no tiene nada que ver en los otros aspectos.

· ¿Cuánto tiempo le dedicas a Clash Royale?

Bastante la verdad, son partidas de entre 3 y 4 minutos y la verdad es que juego bastante. Hace poco miré las horas que había jugado en total en mi cuenta y llevaba como 12 días.

· ¿Has tenido algún problema con el juego?

Sí, muchísimos. Lo que me ha pasado muchas veces jugando en el modo 2 vs 2 estábamos en la misma partida, pero no veíamos las tropas del otro y no sabías si estabas ganando o perdiendo. Al acabar de jugar se ponía la pantalla en negro y no sabías y habías ganado o perdido. A veces entra en partida no te deja tirar *cartas*, otras partidas las cuentan nulas... hay bastantes bugs.

· ¿Te has puesto en contacto con el servicio técnico?

Solo he enviado bugs y te agradecen el *feedback* y punto.

· ¿Crees que tienen un buen *feedback* entre jugador/desarrollador?

Creo que escuchan a la comunidad en general, pero no individualmente a través de foros. Últimamente la gente decía que el juego necesitaba un cambio y los desarrolladores sacaron las guerras de clanes. No es algo muy novedoso porque en otros *torneos* ya lo habían aplicado, pero es algo diferente, me gusta. Creo que sí, creo que tienen un buen *feedback*.

· ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?

Últimamente se están dando cuenta de que tienen un panorama competitivo curioso porque antes no lo tenían pensado para ello. El futuro de un juego para que tenga tirada es que tenga competitivo porque si no la gente se cansa y lo dejan. Gracias a eso tocan ajustes de balance,

paran *cartas* que están muy fuertes y las ponen igual que las otras, sobre todo pasa con las legendarias.

- Entonces potenciarán el competitivo, ¿tendrá tanto éxito como juegos como League of Legends, por ejemplo?

Es difícil porque League of Legends ha tenido muchísima tirada en los últimos años y no sabría comparar. Clash Royale lo que pasa es que hay mucho jugador casual, juega una o dos partidas y lo deja, por lo que es difícil. Si lo hacen bien y siguen en la línea pueden tener bastante repercusión.

- ¿Del 1 al 10 qué puntuación le darías?

Un 7 u 8, es un juego que me gusta mucho, a diario, sobre todo en el tren camino a la uni o en casa si no tengo nada que hacer, pero claro, tiene muchos bugs, pero actualmente está muy muy bien.

- ¿Has pagado por algo del juego?

No, nunca, no he metido dinero y aun así tengo un nivel alto. Voy a entrar al *ladder* (tops jugadores) dentro de poco.

- ¿Por qué crees que la gente paga?

Para llegar más rápido a nivel alto. Se nota muchísimo quién paga. Puedes comprarte *cofres*, subir *cartas*... prácticamente sin meter dinero subir *cartas* legendarias es echar muchas horas. Es muy importante abrir *cofres* y con las *gemas* se abren al momento.

- ¿Sigues sus redes sociales?

No suelo seguir las redes sociales de ningún juego.

- ¿Cómo te enteras de las novedades?

Por canales de Youtube de gente que juega a Clash. Sigo a uno por ejemplo que te resume los parches que van saliendo. Además, dentro del juego tienes las noticias y las puedes leer directamente, a veces le echo un ojo porque no tienes ni que salir del juego.

· ¿La comunidad del juego es muy importante?

Sí, sin duda, como en todos los videojuegos supongo. Otro juego que he jugado mucho es League of Legends y mientras el juego se actualiza vas leyendo el parche, pero al ser un juego de móvil Clash Royale ni entras en la web para mirarlo porque son cambios pequeñitos.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

No deja de tener su faceta mental como el ajedrez que es un deporte y un juego a la vez. Por lo tanto, podrían ser un deporte tranquilamente, no creo que requiera habilidad física para ser llamado deporte.

· ¿Crees que es un juego sencillo o complicado?

