

Trabajo Fin de Grado

Análisis de los factores de éxito de la Kings League en la audiencia

Analysis of the success factors of the Kings League in the audience

Autor

CARLOS GIRAL LÓPEZ

Directores

Isabel Acero Fraile
Raúl Serrano Lázaro

Facultad de Economía y Empresa / Grado en Marketing e Investigación de Mercados

CURSO 2023 - 2024

Información y resumen

Autor del trabajo: Carlos Giral López

Directores del trabajo: Isabel Acero Fraile y Raúl Serrano Lázaro

Título del trabajo: Análisis de los factores de éxito de la Kings League en la audiencia
– Analysis of the success factors of the Kings League in the audience

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados

RESUMEN

El presente trabajo investiga los factores que han contribuido al éxito de la Kings League en la audiencia de los deportes electrónicos y no tan electrónicos. A través de un análisis multidimensional, se examinan diversos aspectos que han posicionado a esta competición como un fenómeno cultural y deportivo de relevancia global.

El núcleo del trabajo se centra en identificar y analizar los factores de éxito específicos que han impulsado el crecimiento y la fidelización de la audiencia de la Kings League. Esto se logra a través de una serie de encuestas a seguidores apasionados y no seguidores, quienes ofrecen insights valiosos sobre qué elementos han contribuido o pueden contribuir a la futura atracción y retención de espectadores.

Palabras clave: Kings League, factores de éxito, audiencia, evolución, industria, historia, innovaciones tecnológicas, tendencias, impacto.

ABSTRACT

This work investigates the factors that have contributed to the success of the Kings League in both electronic and non-electronic sports audiences. Through a multidimensional analysis, various aspects that have positioned this competition as a cultural and sporting phenomenon of global relevance are examined.

The core of the work focuses on identifying and analyzing the specific success factors that have driven the growth and audience loyalty of the Kings League. This is achieved through a series of surveys of passionate followers and non-followers, who offer valuable insights into which elements have contributed to or can contribute to the future attraction and retention of viewers.

Keywords: Kings League, success factors, audience, evolution, industry, history, technological innovations, trends, impact.

ÍNDICE DEL TRABAJO

Capítulo 1 - Introducción	8
Presentación y justificación del trabajo.....	8
Capítulo 2 - Contextualización y marco teórico	10
Historia, evolución de la Kings League y comparativa con otros deportes.....	10
Capítulo 3 - Factores de éxito en la KL	29
Componentes que han hecho de la KL una competición a la altura.....	29
Capítulo 4 - Conclusiones	42
Reflexiones finales y perspectivas futuras	42
Capítulo 5 - Bibliografía.....	47
Capítulo 6 - Anexos	53
Anexo 1: Formulario	53
Anexo 2: Respuestas al formulario	66

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1 - Ronaldinho vistiendo la camiseta de Porcinos FC.....	12
Ilustración 2-2 - Campaña publicitaria sobre las finales del Camp Nou.....	13
Ilustración 2-3 - Anuncio de Andrea Pirlo como 'jugador 14' de Jijantes FC en la KL .	16
Ilustración 2-4 - Santi Millán y Andrea Pirlo	17
Ilustración 2-5 - Cartel de presentación del fichaje de Shevchenko.....	18
Ilustración 2-6 - Comparativa en TikTok entre la KL y la F1.....	20
Ilustración 2-7 - Joaquín en las finales de La Rosaleda	21
Ilustración 2-8 - Algunos de los integrantes de la KL recogiendo el Premio Ondas	23
Ilustración 2-9 - Primera tienda física de la KL	23
Ilustración 2-10 - Presentación de Zlatan Ibrahimovic como presidente del mundial ...	27
Ilustración 2-11 - Sold Out del Wizink Center en la final.....	28
Ilustración 2-12 - Cartel de las finales de México.....	28

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2-1 - Canales con más audiencia de media en enero 2023 en Twitch.....	11
Gráfico 2-2 - Comparativa de audiencias en marzo 2023	14
Gráfico 2-3 - Canales más vistos de 2023 en Twitch en la categoría de deportes	24
Gráfico 2-4 - Canales deportivos más vistos del 2023	25
Gráfico 3-1 - Comparativa del perfil de usuario entre la KL y el fútbol tradicional.....	30
Gráfico 3-2 - Porcentaje de rangos etarios de los encuestados de la muestra total	31
Gráfico 3-3 - Porcentaje de personas que conocían la KL vs los que no	31
Gráfico 3-4 - Porcentaje de distintos aspectos que podrían aumentar el seguimiento hacia la KL de encuestados que no conocían la KL	33
Gráfico 3-5 - Porcentaje del impacto positivo de la KL en la sociedad según los encuestados que conocían la liga.....	35
Gráfico 3-6 - Porcentaje de respuestas sobre cómo podría la KL mejorar su comunicación de los encuestados que conocían la liga.....	36
Gráfico 3-7 - Porcentaje de satisfacción con la KL de los encuestados que conocían la liga	37
Gráfico 3-8 - Porcentaje de nivel de atractivo de las cartas según los encuestados que conocían la KL.....	38
Gráfico 3-9 - Porcentaje de nivel de atractivo de que jueguen exfutbolistas según los encuestados que conocían la KL	40
Gráfico 3-10 - Porcentaje de nivel de atractivo de los penaltis shootout según los encuestados que no conocían la KL	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1 - Audiencias del domingo 04/02/2024 en Twitch.....	26
--	----

Capítulo 1 - Introducción

Presentación y justificación del trabajo

El presente trabajo de investigación se centra en el análisis de los factores de éxito en la audiencia de la Kings League. La Kings League ha emergido como un fenómeno cultural y deportivo de relevancia global, atrayendo a millones de espectadores y consolidándose como una referencia en el mundo del entretenimiento deportivo. Se ha escogido este tema ya que se trata de un tópico reciente y actual que prácticamente no tiene apenas investigaciones realizadas. El trabajo en sí tratará de explicar cómo la Kings League ha conseguido triunfar con unos niveles de audiencia tan elevados entre la población joven y no tan joven.

La investigación sobre los factores que han contribuido al éxito de la Kings League en su audiencia reviste una gran importancia por varias razones. Por un lado, la popularidad de la Kings League hace que se convierta en un fenómeno cultural que refleja la creciente importancia del entretenimiento digital en la sociedad actual. Comprender los factores que han contribuido a su éxito puede arrojar luz sobre las preferencias y comportamientos de la audiencia contemporánea. Además, al analizar las innovaciones tecnológicas y las tendencias en el entretenimiento que han influido en la Kings League, se pueden identificar áreas de oportunidad para la mejora continua y la innovación en la industria de los deportes y el entretenimiento en general. Asimismo, reflexionar sobre posibles direcciones futuras para la Kings League y otras competiciones similares puede ayudar a anticipar tendencias emergentes y adaptarse a los cambios en el mercado, garantizando su relevancia y sostenibilidad a largo plazo.

Por todo ello, el objetivo general por tratar en este trabajo es el siguiente: explorar y analizar los factores que han contribuido al éxito de la Kings League en la audiencia, con el fin de comprender el fenómeno cultural y deportivo que rodea a esta competición.

Dentro de los objetivos específicos se encuentran:

1. Identificar los principales factores que han impulsado el crecimiento y la fidelización de la audiencia de la Kings League.
2. Analizar la evolución histórica de la Kings League, desde sus inicios hasta su posición actual, para comprender su contexto y desarrollo.
3. Investigar las innovaciones tecnológicas y las tendencias en el entretenimiento que han influido en la Kings League y en su impacto en la audiencia.
4. Enviar encuestas a seguidores apasionados y no seguidores para obtener insights sobre los factores que han contribuido o pueden contribuir al éxito de la Kings League.
5. Reflexionar sobre posibles direcciones futuras para la Kings League y su impacto en la audiencia de los deportes electrónicos y otros deportes.

La trascendencia de este estudio se manifiesta en varias áreas, tanto en el ámbito público, universitario, empresarial y laboral. Las distintas aplicaciones de este estudio se explicarán con detalle en el apartado de conclusiones.

El trabajo inicia con un marco teórico en el que se encuadra al lector en el contexto de la competición y se realiza un recorrido por la historia y la evolución de la Kings League. La parte central del trabajo está orientada a identificar y analizar los factores de éxito específicos que han impulsado el crecimiento y la fidelización de la audiencia de la Kings League. Además, se examinarán las innovaciones tecnológicas y las tendencias en el entretenimiento que han impactado en la Kings League, así como se reflexionará sobre posibles direcciones futuras para esta competición.

En última instancia, este estudio proporciona una comprensión profunda de los factores que han convertido a la Kings League en un éxito sin precedentes en el mundo de los deportes, abriendo el camino para futuras investigaciones y contribuciones al campo.

Capítulo 2 - Contextualización y marco teórico

Historia, evolución de la Kings League y comparativa con otros deportes

La **Kings League** (en adelante “KL”) es una liga de fútbol 7 con sede principal en Barcelona, España, creada por el exfutbolista Gerard Piqué en diciembre de 2022 en asociación con otras personalidades de Internet y streamers.

La KL está dividida en pequeñas temporadas denominadas splits. Los splits tienen su fase regular y su fase de play-off. Durante la fase regular, los doce equipos juegan once partidos en un sistema de todos contra todos de tal forma que se encuentren con cada equipo una sola vez. Los primeros equipos en la clasificación juegan los play-off que, dependiendo de la temporada y el split, tienen un formato distinto. Cada partido consta de dos partes de veinte minutos con tres minutos de descanso en la mitad.

En la audiencia de la liga Internet juega un papel muy relevante. Por esto, además de los espectadores que siguen la liga yendo al estadio cada jornada, lo fundamental es la afición que se genera a través de las plataformas de streaming como Twitch, YouTube o TikTok. Las audiencias que esta competición obtuvo en su arranque fueron muy importantes. La liga de los streamers consiguió acumular una media de más de 300.000 espectadores durante el draft entre los canales de los propietarios de los equipos. Canales como el de Ibai Llanos, con un pico de 207.400 espectadores o “DjMariio” con 74.000 viewers son el claro ejemplo del boom inicial que supuso este nuevo evento. (Movistar eSports, 2022)

En la temporada inaugural los jugadores fueron escogidos mediante un draft que tuvo lugar el 27 de diciembre de 2022. Cada equipo tiene doce o trece jugadores en su plantilla, de los cuales diez fueron seleccionados en el draft y los otros, conocidos como los jugadores once, doce y trece suelen ser futbolistas profesionales o streamers. El jugador once forma parte de la plantilla del equipo y no se puede cambiar, el doce puede cambiar para cada partido, y el trece podrá jugar la cantidad de partidos que decida el club. Hoy en día esta regla sigue manteniéndose.