Es un juego fácil de jugar y aprender, pero muy difícil de dominar. Parece sencillo por encima, pero es muy complicado a la hora de hacer las cosas bien porque hay muchos factores en tener en cuenta como el tiempo en sacar las *cartas* y no quedarte sin elixir.

9.3 Jugador profesional - Álvaro Suárez

· ¿Cómo conociste Clash Royale?

Yo jugaba a Clash of Clans y vi que sacaban un nuevo juego, lo probé y me enganché.

· ¿Por qué Clash Royale tiene tanto éxito?

Porque es muy accesible para todo el mundo y puedes jugar en cualquier momento. Además, es muy vicioso, engancha.

· ¿Consideras que es un juego fácil o difícil?

Cuando empiezas a jugar es fácil, pero a niveles altos al ser sólo 3 minutos de partida tienes que jugar perfecto porque cualquier error pierdes, no es como otros juegos.

· ¿Cuántas horas al día le dedicas?

Depende, de media, cuando menos he jugado, una hora y media y las que más, 3 o 4 horas.

· ¿Alguna vez te has cansado del juego?

Ha habido momento en que sí, pero va por épocas, igual lo pienso durante una semana, pero no es habitual.

· ¿Puedes vivir de ser profesional de Clash Royale?

Depende, ahora con lo que cobro no es un sueldo digno por así decirlo, no podría vivir por mí mismo, pero, por ejemplo, con lo de la CRL que empieza en un par de meses, si entro el sueldo mínimo son 1600 dólares, por lo cual sí podría.

· ¿Por qué crees que la gente paga?

La gente paga para jugar desafíos y entrenar o por otra parte está la gente que paga para tener mejor nivel de *cartas* y subir copas. Los jugadores profesionales sólo pagamos para conseguir *gemas* para entrar a los grandes *torneos*.

· ¿Has tenido algún problema con el juego alguna vez?

El juego tiene muchos problemas, ahora mismo tengo un problema con el Ipad que a veces se me bloquea y no puedo jugar.

· ¿Te has puesto en contacto con Supercell?

A principio puse algo, pero no, últimamente no.

· ¿Crees que la comunicación entre empresa/comunidad es buena?

Creo que sí, sé que nos leen y eso. Se demuestra en que la gente ponía que las *cartas* deberían ser tocadas y Clash Royale sufrió un cambio de balance, lo que se quería. Creo que muchas otras cosas tipo arreglar bugs y mejorar cosas, no hacen caso.

· ¿Cómo te enteras de las novedades?

Los cambios de balance y de *cartas* me entero por el juego en apartado de noticias o en Twitter. En Twitter es donde más te enteras de todo porque la gente lo pone todo, para los *torneos* igual.

· ¿Sigues competiciones o vídeos de otra gente profesional?

Alguno por ejemplo de *SurgicalGoblin*, uno al mes o algo así. No veo nada excepto competiciones para ver mazos, para ver qué juega la gente...

· ¿Crees que Clash Royale tiene competencia en cuanto juego móvil?

La verdad es que no lo sé, yo solo juego Clash Royale por lo que no tengo idea del panorama.

· ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?

Con esto de la CRL, al menos durante todo 2019 seguirá en pie, pero a partir de ahí ya veremos, dependerá de la empresa. Al juego le veo bastante potencial, pero hasta ahora Supercell ha estado haciendo las cosas mal y si siguen así le quedarán dos o tres años, pero si hacen todo bien y potencian el competitivo igual podría durar 5 o 6 años más.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

A ver, depende de lo que entiendas por deporte. Si lo entiendes como ejercicio físico, no lo es. Si lo entiendes como un modo de competición, sí. En mi opinión, diría que no.

9.4 Jugador profesional - Yassine El Morabet

· ¿Cómo conociste Clash Royale?

MI hermano me enseñó el juego, no quería jugar yo, pero al insistir mucho le hice caso para que dejara de molestarme tanto. Al final probé el juego y aquí estoy.

· ¿Habías jugado antes a Clash of Clans?

No, a ningún juego de Supercell

· ¿Cuánto llevas jugando?

Empecé en marzo cuando salió

· ¿Por qué crees que tiene éxito?

Es un juego de móvil que puedes llevarlo a cualquier lado no como otras plataformas y las partidas son rápidas. Mientras haces cosas y tienes algunos minutos libres puedes echar partidas y al final engancha.

· ¿Crees que es un juego sencillo o difícil?

Depende, si eres un jugador casual no es complicado, pero al entrar en competitivo sí porque hay muchísimos detalles.

· ¿Cuántas horas le dedicas a Clash Royale?

Ahora mismo estoy estudiando y no le dedico mucho tiempo. Hay días en que le dedico una hora o así y si tengo tiempo libre 2,3 o 4 horas.

· ¿Alguna vez te has cansado del juego?

No, nunca. Igual no es como el primer día que estaba a tope, pero no me aburro de jugar.

· ¿Se puede vivir de Clash Royale?

Ahora mismo puede que haya algún jugador que viva de esto, pero no por jugar a Clash Royale si no por Youtube o Twitch y patrocinadores. Hoy, diría que no. Con la llegada de CRL y los nuevos equipos, se podría.

· ¿Sigues canales de YouTube o Twitch relacionados con Clash Royale?

Ahora mismo no. Antes seguía canales de EEUU como *Surgical* pero ahora no.

· ¿Sigues las redes sociales de Clash Royale?

Sí, las sigo. Siempre estoy atento a las cosas que ponen por si ponen algo nuevo.

· ¿Cómo te enteras de las novedades?

Por el Twitter porque alguien pone algo o porque lo has visto en Clash Royale. A veces lo veo en el apartado de noticias. Si no te puedes enterar por otros jugadores.

· ¿Dirías que la comunidad de Twitter es importante?

Sí, es enorme, cuando sale algo a alguien que lo ha publicado antes de tiempo, va muy bien.

· ¿Crees que la interacción jugadores/desarrolladores es buena?

Yo creo que sí. Porque en los últimos cambios de balance han hecho caso a jugadores profesionales y han hecho cambio en torno a ellos, pero creo que aún falta que se interactúe más con la comunidad.

· ¿Alguna vez has tenido un problema con Clash Royale?

No, ninguno.

· ¿Crees que hay algún juego que haga competencia?

Ahora mismo, quizás Arena of Valor podría hacerle un poco, pero creo que no. No se ha desarrollado el ámbito competitivo de este juego a nivel de Clash Royale.

· ¿Qué futuro crees que le espera a Clash Royale?

Creo que ahora mismo será el comienzo de algo muy grande por la CRL porque antes pensaba que no iba a durar mucho. Por eso creo que durará bastante tiempo.

· ¿Qué le va a aportar la CRL?

Más profesionalidad, los equipos que entran son gigantes con muchos recursos y antes en Clash Royale no los había.

· ¿Has pagado por *gemas*?

Sí, bastantes veces. Ningún jugador competitivo las usa para abrir *cofres* si no para jugar grandes desafíos para entrenar más que nada. Las *gemas* no vale la pena usarlas para abrir *cofres*.

· ¿Por qué crees que la gente paga por *gemas*?

Es lo típico de no puedo subir de copas y tiras de *gemas* para abrir *cofres* a ver si tocan legendarias o buenas *cartas*. Al abrir un cofre estás emocionado y eso engancha también. Si no puedes jugar grandes desafíos porque no das el nivel igual te merece más la pena abrir *cofres*.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

Sí, creo que sí. Más aún, creo que, en un futuro, en unos cuantos años crecerán aún más y se considerarán deporte por todo el mundo.

· ¿Por qué los consideras deporte?

Porque hay entrenamientos, organizaciones, competiciones a pesar de la falta de actividad física.

9.5 Analista/Redactor - Oscar Tejedor

· ¿Juegas a Clash Royale?

Sí, llevo jugando desde finales de 2017. Tardé bastante en meterme porque yo jugaba al Clash of Clans. Desde que empecé no se me dio mal, acabé en un equipo competitivo, x6tence, pero las competiciones me agobiaban mucho y lo dejé. Acabé la carrera y me tuve que poner a trabajar para ganarme la vida y dejé ese lado. Jugué activamente como profesional 6 meses y ahora juego casualmente.