Con el comienzo de la primera temporada pactado para el 1 de enero de 2023, los presidentes de los equipos dieron su sincera opinión sobre cómo estos habían quedado formados y no dejaron a nadie indiferente. Presidentes como Ibai, TheGrefg, Spursito, DjMaRiiO o Perxitaa fueron preguntados por sus preferencias. Hasta Gerard Piqué, presidente de la liga, se tiró a la piscina sin importarle el qué pensarán; algo que se podrá ver que ha sido uno de los factores de éxito de la KL. (Movistar eSports, 2022)

https://www.instagram.com/p/CmtQQw5I35O/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again

Fuente: @kingsleague vía Instagram

El primer mes del año 2023 empezaba fuerte para la KL, continuando con unas audiencias de récord, batiendo incluso, como se verá en el marco teórico, a partidos de LaLiga, superando los partidos de las plataformas de pago y llegando incluso a desbancar en número de espectadores al Cádiz-Almería, un partido que se impartió en abierto.

Comparando con el propio Twitch, plataforma donde se emite la KL (además de YouTube y TikTok), la KL ocupó el puesto diez de los canales más vistos a nivel mundial en algún segundo de su emisión, con 792.033 espectadores. Es decir, obtuvo uno de los momentos de oro más vistos en la historia de la plataforma. (relevó, 2023)

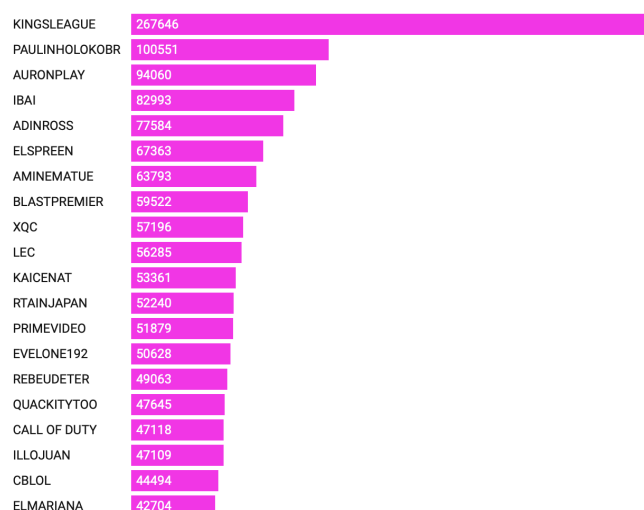


Gráfico 2-1 - Canales con más audiencia de media en enero 2023 en Twitch

Fuente: TwitchTracker

En enero de 2023, la KL se convirtió en el primer canal del mundo con mayor audiencia media mundial del mes, con 267.646 espectadores, superando con creces, la media de grandes personalidades de Internet como AuronPlay o Ibai. Tales fueron los datos de audiencia que se creó un debate acerca de si la KL pudiera llegar a desbancar a LaLiga. Javier Tebas, presidente de LaLiga, tachó de “circo” a la KL y reconoció no sentirse amenazado ya que apuntó que no se podía comparar con la industria del fútbol.

Shows como el de Enigma69 (un jugador que nunca se supo quien fue ya que debutó con una máscara puesta) o el del Kun Agüero al vestirse de payaso (haciendo frente a las declaraciones de Tebas), fueron los causantes de los mayores picos de audiencia.

A Piqué le vino como anillo al dedo la polémica que tuvo con su exmujer Shakira y supo aprovechar la situación, llegó a un acuerdo con Casio y apareció en la jornada correspondiente montado en un Renault Twingo, haciendo claros guiños a la canción que lanzó la cantante con el famoso dj argentino Bizarrap. Gracias a estas acciones aún se hizo más eco y logró aumentar el escaparate de la KL.

Durante el mes de febrero se sucedieron variedad de eventos importantes en cada jornada. Llegó Ronaldinho y esto revolucionó los datos de audiencia. La expectación por verle de nuevo jugar era tal que se materializó en los números que obtuvo la KL. En concreto consiguió cosechar en la suma de los directos de todas sus plataformas directos la friolera cifra de más de 2 millones de espectadores según TVTOP España, marcando también récord en TikTok con la transmisión más vista hasta la fecha. (Lizana, 2023)



Ilustración 2-1 - Ronaldinho vistiendo la camiseta de Porcinos FC

Fuente: 442

Pero no se quedó ahí la cosa, este mes la KL, volvió a superar a LaLiga en audiencia e incluso adelantó también a la Premier League (la primera división de fútbol inglesa) de manera estratosférica. Tanto es así que hasta los propios patrocinadores admitieron que se estaban sobrepasando sus expectativas y que se encontraban bastante entusiasmados. Grandes marcas como Infojobs, Grefusa, Spotify, entre otras, decidieron patrocinar la competición.

Al llegar marzo de 2023 aconteció uno de los eventos más importantes de la temporada, éste fue la final del primer split en el Camp Nou. El campo del FC Barcelona se llenó de aficionados de la KL, llegando así a agotar las entradas y ocupando los casi 100.000 asientos que contiene el estadio. Llegando la final a superar en audiencia incluso el debut de Ronaldinho del mes pasado.



Ilustración 2-2 - Campaña publicitaria sobre las finales del Camp Nou

Fuente: Palco23

Campañas de publicidad como ésta, haciendo siempre alusión a Tebas y a los detractores de la KL, permitieron alcanzar el llenazo sin precedentes del estadio con un total de 92.522 espectadores en Barcelona.

A continuación, se presenta un gráfico mostrando distintas comparaciones entre las audiencias medias de la KL y las de LaLiga. Además, se incluyen otras comparativas con el clásico Real Madrid – Barcelona vs. la KL.

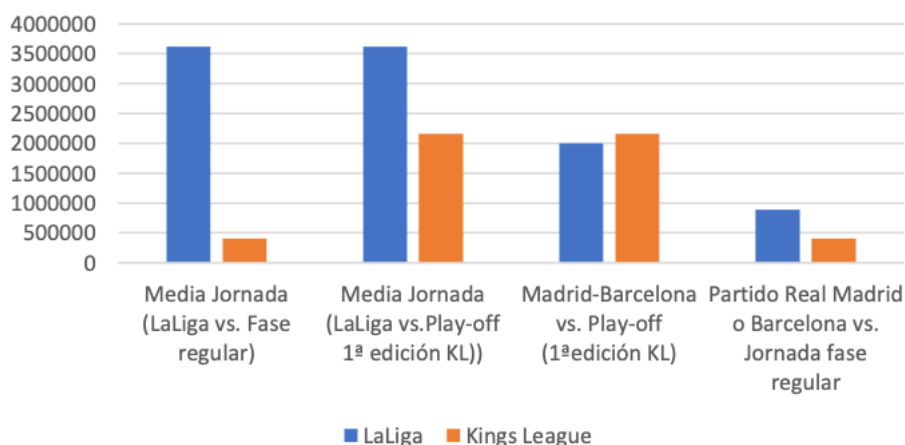


Gráfico 2-2 - Comparativa de audiencias en marzo 2023

Fuente: Universidad Rey Juan Carlos (Pedro Díaz Lucio)

El mes terminaría con el anuncio de otro gran futbolista invitado a la KL, Neymar JR., quien, como se verá en el 2024, contará con su propio equipo para el mundial de la KL y para la KL de Brasil. Este giro le dio a la audiencia más ganas todavía para seguir más de cerca la competición.

El mes de abril empezó con un gran alboroto entre los equipos participantes, llegaba el mercado de fichajes. Presidentes, jugadores e incluso streamers ajenos a la competición siguieron de primera mano este famoso “mercato” como lo denominaron éstos. Durante este mes en Twitch solamente se hablaba de ello, hasta tal punto que algunos streamers empezaron a cansarse de la KL y de la fama que estaba alcanzando.

El mercado se basaba en que cada equipo tenía 300 millones de euros ficticios para fichar jugadores de otros equipos. Los presidentes debían guardar algo de ese dinero ya que las cartas, que más adelante se hablará de ellas, del siguiente split se iban a comprar con ese dinero también. En el momento que entró en juego el tema del dinero y los intereses de los jugadores se armó el caos. (Díaz, Movistar eSports, 2023)

Este mercado originó serios problemas entre varios presidentes ya que se crearon los “pactous”, es decir, acuerdos “trampa” entre presidentes que fastidiaban a otros para buscar su propio beneficio. Prácticamente esto se vivió como una especie de telenovela e

hizo que la audiencia siguiera aumentando y esperando cada día a que llegara la hora en la que se reunían todos los presidentes.

Al siguiente mes, mayo 2023, se dio el gran salto a la televisión, emitiendo así algún partido de la primera jornada del mes en el canal de TV “Cuatro”. El grupo Mediaset fue consciente del éxito que la KL estaba obteniendo y decidió adquirir algunos derechos para televisar sus partidos en la televisión abierta. Más de 1 millón de personas siguieron la primera jornada de la KL en Cuatro. Según los datos recogidos por Barlovento Comunicación, la Kings League consiguió una cantidad de 1.295.000 espectadores únicos, mientras que mantuvo 328.000 espectadores de media.

Esta audiencia es menor de lo que fue en Twitch. Según TVTOP, cuenta de Twitter especializada en las audiencias de Twitch, la Kings League alcanzó los 446.000 espectadores medios, con un minuto de oro de 604.000 espectadores entre el Saiyans FC-Ultimate Móstoles. (Marca, 2023)

Nilton Navarro, Brand Manager de Infojobs, tras el estreno en Cuatro, defendía que "el mundo del entretenimiento y la publicidad está viviendo una revolución debido a los cambios en las formas de consumo de contenidos y la competición ayuda a la televisión a ofrecer otros contenidos". Navarro puso el foco en las marcas que "compraron espacio" en la retransmisión, como Cupra, Glovo, Mercedes-Benz o Tanqueray. "Estoy seguro de que la audiencia televisiva aumentará conforme se consolide en la competición y haya esos momentos 'hype' que saben hacer muy bien los presidentes de los equipos", añadía el directivo. (Iglesias, 2023)

Sin embargo, esta audiencia empeoró al pasar las semanas. Las visitas sufrieron un bajón considerable en la televisión. Esto desembocó en un mal trato para Mediaset, pero bueno para Piqué, ya que se aseguró una ventana más para atraer un público que no alcanzaba en Twitch ni en YouTube. Las tres emisiones de la liga promediaron un 2,8% de share y 297.000 espectadores, empeorando en un 34,8% el resultado de la cadena en la misma franja respecto a los domingos de mayo de 2022, según un informe realizado por Dos30' para BLUPER. (Almodóvar, elespanol, 2023)

Piqué se pronunció sobre estos malos datos en una entrevista con Marca: "Hicimos un acuerdo con Mediaset por el que emitían el partido de la jornada. Nuestra jornada es el domingo, de cuatro a diez. Son seis horas y 12 equipos. Queríamos probar el partidazo en Cuatro para llegar a audiencias que no sólo sean Twitch", aseguró el presidente del torneo.

"Es que, a partir de los 50 años, Twitch puede ser una barrera de entrada. A muchos no les puedes tocar la tele tradicional", siguió. "Al no ser exclusivo, y simplemente ser un añadido de lo que ya estamos haciendo, las audiencias no son muy altas. Para nosotros es un complemento para sumar audiencias. Lo que nos venga bienvenidos es, porque suma a Twitch, YouTube y TikTok". (Almodóvar, elespanol, 2023)

Estas audiencias se ven así de reducidas por una gran razón, los jóvenes no ven la televisión. Mientras que la edad media de los usuarios de Twitch es de 21 años, en Mediaset se refleja una edad de más del doble, 57 años. (Pagan, 2023)

Entrado ya el verano del 2023, el mes de junio entrañaba serias dudas para Piqué y su equipo. Existía un miedo latente de pérdida de visitas por culpa de vacaciones, viajes, fiestas y demás. Algo que solventaron con creces con ayuda de las siguientes acciones.

La siguiente estrella en participar en la KL fue Andrea Pirlo, el exfutbolista italiano debutó en el equipo del periodista Gerard Romero. Lo hizo en la televisión, con el objetivo de volver a captar audiencias.



Ilustración 2-3 - Anuncio de Andrea Pirlo como 'jugador 14' de Jijantes FC en la KL

Fuente: Jijantes FC

Los datos mejoraron ligeramente con la aparición del astro italiano. A pesar de ello, la KL solamente fue vista por una media de 315.000 espectadores y anotando 3.1% de share. De hecho, fue el espacio menos visto en Cuatro durante la tarde del domingo 4 de junio. (MundoDeportivo, 2023)

Lo realmente destacable se vivió fuera del terreno de juego, donde se vio que las redes sociales estallaron con la llegada del “gemelo” de Pirlo. El presentador Santi Millán jugó un papel cómico haciéndose pasar por el propio futbolista al llegar al campo de fútbol.



Ilustración 2-4 - Santi Millán y Andrea Pirlo

Fuente: MundoDeportivo

Como colofón a este mes de junio la KL trajo consigo una nueva estrella, ni más ni menos que Andriy Shevchenko, el que fuera jugador de equipos como el AC Milán o Chelsea, ahora lo sería del Ultimate Móstoles, el conjunto del streamer DjMariio. Hasta el mes de junio se contó con la presencia de hasta 12 mundialistas y 4 campeones del mundo. Los ya nombrados Ronaldinho, Pirlo y Shevchenko, y otros jugadores como Casillas y el Kun Agüero (presidentes de sus equipos de la KL), Capdevila, Chicharito, Cissé, Orellana, Saviola, Augusto Fernández y Ricardo. Un factor que sin duda enriqueció las audiencias de la KL.



Ilustración 2-5 - Cartel de presentación del fichaje de Shevchenko

Fuente: MundoDeportivo

Finalizando la temporada regular y antes de las finales de julio en el estadio Civitas Metropolitano, se deja ver el total de vistas que ha ido acumulando la KL. La fase regular acumuló casi 25 millones de visitas y una media de espectadores de 341.000. (Movistar eSports, 2023)

En cuanto a las plataformas, no es ninguna sorpresa descubrir que Twitch fue la plataforma favorita. El 62,4% de la audiencia vio la competición allí. Fue más del doble que YouTube, mientras que un 9,6% siguió la competición en TikTok.

El 29 de julio se jugaron los play-off de las finales del segundo split, donde se volvió a obtener un gran dato en lo que a espectadores se refiere de la final, donde se contaron un total de 1.430.000 espectadores.

Se vendieron 57.000 entradas, algo menos que la final del Camp Nou, donde hubo más espectadores al ser un recinto más grande. (Chuvienco, 2023) Gerard Piqué y compañía eran conscientes de la bajada, aunque fuera pequeña, en la audiencia de la KL. Debido a esto decidieron darle otra vuelta más a la competición, esta vez, cambiando el color del césped. Una revolucionaria apuesta para alejarse aún más del fútbol tradicional. Lo que

se vio en el mes de agosto de 2023 como una simple charla entre colegas y socios se haría realidad meses más tarde.

En este mes de agosto también se observó intereses de otros streamers como Papi Gavi o ElXokas de unirse a la liga. Spursito, el ya presidente de uno de los equipos de la KL, admitió que "añadiría Papi Gavi y a Xokas yo creo que son los que están más cerca". De la misma forma se quiso pronunciar sobre los rumores de que El Xokas podría estar cerca de la Kings League: "puedo hablar de ello porque como no tengo información... Ya sabéis que yo cuando tengo información de algo no hablo de ello para no filtrar nada, pero yo creo que tarde o temprano entrará". (Murillo, 2023)

Durante este mes de descanso de la competición, Oriol Querol, CEO de la KL, aprovechó para analizar el primer año de la liga. Este explicó que se expandirá a América en el próximo año. También comentó las dos fases que había vivido la KL hasta entonces, desde el 2022 con toda la preparación y trabajo que hubo detrás para sacar un proyecto tan ambicioso en tan poco tiempo; y desde el 1 de enero del 2023, una historia que ya se conoce.

Oriol tampoco se veía preocupado por las audiencias y contaba que "Ahora mismo la Kings League es, por bastante diferencia, el canal de Twitch con más audiencia media del mundo. A pesar de ser nuestro segundo canal, el canal de YouTube es de los más grandes del mundo a nivel de 'streaming' y el tercero, Tik Tok, es probablemente a nivel de directos el más grande de España. A nivel de repercusión en Tik Tok tenemos más audiencia que varias de las mayores ligas del mundo del fútbol juntas".

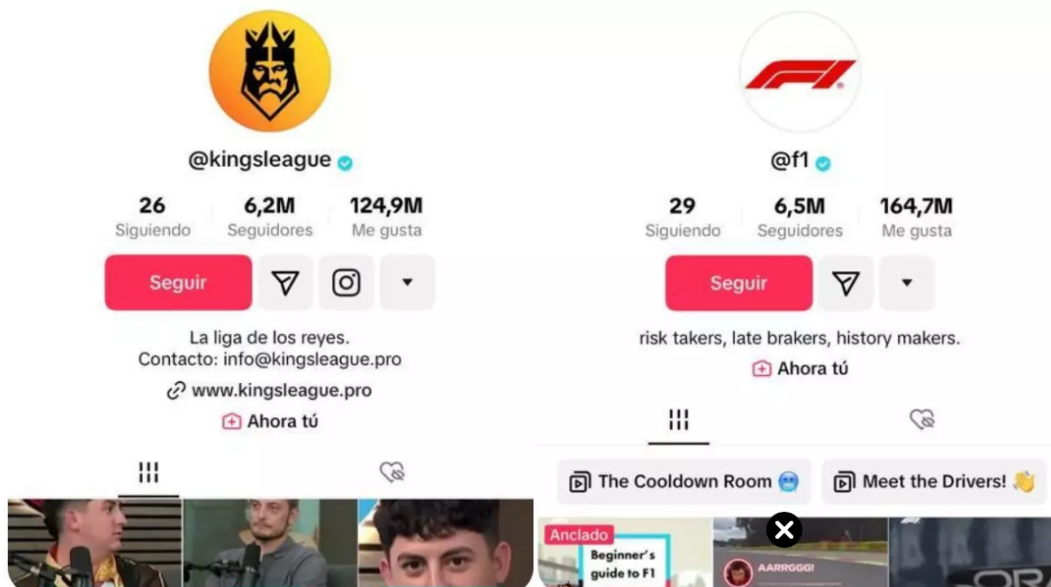


Ilustración 2-6 - Comparativa en TikTok entre la KL y la F1

Fuente: Sport.es

En septiembre llegó el inicio del tercer split de la competición (la Kings Cup), con su llegada volvieron a aparecer las dudas acerca de la audiencia. Pese a mantenerse líder en Twitch, la KL comenzó su tercer split con una reducción del 56% de audiencia en comparación con la apertura del segundo split, según informó el diario AS.

A las críticas por la pérdida de audiencia respondió Gerard Romero, presidente de Jijantes, que a través de un directo declaró que hay mucha gente que está deseando que la liga termine. "Tengo la sensación en estas últimas horas de que hay mucha gente que tiene muchas ganas de que esto se acabe y me sorprende. Creo que todo el mundo tendría que hacer también una reflexión, y nosotros [los presidentes] primero de si hemos decidido quemar el producto demasiado pronto generando tanto contenido en un año, que hay que recordar que tan solo llevamos 9 meses y a lo mejor habría que haber dejado descansos más largos, de 2 o 3 meses como La Liga". (González, 2023) Romero creía que la KL quizá explotó demasiado su producto en el poco tiempo que llevaba entonces.

En tan solo 9 meses se vio como todas las redes sociales se llenaron de contenido de esta liga, lo cual puede que abrumara a los fanáticos que antes la veían con ilusión y la dejaron de lado.

En el mes de octubre se jugaron las finales de la Kings Cup (el “tercer split de la KL”) en La Rosaleda, Málaga. Como se ha indicado antes, sus audiencias bajaron, pero no dejaron de cumplir. La media de espectadores fue de 455.000 espectadores con picos de 705.000, con el minuto de oro a las 23:01 hora española con la consecución del campeonato por parte de Ultimate Móstoles, siendo además su partido contra Los Troncos el más visto. (Díaz, Movistar eSports, 2023)

Joaquín, el exfutbolista, participó en esta edición llevándose todos los focos y atrayendo más miradas a la KL. Siendo así las audiencias presenciales otra vez excepcionales, haciendo un completo “sold out” del estadio del Málaga CF.



Ilustración 2-7 - Joaquín en las finales de La Rosaleda

Fuente: Málaga Hoy

Tras el bajón de audiencias tocaba enseñar la otra cara de la moneda, Gerard Piqué presentó la última semana de octubre su tan esperada expansión a América con 12 nuevos equipos presididos por cantantes de reggaetón, creadores de contenido y futbolistas. Como datos de la presentación de esta nueva competición se obtuvo una media de espectadores de 475.000 y un pico de más de medio millón. (Tejerina, 2023)

Por si eran pocas las novedades, se introdujo una nueva competición que entremezclaba jugadores y jugadoras, la Kingdom Cup. Esta copa "revolucionó las normas del universo Kings", afirmó Piqué. Fue la primera competición de fútbol de la historia que incluyó equipos femeninos y masculinos en un mismo partido, en la que ellas jugaron la primera

parte y ellos la segunda, y además en cada mitad los equipos comenzarán con un jugador y un portero sobre el terreno de juego. Cada minuto se fue sumando un compañero, hasta que en el quinto se complete la alineación, la llamada “escalera”.