· ¿Por qué escribes sobre Clash Royale?

En general los videojuegos no me gustan, no lo disfruto. Encontré este que es diferente a los que había porque era de móvil y es más accesible. En cambio, ver todos los juegos me entretienen y como jugué a Clash Royale tenía conocimientos del juego y al salir la oportunidad de escribir sobre el juego, me puse a escribir.

· ¿Cuántas horas al día le dedicas a Clash Royale?

Es muy variable, más o menos le puedo dedicar al día entre 8 y 10 horas.

Juego una media hora al día, veo las competiciones que ocupa muchísimo tiempo y lo que más me ocupa tiempo es pasar los datos. Al ver la competición ves los mazos, las partidas, quién ha ganado, con qué ha ganado... el trabajo de pasar todo esto a Excel y “cocinarlos” es lo que más tiempo me lleva.

· ¿La web tiene éxito?

Tiene bastante éxito, al principio esperaba que, como la comunidad española, a pesar de ser grande es un jueguecito de móvil. Los jugadores tienen una edad corta, pero a pesar de todo va bastante bien. Hace unos meses nos marcamos de objetivo unas 1000 visitas al día y lo cumplimos super rápido. En un futuro intentamos avanzar en la web y mejorarla y hacerla en inglés que nos dará un extra de visitas.

· ¿Por qué Clash Royale tiene tanto éxito?

En cuanto a jugador por la accesibilidad porque al final es un juego de móvil. Yo no hubiera jugado a este juego si no fuera para móvil porque si fuera pc tiene que encenderlo etc. etc. Aquí es encender y jugar y eso es una de las novedades que influyó en la gran aceptación de los jugadores. Además, viene de un juego previo que es Clash of Clans que traía una fan base y eso ayuda. Además, el juego es muy sencillo, las *cartas* son divertidas, las interacciones son fáciles de entender y la progresión del juego es bastante asequible, con jugar un mes denso estás al nivel de un gran jugador.

· ¿Consideras que es un juego sencillo?

Creo que sí, si vas jugando, escuchando a la gente, entrenando con gente que sepa, creo que puedes ser muy bueno en poco tiempo. La excelencia es ya más difícil es tener talentos y dedicarle tiempo.

· ¿De dónde sacas la información para tus artículos?

Depende de lo que escribamos. En una crónica vemos los partidos y de allí sacamos todo, para los parches miramos las notas de prensa de Supercell en su web y buscamos algún jugador para que nos analice el parche, para las plantillas de la CRL es mirar Twitter. Lo que me sirvió mucho a mí es hacerme un Twitter sólo de Clash Royale y seguir a las 300 personas más influyentes, te da una idea de la comunidad, los fichajes, los rumores... te enteras todo por Twitter al ser gente de poca edad, no se suelen callar nada y la información fluye.

· ¿Por qué crees que la gente paga?

El tema de los trofeos va por dinero en realidad. Si no pagas, al final te cuesta mucho más subir en el *elo* (clasificación) del juego. Si pagas puedes llegar al nivel máximo una carta y será más fácil de ganar. Si pagas partes en ventaja al rival en cuanto al nivel de tus *cartas*. Lo que es importante es que los jugadores competitivos hacen las microtransacciones comprando *gemas* para completar grandes desafíos. Los jugadores más casuales pagan para tener algo rápido y no gastar tiempo y de ahí saca el dinero Supercell.

· ¿Qué crees que le espera a Clash Royale en el futuro?

Aquí veo algo que da un poco de miedo porque me dedico a eso y en parte dependo de la durabilidad de un juego, pero creo que tiene futuro si las cosas salen bien. Si Supercell apuesta por la competitividad profesional, seguirá creciendo. Al fin y al cabo, un juego sigue mientras mueva dinero. Si Supercell invierte en estas competiciones no hay duda de que van a durar todo lo que quieran el problema es cuando quieran dejar de progresar. Han anunciado el mundial, pero no se sabe nada, es una empresa que apenas dice nada de su futuro. Lo que podemos afirmar es que los equipos han renovado a sus jugadores hasta diciembre de 2019 así que ese tiempo lo tenemos asegurado, luego ya veremos.