Sin embargo, las audiencias de la primera jornada de esta competición no fueron del todo como se esperaba. La Kingdom Cup reunió una media de 73.700 espectadores en Twitch. En el caso de YouTube, la media se quedó en 37.200. Tuvieron ambos canales un pico de viewers de 111.700 y 66.700, respectivamente y según los datos de TVTop. Se trató de una gran bajada con respecto a la Kings Cup, que alcanzó casi los 213.000. Obviamente, esto solo ocurrió en la primera fecha de competición y en las finales es cuando más espectadores aparecieron. Además, hay que tener también en cuenta los datos individuales de los canales de cada presidente. (Ayora, Movistar eSports, 2023)

En cuanto a las audiencias de las finales de esta competición tampoco se puede decir que fue una cosa desorbitada, más bien en la línea de lo que venían promediando. Los play-off de la Kingdom Cup consiguieron reunir medias de audiencias de 166.000 espectadores y picos de 425.000, algo menos de lo que acostumbraban. (Díaz, Movistar eSports, 2023)

A pesar de los bajones de audiencia en esos meses, la KL seguía en boca de todos, tanto es así que fue galardonada con el Premio Ondas al Mejor Programa de Entretenimiento de 2023 dentro de la categoría de televisión, en el mes de noviembre. “Todo este circo que veis es posible gracias a cientos de personas que llevan un año trabajando muy duro para convertir esto en un fenómeno global. Gracias a los presidentes, a los jugadores y a los árbitros. Gracias también a la audiencia, invitamos a todo el mundo a vernos”, fueron las palabras de agradecimiento de Oriol Querol, CEO de la KL, sobre el escenario. (El Rotativo, 2023)

Sin embargo, uno de los momentos más destacados de los discursos de los presidentes lo protagonizó Martí Miras, más conocido como “Spursito”, que quiso dedicarle el premio, nada más empezar, a Javier Tebas. Martí le dedicó unas “bonitas” palabras de agradecimiento al presidente de LaLiga, “porque desde que empezó la Kings League nos cedió ese apodo tan bonito de circo”. Y ha ido más allá: “Se ha acordado mucho de nosotros, de mí. Javier, te quiero mucho y mucha suerte con lo que te viene”. (Cadena SER, 2023)



Ilustración 2-8 - Algunos de los integrantes de la KL recogiendo el Premio Ondas

Fuente: CEU Cardenal Herrera

Para acabar el gran año de la KL se llega a diciembre y pese a la bajada en número de espectadores, InfoJobs, principal patrocinador de la competición, decidió renovar su contrato con la KL hasta 2024.

La liga de fútbol masculino creada por Gerard Piqué y su equipo, cuenta con un gran número de patrocinadores, como se decía antes, en los que se encuentran otras marcas como Adidas, Simyo, Spotify, Mahou o Grefusa entre otros. En la primera edición celebrada en Latinoamérica, en cambio, el patrocinador principal y marca que dio nombre al torneo fue Banco Santander. (Espinós, 2023)

Justo antes de fin de año la KL estrenaba la que sería su primera tienda física.



Ilustración 2-9 - Primera tienda física de la KL

Fuente: esportsbureau

El año se cerraba de la mejor manera posible, celebrando sus propios premios, al más puro estilo Balón de Oro, los galardones Corona de Oro. Se trató de un evento que premió a los mejores jugadores, presidentes y equipos del año. Entre las estatuillas más destacadas se pudo ver las de mejor parada, mejor gol, equipo ideal, máximo goleador y corona de oro. (Rodríguez, 2023)

La web de Stream Charts recogió estos datos de audiencia que reflejaban que la Kings League consiguió reinar en la categoría de deportes en Twitch en 2023 ya que, habiendo emitido un total de 583 horas, logró obtener más de 78 millones de visualizaciones. Una cifra que queda lejos a sus perseguidores Romero e Ibai, ambos con más de 10 millones. (Luna, 2023)



Gráfico 2-3 - Canales más vistos de 2023 en Twitch en la categoría de deportes

Fuente: Streams Charts

A su vez, si se cuentan también las visitas de YouTube, la KL se convierte en el segundo canal de deportes más visto del año, por detrás de un canal de cricket, registrando más de 100 millones de visualizaciones.



Gráfico 2-4 - Canales deportivos más vistos del 2023

Fuente: Streams Charts

Tras el exitoso primer año de la KL, llegaba enero de 2024. La KL se hundió un 54% en audiencia al principio de año. La competición arrancó con un nuevo campo de juego, nuevas normas, jugadores intercambiados entre clubes, caras nuevas, mismos presidentes, pero menos audiencia. El estreno de la KL 2024 sumó 192.000 espectadores de media y un pico de 288.000, muy lejos de los 414.000 en la jornada 1 de 2023 (el estreno de todo) y sus 301.000 de media solo en Twitch. (Díaz, Movistar eSports, 2024)

El mes de febrero entró con varias novedades en el frente, una de las más destacadas fue que la propia KL dejó a partir de febrero emitir a los presidentes de la liga cualquier partido de ésta. Tras la continua bajada de las audiencias, la competición decidió tomar esta decisión para intentar revertir la situación. La bajada fue normal, ya que la competición no era la novedad.

RANKING / CANAL	DIRECTO / ESTRENO	PLATAFORMA	AUDIENCIA MEDIA (ESPECTADORES)	MINUTO DE ORO
01 	MAD KOI VS FNATIC - LEC PLAYOFFS 2024 WINTER - #WATCHLEC IBAI LLANOS		89.0K	171.2K
02 	KINGS LEAGUE INFOJOBS - JORNADA 3 #KINGSLEAGUEJ3 KINGS LEAGUE		48.3K	63.8K
03 	DOMINGUITO DE ZUSTOX - SILENT HILL: THE SHORT MESSAGE + POPPY PLAYTIME: CAPÍTULO 3 ILLO JUAN		44.4K	54.6K
04 	CHIRINGUITO INSIDE - REAL MADRID-ATLETI - LALIGA CHIRINGUITO INSIDE		41.6K	63.1K
05 	KINGS LEAGUE INFOJOBS - JORNADA 3 #KINGSLEAGUEJ3 KINGS LEAGUE		33.6K	48.3K
06 	- GTA V LIFE - SEÑOR X... O SR. TORTUGA? LA BATALLA FINAL!! NEXXUZ WORLD		33.3K	40.2K
07 	[COAC 2024] 1ª SESIÓN DE SEMIFINALES ONDA CÁDIZ CARNAVAL		28.6K	40.1K
08 	SPAINRP +18 - ISIDORO #15 - LIGAR Y TRABAJAR -- IGZA IMANTADO		20.5K	26.8K
09 	BBBBRR BBBBBBBBBR BBBBBBBBBRRR BBBBBBBBBRRR BBBBBBBBBRRR BBBBBBBBBRRR RUBIUS		20.2K	30.7K
10 	#OT2023 24H OPERACIÓN TRIUNFO OFICIAL		19.2K	30.8K
11 	CHISME - UNBOXING MASIVO - REACCIONES DISCORD - POPPY PLAYTIME CRY		16.0K	17.9K
12 	XBUYER TEAM VS RAYO DE BARCELONA ¿¡¡INVITADO ESPECIAL!? XBUYER		14.6K	20.8K

Tabla 2-1 - Audiencias del domingo 04/02/2024 en Twitch

Fuente: TVTOP

Por otro lado, en febrero arrancó la KL Américas y lo hizo con un éxito rotundo, aunque en este trabajo no se analizará en profundidad, ya se vio que el proyecto sigue la misma línea que el original y parece que las audiencias también se comportan similar. Según las estadísticas, el partido entre West Santos y La Raniza alcanzó un pico máximo de 407.000 espectadores, marcando un hito para la liga. (Posta Deportes, 2023)

La KL siguió las directrices de la temporada pasada trayendo más exfutbolistas a las jornadas, esta vez fue el turno de Nolito, que tras finalizar el partido fue elegido como MVP tras su gran actuación. Un estreno que hizo aumentar ligeramente las audiencias para ese partido en especial.

En marzo se anunciaba lo que para muchos es el evento con mayúsculas de la KL, el mundial. Esta competición que se celebrará a finales de mayo albergará equipos de España, Latinoamérica y otras partes del mundo como Brasil, Francia, Italia, Japón, Oriente Medio, etc. El ganador se hará con el ansiado premio de 1 millón de dólares.

Gerard Piqué usó como escaparate a Zlatan Ibrahimovic para promocionar el mundial. El exfutbolista sueco fue nombrado presidente de esta nueva competición, consiguiendo así volver a enganchar a seguidores que habían perdido la ilusión por la KL.



Ilustración 2-10 - Presentación de Zlatan Ibrahimovic como presidente del mundial

Fuente: @kingsleagueinfojobs vía X

Tras la presentación del mundial se llegó a otro emplazamiento para vivir las finales de este último split de la KL, celebrado en el Wizink Center de Madrid con capacidad para más de 17.000 personas, que obviamente volvió a hacer llenazo. Personalidades como la cantante argentina María Becerra, el streamer ElXokas, los pilotos de MotoGP Jorge Lorenzo y los hermanos Márquez entre otros, no se quisieron perder la oportunidad de estar presentes en las finales.

Unas finales en las que iba a aparecer otro astro retirado del fútbol, ni más ni menos que Fernando Llorente. El exfutbolista debutó dejando detalles de calidad y comentando que él estará encantado de volver si le llaman en un futuro. Algo que alentó las estadísticas de la competición de nuevo.

Estas finales fueron como un deja vu en cuanto a datos de audiencia. Se volvió a recuperar aquellos números tan elevados de los inicios de la competición, llegando incluso a los 870.000 espectadores en el minuto de oro de la final. Se consiguió reunir una audiencia media de casi medio millón de visitas en las semifinales y 700.000 en la final. (TVTOP, 2024)



Ilustración 2-11 - Sold Out del Wizink Center en la final

Fuente: @UniverseKingsL vía X

Después de este gran recorrido por la historia de la KL se llega a la actualidad, mayo de 2024, con un gran anuncio que alegró, sobre todo, las caras de los seguidores mexicanos. Esto es así ya que hace escasos días se anunció que la sede del mundial iba a ser en la ciudad de Monterrey, México, algo que pillaron con gusto también los futbolistas de la KL España al poder vivir la experiencia de viajar y jugar en un ambiente distinto.



Ilustración 2-12 - Cartel de las finales de México

Fuente: @kingsleague vía X

Capítulo 3 - Factores de éxito en la KL

Componentes que han hecho de la KL una competición a la altura

Para entrar en detalle en los factores que han convertido a la KL en una liga referente en el mundo entero, fue necesario realizar una investigación entre más de 250 personas con el propósito de hallar respuestas. Estas personas fueron elegidas sin seguir ningún criterio de rangos etarios ya que se quería comprobar el verdadero alcance de la KL y ver así cuánta gente es conocedora de esta liga de reciente creación.

Según un estudio hecho por Fluzo, una compañía que mide la efectividad publicitaria, se ve que un 25% de los jóvenes españoles de entre 18 y 24 años se conectó en algún momento a la KL. Entre los chicos, los contactos se disparan hasta el 30%, por el 22% de las chicas. De media, cada partido alcanzó a un 8% en el caso de ellos y a un 5% en el de ellas, y los consumos duraron 32 y 27 minutos de media respectivamente. (MarketingNews, 2023)

Los datos ponen de manifiesto lo poco que los jóvenes ven la televisión, y, sin embargo, consumen plataformas online a diario. Vicente García, 'lead market' para España y cofundador de Fluzo, apuntaba que los datos eran muy claros: la Kings League ha conseguido el hito de rejuvenecer radicalmente a la audiencia del fútbol acercándose a la Generación Z sin dejar de lado a perfiles más senior. "Ha dado con un formato muy creativo, que reinventa el fútbol para entretener al espectador más joven y dar visibilidad a los patrocinadores y lo combina con cameos de viejas glorias para deleite de los más adultos. El acierto es total porque consigue posicionarse en ese segmento joven tan interesante y crucial en la evolución de la industria publicitaria, de los medios y de los deportes en directo". (MarketingNews, 2023)

Frente a frente

Cobertura total
(contactos)

9%

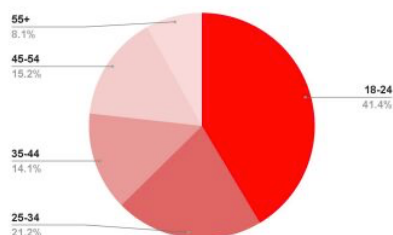
Cobertura
(contactos) promedio

1,6%

Distribución por
género

46% | 54%

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO POR EDAD

Cobertura total
(contactos)

33%

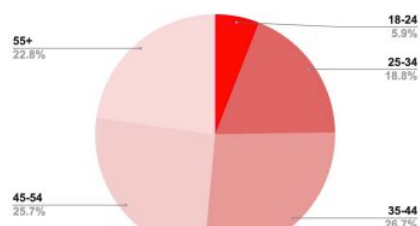
Cobertura (contactos)
promedio

10,3%

Distribución por
género

47% | 53%

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO POR EDAD



Datos extraídos del estudio de FLUZO 'Así se reparten la audiencia del fútbol (y su publicidad) TV, Radio y Twitch', que midió el consumo de 10 partidos de Liga y 4 de Champions entre octubre y diciembre de 2021 en un panel de 2.000 internautas españoles.

Gráfico 3-1 - Comparativa del perfil de usuario entre la KL y el fútbol tradicional

Fuente: Fluzo

Teniendo en cuenta estos aspectos, se realizó un cuestionario dirigido a personas de todas las edades, seguidores y no seguidores de la KL, para que pudieran ofrecer su feedback e impresiones sobre qué era lo que hacía a la liga de fútbol creada por Gerard Piqué tan diferente y apasionante. El formulario estuvo abierto una semana (2/05/2024 – 9/05/2024) y recopiló un total de 277 respuestas.¹

En el gráfico 3-2, se presentan los encuestados por rangos de edad y género. Se muestra la representatividad por trabajos de edad y equilibrio entre hombres y mujeres, representando un 60,6% y un 39,4% respectivamente. (Ver gráfico 31 (distinción sexos) - Anexo 2)

¹ Formulario y datos obtenidos disponibles en Anexos

¿En qué rango de edad te encuentras?
277 respuestas

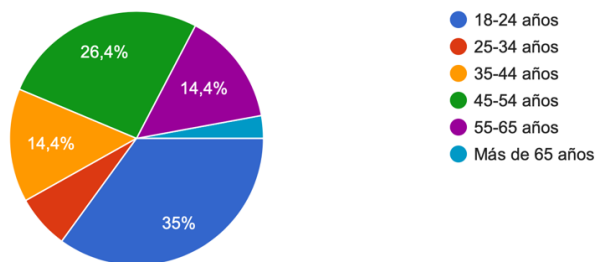


Gráfico 3-2 - Porcentaje de rangos etarios de los encuestados de la muestra total

Fuente: Elaboración propia

En la primera pregunta del formulario se preguntaba al encuestado sobre si era conocedor de la KL, como vemos en el gráfico 3-3, en esta cuestión se obtuvo un total de 75.8% de respuestas positivas, es decir, 210 personas si conocían de antes la KL frente a 67 que no tenían ni idea de la competición. Está repartición será de vital importancia a la hora de analizar las respuestas de cada grupo de encuestados.

¿Conoces la Kings League, aunque no la sigas activamente?
277 respuestas

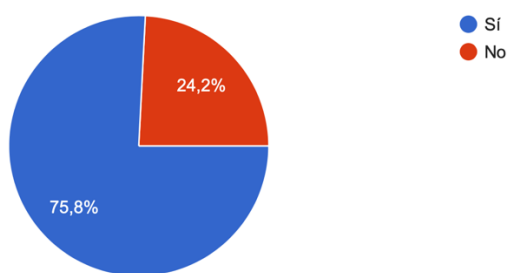


Gráfico 3-3 - Porcentaje de personas que conocían la KL vs los que no

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al grado de conocimiento existente de la KL para los que sí que la conocían, podemos distinguir en tres apartados; un 42,4% afirmó haber oído hablar de ella, un 37,6% sabían un poco sobre ella y un 20% de los entrevistados admitieron ser en algún momento seguidor de la KL. (Ver gráfico 2 - Anexo 2)

A las personas que no conocían la competición se les lanzó otra pregunta en vez de la anterior, para indagar sobre los motivos que les habían impedido seguir la KL. Prácticamente la mitad de los entrevistados (40,3%) que no conocían la KL admitieron que era por falta de interés, otros respondieron que no seguían la competición porque preferían seguir otros eventos (25,4%) o por no estar familiarizados con la liga (28,4%), y unos pocos indicaron no tener tiempo para seguirla (6%). (Ver gráfico 3 - Anexo 2)

Tras estas primeras cuestiones de introducción al tema, a los encuestados que no conocían la KL se les hacía un breve resumen (ver Anexo 1) sobre lo que trataba la competición para poder responder al cuestionario con criterio.

Para empezar, se preguntó a los encuestados que no conocían la KL acerca de los factores que podrían influir a la hora de aumentar el seguimiento de la competición por parte de estos. Los resultados fueron algo inconcluyentes, ya que, se obtuvo que la mayor respuesta fue que no había un interés por la liga por un 65,7% de estos encuestados. Sin embargo, también se observó cómo otras personas dieron importancia a los comentaristas y análisis de expertos (16,4%), a la comunicación sobre los partidos (14,9%) o incluso a los premios y recompensas para los participantes (9%); todo esto como aspectos que podrían aumentar las visitas de estas personas que no conocían la KL hacia la propia competición. A continuación, se muestra el gráfico 3-4 con todo el desglose de una manera más visual:

¿Cuáles de los siguientes aspectos influirían en que tu seguimiento hacia la Kings League fuera mayor? (Selecciona todas las opciones que consideres)

67 respuestas

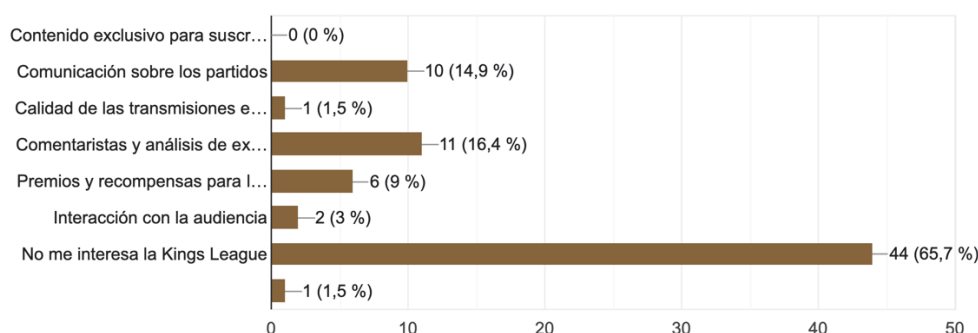


Gráfico 3-4 - Porcentaje de distintos aspectos que podrían aumentar el seguimiento hacia la KL de encuestados que no conocían la KL

Fuente: Elaboración propia

Esta misma pregunta fue lanzada para las personas que sí conocían la competición, en esta ocasión, se le dio más interés a la interacción con la audiencia (23,3%) como factor de importancia para el seguimiento de la KL. También se reflejó que los demás aspectos, como los que se comentaba antes, están bastante equilibrados y lo que sí que no gustó a los encuestados fue la idea de ofrecer contenido exclusivo para seguidores, tan solo 13 personas, un 6,2%, votó por esa opción. (Ver gráfico 15 - Anexo 2)

A los encuestados también se les preguntó acerca de qué plataformas usan o usarían para visionar los partidos de la KL. Esta pregunta está relacionada con uno de los objetivos del trabajo como es el investigar las innovaciones tecnológicas y las tendencias en el entretenimiento que han influido en la KL y en su impacto en la audiencia, más adelante se verán otras preguntas que también hacen referencia a este objetivo.

Se detectó que la respuesta más común a esta pregunta fue que los encuestados utilizarían la plataforma YouTube (71,6% en el caso de los no conocedores de la liga y 26,2% en el caso de los que sí conocían la liga) para seguir la KL. Otras respuestas que también destacaron fueron Twitch y TikTok, las plataformas de uso cotidiano más frecuentes entre los espectadores. En el caso de los encuestados que conocían la KL, la respuesta más

sólida fue que no seguían la liga con un 38,6% de los votos, un dato no muy elevado en relación con el total de los votos. (Ver gráficos 5 y 16 - Anexo 2)

Siguiendo con el tema de la importancia de la tecnología en el mundo de hoy en día, se quiso averiguar cómo de necesario veían los encuestados el tema de las redes sociales y la comunicación para atraer a nuevos espectadores. Las respuestas de los encuestados conocedores y no de la KL no varían mucho; un 31,4% de los primeros consideran importante esta presencia en redes sociales a la hora de captar público, mientras que en los que no conocían la liga se ve que otorgan el mismo porcentaje de votos a las categorías neutral e importante, un 28,4%. Esto puede deberse a que los rangos etarios que respondieron que no conocían la KL pueden ser más elevados y tener menos relación con las redes sociales que los jóvenes. (Ver gráficos 6 y 17 - Anexo 2)

Una tarea que la KL tiene pendiente es la de llegar a un sector más amplio de la población. Por eso, se preguntó a los encuestados sobre los métodos que podrían conseguir este reto. Las respuestas de los encuestados fueron claras y coincidieron de nuevo tanto las personas que conocían la KL como los que no. Se reflejó que mejorar la accesibilidad para ver la competición e incluir más contenido cultural o de entretenimiento en las transmisiones fueron las opciones con más respuestas, prácticamente la mitad de los encuestados votaron por alguna de las dos elecciones. (Ver gráficos 7 y 18 - Anexo 2)

En el caso de los que ya conocían la KL se obtuvo un resultado del 75,2% de encuestados que apoyaban la decisión de mejorar la accesibilidad para ver la competición, ya fuera en la televisión, radio, etc. (Ver gráfico 18 - Anexo 2)

Interesante era también la opinión sobre el impacto que la KL podía llegar a tener en la sociedad, por lo que en el cuestionario se lanzó la siguiente pregunta: “¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general?”.