· ¿Hay algún juego de móvil que le haga competencia?

No, en el competitivo solo Clash Royale tiene esta faceta tan desarrollada. Según tengo entendido no hay otro juego, quizás algún otro juego de fútbol de manager pero que tenga extrapolación de competitivo habitual no hay ninguno. Hay otros que son completamente diferentes como el Arena of Valor, pero no creo que son competencia.

· ¿Crees que los juegos móviles llegarán al seguimiento de otros juegos de PC o consola?

Es la gran pregunta. Al final creo que son experiencia de usuario diferentes, creo que ambas van a tener un crecimiento bastante paralelo. Tiene más para crecer el de móvil porque la industria acaba de nacer como quien dice, pero ambas seguirán subiendo. Seguramente dentro de poco sacarán otro juego buenísimo de móvil y seguirá impulsándolo.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

Depende de lo que definas por deporte. Siempre lo comparo con el tiro olímpico, es decir, al final el tiro es levantar el brazo, disparar y darle una diana, ahí mueves menos músculos que en otra cosa. Si el deporte es una práctica deportiva el e-Sport no es un deporte, si es competir con amigos, sí. Depende de la definición de deporte electrónico, pero en mi opinión no es considerado deporte. Deporte electrónico es un término poco acertado para la industria en la que estamos. No lo definiría como un deporte, de momento.

9.6 Analista/Redactor/Exjugador profesional/Entrenador/Caster - Adrián Herráez

· ¿Cuántas horas dedicas a Clash Royale?

Si contamos los entrenamientos, las competiciones, los partidos que estoy como *caster* y todo el tiempo que dedico a ver partidos y escribir artículos, mínimo 2/3 horas diarias.

· ¿Por qué crees que tiene tanto éxito?

En mi opinión, por un lado, el hecho de que sea móvil y que puedas jugar en cualquier lugar y momento, tanto con wifi o datos, es un motivo. Las partidas duran poco y son muy frenéticas, en cinco minutos has vivido la experiencia Clash Royale y en otros juegos necesitas hacer un tutorial de la leche y cada partida dura 30 minutos por lo menos. En resumen, partidas cortas, juegas en cualquier sitio y momento y además de eso, guarda mucho equilibrio entre lo casual y lo profesional: puedes jugar casual y pasarlo bien o dedicarte profesionalmente y mejorar muchísimo. Han adaptado un formato llamado *tower defense* a que sea en vivo contra un rival que no se ha hecho anteriormente por lo que es innovador. Todo eso cuidado con mimo de parte de Supercell se ha convertido en un fenómeno internacional.

· ¿Tiene competencia?

Poco a poco empieza a haber, pero no tiene competencia por el formato de juegos que tiene. No es lo mismo jugar a MOBAS de móviles que jugar a Clash Royale que no hay juegos parecidos y los que hay están a luz de distancia de recursos y posibilidades. No tiene competencia porque en su nicho de competencia, sólo esta Clash Royale. Hay otros que están creciendo, pero no suponen problema para Clash Royale porque el modo de juego no tiene nada que ver.

· ¿Qué futuro le espera a Clash Royale?

Hay mucho halo de pesimismo alrededor de Clash Royale porque al salir el juego su ascenso fue meteórico, era una locura. Hace unos meses llegó a un punto que se frenó, sigue creciendo, pero mucho menos. Pero, Clash Royale sigue creciendo y con la CRL, competición internacional de Supercell, va a pegar un repunte y volverá a crecer como antes. Esto es esperanzador y creo que, en un periodo temprano, en uno o dos años, las primeras temporadas de CRL, el futuro de Clash Royale es brillante. Quedan muchas cosas por hacer, mucho camino y creo que los próximos dos años estará en auge. A partir de aquí no tengo ni idea de cómo va a evolucionar. Es un juego muy

peligroso ya que la intervención de Supercell puede fastidiar las cosas que han hecho si se equivocan en el balance de poder dentro del juego y lo vuelven injugable.