Los no conocedores de la liga mostraban bastante inseguridad en las respuestas ya que el 58,2% no lo tenían del todo claro. (Ver gráfico 8 - Anexo 2)

Sin embargo, los datos cambiaron cuando se entregó la misma pregunta a los encuestados que sí conocían la KL. Éstos confiaron en el proyecto y en su positivo impacto para la sociedad, ya sea en factores de puro entretenimiento o en otras ideas. Viendo las

respuestas en el gráfico 3-5, se observó que en este caso fueron de un 49,5% que sí que tenía un impacto positivo y tan solo un 10% que no.

¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general?

210 respuestas

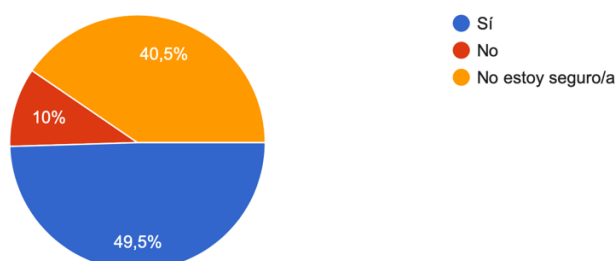


Gráfico 3-5 - Porcentaje del impacto positivo de la KL en la sociedad según los encuestados que conocían la liga

Fuente: Elaboración propia

Tras estas preguntas lanzadas por igual para ambos grupos tanto los que sabían de la KL como para los que no, se redactaron algunas cuestiones solo para el primer grupo ya que estaban un poco más metidos en el tema y podrían responderlas con más claridad y exactitud.

La primera trataba de obtener información de los encuestados acerca de cómo, la KL, podría mejorar su comunicación. Las opciones más votadas fueron las de organizar eventos online y offline para interactuar con los fans (un 40,5% de estos encuestados la eligieron), conseguir aumentar la presencia en redes sociales fue la segunda más votada, con un 37,6% de aceptación y la idea de publicar actualizaciones y noticias regularmente gustó también bastante, ya que consiguió un 34,3% de respuestas positivas. Otros usuarios reportaron sus propias opciones como se puede ver en el siguiente gráfico:

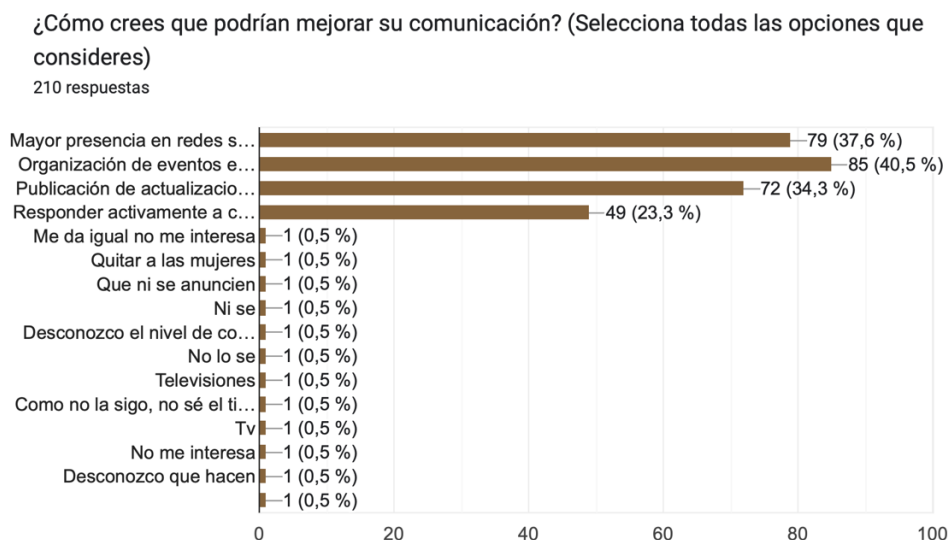


Gráfico 3-6 - Porcentaje de respuestas sobre cómo podría la KL mejorar su comunicación de los encuestados que conocían la liga

Fuente: Elaboración propia

Además, se preguntó a los conocedores de la KL, cómo de efectiva pensaban que era la comunicación de la liga con su audiencia. Las respuestas de esta cuestión variaron en torno a 3 opciones. Un 35,2% de los que respondieron indicaron que les parecía que la KL realizaba una comunicación efectiva con su audiencia. Un 22,4% no quisieron mojarse y categorizaban la comunicación como un factor neutral, ni bueno ni malo. Y, por último, se obtuvo un 20,5% de respuestas de encuestados indicando que no seguían la KL, por lo tanto, no eran conscientes del grado de comunicación de la KL con su audiencia. (Ver gráfico 20 - Anexo 2)

Para acabar la primera parte del formulario se preguntó a los encuestados, los que ya conocían la KL de antes, dónde se enteraron de la existencia de la liga por primera vez. La mayoría (53,3%) respondió que fue a través de las redes sociales que interactuaron con la KL por primera vez, una vez más se hace alusión a la importancia de la tecnología implementada en el día de hoy. Un 33,3% indicó que supo de la KL por medio de familiares ya amigos y otro 10% a través de anuncios. (Ver gráfico 22 - Anexo 2)

A estos mismos encuestados se les trasladó una pregunta acerca del nivel de satisfacción que tenían de la liga para conocer sus impresiones de primera mano. Al revisar las respuestas en el gráfico 3-7, se reflejó que un 41% indicó no sentirse satisfecho ni insatisfecho, simplemente neutral, la liga no les despertaba ese sentimiento de agrado o desagrado, les dejaba en tierra de nadie. Sin embargo, un 21,9% decían sentirse satisfechos por la experiencia que la KL les proporcionaba. Además, se obtuvo un porcentaje alto de respuestas que apuntaban no seguir la liga, un 28,1% en concreto.

¿Qué tan satisfecho estás con la experiencia general que ofrece la Kings League?
210 respuestas

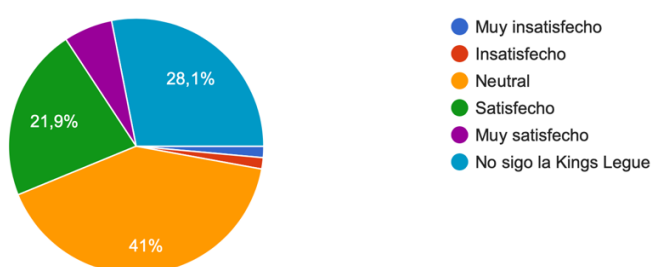


Gráfico 3-7 - Porcentaje de satisfacción con la KL de los encuestados que conocían la liga

Fuente: Elaboración propia

La segunda parte del cuestionario trataba temas de cómo la tecnología implementada y el entretenimiento, influían en los factores que han contribuido al éxito de la KL, incluyendo así los objetivos 3 y 4 del trabajo. Para ello, se lanzaron las mismas preguntas tanto para los encuestados que conocían la KL como para los que no. Para asegurar una correcta extracción de información, se siguió separando en ambos grupos las respuestas de las siguientes cuestiones.

A los encuestados se les hacía ordenar del número 1 al 5, siendo 1 una opción poco atractiva y 5 una opción muy atractiva entre las que se ofertan a continuación.

La primera pregunta cuestionaba el uso de las cartas, es decir, al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ... Los encuestados

debían decidir cómo de interesante les parecía esta opción. Las respuestas en el caso de los que no conocían la KL estuvieron bastante polarizadas. Casi un 20% otorgó un 5 de puntuación, la más alta, indicando que le parecía un tema muy atractivo. Sin embargo, más del 30% de estos encuestados marcaron el número 1 indicando que no les atraía demasiado la idea. (Ver gráfico 9 - Anexo 2)

Al lanzar esta misma pregunta a personas que sí conocían la KL se obtuvieron cifras muy diferentes. Recordando que se seguía una escala en la que el número 1 era poco atractivo y el 5 muy atractivo, los resultados indicaron que las opciones 3, 4 y 5 fueron las más votadas con porcentajes de 21,9%, 27,1% y 30,5% respectivamente (representación visual en el gráfico 3-8). Esto indica que la gente que realmente conoce la liga entiende el verdadero significado que las cartas tienen y lo interesantes que pueden ser a la hora de aumentar el entretenimiento en las visualizaciones.

Cartas (al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ...)
210 respuestas

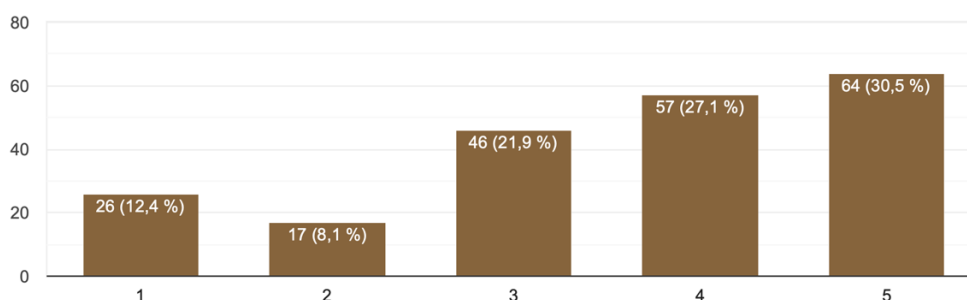


Gráfico 3-8 - Porcentaje de nivel de atractivo de las cartas según los encuestados que conocían la KL

Fuente: Elaboración propia

La siguiente opción que se trataba en el formulario era el famoso penalti presidente, los presidentes de los equipos saltan al campo a tirar un penalti que cuenta como si lo chutara un jugador más. En el caso de los no conocedores de la liga tampoco gustó esta opción, ya que es una idea un poco extraña para alguien que está acostumbrado al fútbol tradicional. En el gráfico se mostraba que un 28,4% de los encuestados votaron el número 1, es decir, les resultó un cambio poco atractivo. (Ver gráfico 10 - Anexo 2)

En esta opción se integra la tecnología para hallar estadísticas de velocidad, probabilidad de gol, etc. Los encuestados que conocían la KL respondieron de forma totalmente diferente de nuevo a esta misma pregunta, debido a que sabían lo novedoso que era y las funcionalidades que proporciona a la liga. Éstos volvieron a otorgar altas puntuaciones a esta idea, liderando la opción más atractiva con un 29% de las respuestas. (Ver gráfico 25 - Anexo 2)

La idea que menos gustó a los encuestados que no conocían la KL fue la del dado, antes de finalizar la primera parte se lanza un dado y el número de jugadores que salga se quedará jugando lo que reste de primer tiempo (P.ej.: si al lanzar el dado sale un 3, en el campo se quedarán jugando 3 jugadores de cada equipo). Un 33,3% de estos encuestados le otorgaron un 1 de puntuación como opción poco atractiva. (Ver gráfico 11 - Anexo 2) Lideró la neutralidad en cuanto a las respuestas de los encuestados que conocían la KL, un 30% de ellos dieron la puntuación de 3 a esta pregunta. Una respuesta que deja indiferente, la idea del dado no deja de ser algo innovador, sin embargo, no acaba de convencer a los espectadores de la KL. (Ver gráfico 26 - Anexo 2)

Otro factor que pudo contribuir al éxito de la KL fue la aparición de exfutbolistas profesionales en la liga. La presencia de exjugadores como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ... ayudó a aumentar esos niveles de audiencia. Los encuestados que no conocían la KL no le dieron mucha importancia ya que respondieron neutralmente otorgando una calificación de 3 sobre 5, un 40,9% vio la aparición de estas personalidades indiferente. (Ver gráfico 12 - Anexo 2)

El gráfico 3-9 refleja que las personas que respondieron el formulario que sí conocían la liga le dieron bastante importancia a esta sección. Fue la opción más votada de todas obteniendo un 54,8% de los votos muy positivos. Menos del 10% de estos calificaron la idea como poco atractiva.