· **¿Por qué dices que frenó el ascenso de Clash Royale?**

Es algo que se percibió en la comunidad, es algo que se percibió en la popularidad. Desde luego Clash Royale es una comunidad o su comunidad está super ligada a Twitter, prácticamente han crecido juntas y todo lo que va pasando en Twitter te indica lo que pasa en Clash Royale. Hace un tiempo sucedió esto, de repente ves como mucha gente cuando empezó el competitivo y acabó la primera Gamergy donde el juego estaba en su auge, la gente empezó a desanimarse con el juego. Es cierto que el público es gente joven y se suele desanimar pronto. Clash Royale va un poco por objetivos, llega un punto que avanzar es muy complicado, cuando quieres seguir subiendo *cartas* de nivel es muy cansado estar todos los días jugando para conseguir *cartas* y de poco en poco ir subiendo hasta llegar a tener miles de *cartas* y la gente se acaba casando. Por el contrario, hay gente que ha llevado sus *cartas* al máximo y está cansada porque su siguiente paso es subir *cartas* legendarias al máximo y es casi imposible. En resumen, que la gente que ha jugado mucho se ha ido cansando y necesitaba novedades porque ha explotado mucho ese juego. De ahí viene el bajón. Es difícil ascender, la gente ya ha ascendido y la gente se ha cansado de jugar.

· **¿Por qué la gente paga para conseguir *gemas* en Clash Royale si el contenido es gratuito?**

Básicamente en Clash Royale pagas un poco por frustración. Puedes jugar gratuitamente y subir un montón, casi hasta lo más alto o llegar a lo más alto del mundo si tienes paciencia y mucha habilidad. Entra el componente de la frustración y dices, si pago un poco, puedo acelerar este proceso de ascenso tan lento. Te marcas objetivos y hay pique con tus compañeros y contigo mismo por lo que quieras auto superarte o superar a otros, por lo que acabas pagando para hacerlo más rápido. La gente paga por frustración y Clash Royale sabe frustrarte muy rápido y muy fácil, es una putada para el jugador, pero es cierto. Ellos organizan los *cofres* de tal manera que tengas que mirar por lo menos el juego cada 3 horas para recoger las *cartas* que no sirven para nada porque son pocas, pero si no entras, te da la sensación de que pierdes tu tiempo. En realidad, no compensar estar mirando el teléfono con la recompensa y te genera un sentimiento de progresión lenta y acabas pagando.

· ¿Crees que es un juego fácil o difícil?

Depende. Si quieres ser el mejor del mundo, es un juego super difícil, llegamos a un punto que se ha profesionalizado mucho y cada vez más, pero, si empiezas a jugar mañana y quieres pasártelo bien, es un juego ultra fácil. Es super sencillo y divertido si tienes objetivos a corto plazo sin ser ambicioso, pero si buscas algo más, es muy jodido. Si lo comparas con otros juegos, por ejemplo, League of Legends, es mucho más fácil ser el mejor del mundo en Clash Royale que en League of Legends.

· ¿Crees que los juegos móviles llegarán a tener tanto éxito como los juegos PC y consola?

No lo sé. Juegos móviles solo conozco Clash Royale y es el único juego que podría llegar a pelearse o codearse. Los demás juegos móviles no tengo ni idea de la progresión que tendrán. Si tuviera que mojarme diría que no.

· ¿Crees que los e-Sports son un deporte?

Creo que sí, pero lo digo un poco con la boca chica. Creo que son un deporte porque si quieras competir y ser bueno, necesitas una disciplina, necesitas trabajo en equipo, necesitas constancia, ese afán de auto superación, necesitas entrenar... creo que se les puede llamar un deporte sin un género de dudas. Ahora bien, no es un deporte físico y no se deben tomar como sustitutivo de la actividad física. En líneas generales, los e-Sports son un deporte.