Jugadores profesionales que han jugado en la Kings League (la presencia de exfutbolistas como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ...)

210 respuestas

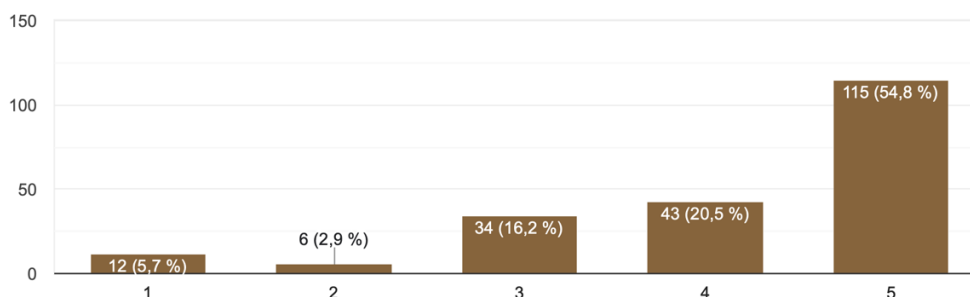


Gráfico 3-9 - Porcentaje de nivel de atractivo de que jueguen exfutbolistas según los encuestados que conocían la KL

Fuente: Elaboración propia

La penúltima idea innovadora que presenta la competición de Piqué se trata del gol de oro o gol doble, si el partido acaba y llega al descuento con empate, el que marque ganará, sin embargo, si un equipo va por delante habrá goles dobles para los dos equipos. Esto hace que los últimos minutos de los partidos sean más interesantes y consigue retener a la audiencia hasta el final.

Los encuestados no conocedores de la KL volvieron a mostrarse indiferentes ante esta idea, un 39,4% marcaron la opción 3, indicando que no les resulta ni atractivo ni no atractivo, simplemente se muestran neutrales. También es cierto que a un gran número de éstos no les gustó mucho esta opción, convirtiéndose la casilla de poco atractivo la segunda más votada con un 25,8% de los votos. (Ver gráfico 13 - Anexo 2)

En esta ocasión se encontraron similitudes entre las respuestas de los encuestados que no conocían la KL y los que sí. La opinión de éstos últimos fue mantenerse neutral también, con un 29,5% esa fue la elección más votada. Sin embargo, este grupo de encuestados sí que valoró la idea y esto se refleja en el segundo y tercer puesto de la votación, donde aparecen las opciones más atractivas, con un 26,8% la segunda elección más atractiva y un 22,9% la más atractiva de todas. (Ver gráfico 28 - Anexo 2)

El último concepto revolucionario que se analizó en el cuestionario fueron los penaltis shootout, si el partido finalmente acaba en empate, ocurrirá una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra el portero partiendo desde el medio campo, los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol. Una idea que pareció gustar a los entrevistados que conocían la KL, pero que dejó serias dudas en el grupo de personas que respondieron el formulario sin conocer la liga.

Los que no la conocían proporcionaron respuestas de todos los tipos. En el siguiente gráfico se puede ver cómo prácticamente cada opción tuvo porcentajes muy parejos, siendo la elección media la más considerada con un 31,8% de los votos.

Penaltis shootout (si el partido finalmente acaba en empate, tendremos una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra e...los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol)
66 respuestas

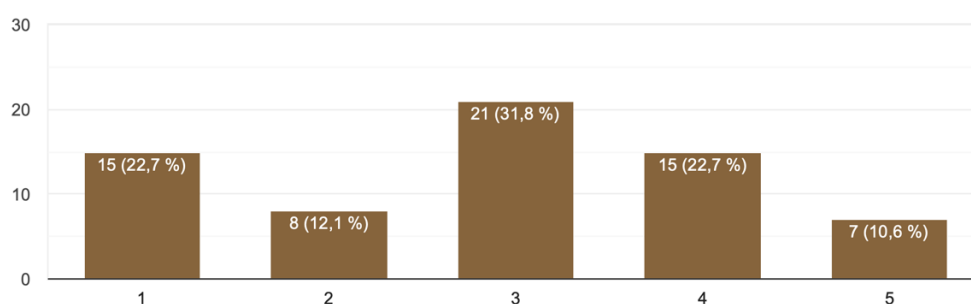


Gráfico 3-10 - Porcentaje de nivel de atractivo de los penaltis shootout según los encuestados que no conocían la KL

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al otro grupo, entre los que conocían la liga se encontró un aplastante resultado positivo. Menos de un 15% de los votos se repartieron entre las opciones 1 y 2, quedando el resto a merced de las opciones que indicaban ser una idea atractiva. (Ver gráfico 29 - Anexo 2)

Capítulo 4 - Conclusiones

Reflexiones finales y perspectivas futuras

De los resultados principales de la encuesta. Se destacaría el reconocimiento y aceptación entre los jóvenes, especialmente en el rango de edad de 18 a 24 años. Un 75.8% de los encuestados conocía la liga, indicando un alto nivel de conocimiento sobre esta competición, destacándose por su innovación y capacidad de conectar con la audiencia a través de plataformas digitales. Sin embargo, hay áreas de mejora en términos de accesibilidad y comunicación para ampliar aún más su base de seguidores y aumentar el compromiso de la audiencia. El cuestionario logró una distribución demográfica equilibrada, incluyendo una representación adecuada de diferentes rangos de edad y una proporción relativamente pareja entre hombres y mujeres.

Existe una notable diferencia en el interés entre géneros. Un 30% de los hombres jóvenes se conectaron en algún momento a la KL, en comparación con un 22% de las mujeres. Además, los hombres también pasaron más tiempo viendo los partidos (32 minutos de media frente a 27 minutos de media para las mujeres).

Los conocedores de la KL tienen una percepción positiva del impacto de la liga en la comunidad virtual, con un 49.5% considerándola beneficiosa, mientras que entre los que no la conocen, el 58.2% no está seguro del impacto.

Las limitaciones principales al realizar el estudio fueron que entre los que no conocen la KL, las principales barreras son la falta de interés (40.3%), preferencia por otros eventos (25.4%), y no estar familiarizados con la liga (28.4%). Entre los conocedores, la interacción con la audiencia es vista como un factor crucial para aumentar el seguimiento.

La KL ha conseguido atraer a la Generación Z, consumidores de más contenido a través de plataformas online como YouTube, Twitch y TikTok, en lugar de la televisión tradicional, rejuveneciendo así la audiencia del fútbol. Esto se ha logrado mediante un formato creativo que combina entretenimiento y visibilidad para los patrocinadores, junto con la participación de antiguas glorias del fútbol. Los encuestados sugieren que, para

aumentar la popularidad de la KL, es esencial mejorar la accesibilidad a los partidos y ampliar la presencia en redes sociales. La organización de eventos online y offline también se ve como una estrategia efectiva para mejorar la comunicación con la audiencia.

La segunda parte del formulario planteaba distintas opciones que podían hacer de la KL una competición más atractiva. En resumen, el feedback recibido fue el siguiente:

Las innovaciones implementadas en la KL, como el uso de cartas y el penalti presidente, muestran respuestas polarizadas. Mientras que aquellos que no conocen la liga tienden a no encontrar estas ideas atractivas, los conocedores de la KL las valoran positivamente y las consideran interesantes.

La participación de exfutbolistas famosos ha sido crucial para aumentar la audiencia de la KL. Los conocedores de la liga valoran significativamente esta característica, mientras que los no conocedores muestran indiferencia.

Las respuestas a innovaciones como el gol de oro, los penaltis shootout, la implementación de tecnología para estadísticas y análisis son apreciados por aquellos familiarizados con la KL, mientras que quienes no la conocen tienden a valorar menos este aspecto.

Estas conclusiones reflejan cómo las innovaciones de la KL son mejor recibidas por quienes están familiarizados con la liga, destacando la importancia de la familiaridad y el conocimiento previo en la percepción positiva de los cambios y tecnologías implementadas.

Yendo hacia atrás en el trabajo nos encontramos con los objetivos iniciales. El objetivo general por tratar en este trabajo era el de explorar y analizar los factores que contribuyeron al éxito de la KL en la audiencia, con el fin de comprender el fenómeno cultural y deportivo que rodea a esta competición. Es un objetivo logrado con éxito gracias al trabajo de investigación realizado y las respuestas obtenidas por los encuestados.

Dentro de los objetivos específicos se encontraban otras cuestiones como hallar los factores que impulsaron el crecimiento y la fidelización de la audiencia de la KL, echar un vistazo a la evolución histórica de la competición, tratar también las innovaciones tecnológicas y las tendencias en el entretenimiento, enviar encuestas para obtener insights sobre los factores que han contribuido al éxito. Todos ellos han sido analizados minuciosamente y redactados con detalle para ofrecer al lector una clara guía con la que entender qué es la KL y qué hechos la han conducido hacia su posición actual.

La KL tiene mucho recorrido por avanzar todavía, empezando este mismo mes de mayo con el arranque del mundial, una competición que sin duda volverá a aumentar los índices de audiencia. Las direcciones futuras tienen pinta de que van a seguir la línea que se lleva dando desde el año pasado. La KL continuará innovando con nuevas actualizaciones tanto dentro como fuera del terreno de juego como vienen haciendo.

Viendo el gran éxito en audiencias que tuvo la KL, en el ámbito público se podrían fomentar políticas para fomentar el desarrollo de eventos similares para promover la participación de jóvenes en actividades deportivas.

Investigadores y académicos interesados en el campo del nuevo mundo de los deportes, la sociología del entretenimiento y los estudios culturales, podrían usar los resultados de este estudio para apoyarse en sus búsquedas y así obtener información precisa de primera mano a la hora de contribuir al desarrollo de nuevas teorías y marcos conceptuales.

Empresas relacionadas con el entretenimiento también pueden beneficiarse enormemente de este estudio. Comprender los factores de éxito en la audiencia de la KL puede ayudar a las empresas a desarrollar estrategias de marketing más efectivas, diseñar eventos y competiciones que atraigan a una audiencia más amplia y generar nuevas oportunidades de ingresos.

Los organizadores de eventos, los jugadores profesionales, los comentaristas y los analistas, pueden utilizar los hallazgos de este estudio para mejorar su desempeño en el trabajo y comprender mejor las necesidades y preferencias de la audiencia. Además, puede proporcionar orientación para la formación y el desarrollo profesional en este campo en constante evolución.

Reflexionando sobre sus posibles perspectivas futuras, se pueden considerar varios aspectos:

Como decimos, la KL ya se está expandiendo a nivel internacional, creando competiciones como el mundial. Sin embargo, también podría crear ligas en diferentes países, como está ya hablado en Brasil e implementado en algunos países de Latinoamérica como México o Argentina. Esta expansión no solo aumentaría su audiencia, sino que también fomentaría una mayor diversidad de talento y estilos de juego.

Es cierto que la KL ya utiliza tecnologías avanzadas como el análisis de datos en tiempo real lo que mejora la experiencia de los jugadores y la de los espectadores. Además, podría implementar otros avances como la inteligencia artificial o la realidad aumentada para mejorar las transmisiones en vivo y así atraer a una audiencia más joven y tecnológicamente avanzada.

Con el creciente enfoque en la sostenibilidad, la KL podría liderar iniciativas ecológicas en el deporte. Podría hacer del Cupra Arena, campo donde se juegan las jornadas, un estadio sostenible, y también podría crear campañas de concienciación ambiental, la liga podría establecer estándares verdes para el futuro del deporte.

La liga ha demostrado un fuerte énfasis en la participación de la comunidad, permitiendo a los fanáticos influir en ciertas decisiones del juego. Los seguidores participan en votaciones que incluyen algunas cuestiones como el color del césped o las cartas que se incluyen en los directos de Twitch. Este enfoque podría ampliarse, permitiendo a los aficionados participar en más aspectos, como la elección de jugadores o decisiones tácticas a través de votaciones en redes sociales o plataformas online.

La KL podría centrarse en el desarrollo de jóvenes talentos, creando academias y programas de formación. Esto no solo mejoraría el nivel de juego, sino que también podría servir como una cantera para clubes profesionales, aumentando la relevancia y el prestigio de la liga. Un estilo que se asemejara al de la “Masía” del FC Barcelona.

Finalmente, la KL podría considerar la inclusión de otros deportes como el baloncesto o el tenis en su modelo de negocio. Al diversificarse, podrían atraer a una audiencia más amplia y establecerse como una plataforma líder en el entretenimiento deportivo global.

Las perspectivas futuras de la KL son emocionantes, con múltiples caminos para explorar. Desde la expansión internacional y la adopción de tecnología avanzada, hasta la sostenibilidad y el desarrollo de talento joven, la liga tiene el potencial de revolucionar no solo el fútbol, sino el mundo del deporte en general. La clave estará en cómo gestionan estas oportunidades y mantienen la esencia que ha capturado la imaginación de tantos aficionados.

Capítulo 5 - Bibliografía

20minutos. (s.f.). *20minutos*. Obtenido de 20minutos:

<https://www.20minutos.es/deportes/noticia/5099135/0/audiencias-de-record-para-la-kings-league-que-bate-a-la-liga-y-la-premier-league/>

Acosta, G. V. (27 de Marzo de 2023). *relevo*. Obtenido de relevo:

<https://www.relevo.com/futbol/cuantas-personas-visto-final-kings-20230327000344-nt.html#:~:text=2%2C02%20millones%20de%20espectadores,según%20la%20plataforma%20TVTOP%20España>

Almodóvar, M. (28 de Mayo de 2023). *elespanol*. Obtenido de elespanol:

https://www.elespanol.com/bluper/20230528/kings-league-pique-mediaset-espana-empeoran-audiencias/766423475_0.html

Almodóvar, M. (22 de Junio de 2023). *elespanol*. Obtenido de elespanol:

https://www.elespanol.com/bluper/20230622/gerard-pique-pronuncia-malos-datos-audiencia-partidos-kings-league/773422711_0.html

Ayora, V. (26 de Marzo de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/Neymar-Jr-Kings-League-Brasil_0_1668733112.html

Ayora, V. (30 de Octubre de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/Kingdom-Cup-criticas-audiencias-rechazos-dinero_0_1734126573.html

Cadena SER. (22 de Noviembre de 2023). *Cadena SER*. Obtenido de Cadena SER:

<https://cadenaser.com/nacional/2023/11/22/se-lo-dedicamos-a-javier-tebas-asi-ha-sido-la-celebracion-del-ondas-para-la-kings-league-cadena-ser/>

Chuvieco, F. (30 de Julio de 2023). *DAZN*. Obtenido de DAZN:

<https://www.dazn.com/es-ES/news/fútbol/playoffs-kings-league-2023-audiencia-cuanta-gente-civitas-metropolitano/ntemojy6b7au1rqj5p8oui615>

Díaz, C. (10 de Abril de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/empieza-mercado-Kings-League-seguirlo_0_1669333056.html

Díaz, C. (11 de Abril de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/Problemas-Mercato-presidentes-Kings-League_0_1673532632.html

Díaz, C. (16 de Octubre de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/audiencia-finales-Kings-Queens-Cup_0_1729926991.html#:~:text=Palmarés%20Kings%20League%3A%20todos%20los%20campeones%20de%20los%20torneos%20de%202023,-Imagen&text=En%20las%20finales%20de%20la,récord%20histórico%20d

Díaz, C. (27 de Noviembre de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/Balance-audiencias-Kings-League-temporada_0_1742525735.html

Díaz, C. (22 de Enero de 2024). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports:

https://esports.as.com/bonus/kings-league/audiencia-Kings-League-hunde-respecto_0_1759324055.html

dircomfidencial. (10 de Febrero de 2023). *dircomfidencial*. Obtenido de

dircomfidencial: <https://dircomfidencial.com/marketing/hablamos-con-los-patrocinadores-de-la-kings-league-estamos-entusiasmados-esta-excediendo-nuestras-expectativas-20230209-0403/>

El Rotativo. (23 de Noviembre de 2023). *El Rotativo*. Obtenido de El Rotativo:

<https://medios.uchceu.es/elrotativo/2023/11/23/la-kings-league-recoge-el-premio-ondas-al-mejor-programa-de-entretenimiento-2023-en-el-liceu-de>

barcelona/#:~:text=La%20Kings%20League%20recoge%20el,Liceu%20de%20
Barcelona%20%2D%20El%20Rotativo

eldebate. (09 de Enero de 2023). *eldebate*. Obtenido de eldebate:

https://www.eldebate.com/deportes/futbol/20230109/puede-kings-league-desbancar-laliga_84790.html

eldesmarque. (17 de enero de 2023). *eldesmarque*. Obtenido de eldesmarque:

https://www.eldesmarque.com/futbol/kings-league/20230117/record-audiencia-espectadores-joker-kings-league_260126708.html

Espinós, J. (12 de Diciembre de 2023). *2playbook*. Obtenido de 2playbook:

https://www.2playbook.com/patrocinio/kings-league-renueva-infojobs-como-patrocinador-principal-hasta-2024_14098_102.html

flashscore. (s.f.). *flashscore*. Obtenido de flashscore:

<https://www.flashscore.es/noticias/la-kings-league-sigue-sorprendiendo-con-su-mercato-antes-del-segundo-split-que-es/QRdRsPkm/>

González, I. (27 de Septiembre de 2023). *3djuegos*. Obtenido de 3djuegos:

<https://www.3djuegos.com/varios/noticias/se-ha-cansado-publico-kings-league-uno-sus-presidentes-reflexiona-sobreexplotacion-contenido-liga-pique>

Graell, S. (02 de Agosto de 2023). *sport*. Obtenido de sport:

<https://www.sport.es/es/noticias/kings-league/oriol-querol-gente-sigue-kings-90549016>

Iglesias, D. (02 de Junio de 2023). *EPE*. Obtenido de EPE:

<https://www.epe.es/es/deportes/20230602/kings-league-fichaje-pirlo-emision-cuatro-88057787>

Lizana, J. A. (27 de Febrero de 2023). *genbeta*. Obtenido de genbeta:

<https://www.genbeta.com/actualidad/kings-league-ronaldinho-marca-record-historico-espectadores-confirma-que-futbol-twitch-puede-funcionar>

Lucio, P. D. (Octubre de 2023). *Universidad Rey Juan Carlos*. Obtenido de Universidad Rey Juan Carlos:

<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/25031/2023-24-FCC-N-2009-2009059-p.diazl.2018-MEMORIA.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Luna, G. (20 de Diciembre de 2023). *Marca*. Obtenido de Marca:

<https://www.marca.com/videojuegos/kings-league/2023/12/20/658349ede2704e8fa18b458d.html>

Luna, G. (07 de Mayo de 2024). *Marca*. Obtenido de Marca:

<https://www.marca.com/videojuegos/kings-league/2024/05/07/6639596c22601d2e508b45e2.html>

Marca. (05 de Mayo de 2023). *Marca*. Obtenido de Marca:

<https://www.marca.com/videojuegos/kings-league/2023/05/08/6458b24ce2704e2f3c8b458a.html>

Marca. (s.f.). *Marca*. Obtenido de Marca: <https://www.marca.com/videojuegos/kings-league/2023/01/09/63bbf7dfe2704ee51f8b459a.html>

MarketingNews. (12 de Junio de 2023). *MarketingNews*. Obtenido de MarketingNews:

<https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1178393031605/perfil-y-comportamiento-del-usuario-se-conecta-kings-league.1.html#:~:text=De%20media%2C%20la%20Kings%20League,sesión%20fue%20de%2035%20minutos>

Monje, V. (11 de Septiembre de 2023). *as*. Obtenido de as:

<https://as.com/meristation/noticias/kings-league-sigue-lider-en-twitch-aunque-comenzo-su-tercer-split-con-una-baja-del-56-de-audiencia-n/#:~:text=Además%20de%20Twitch%2C%20el%20medio,de%20audiencia%20de%2095%2C4k>

Movistar eSports. (28 de Diciembre de 2022). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports: https://esports.as.com/bonus/kings-league/streamers-vistos-draft-Kings-League_3_1642365749-2.html

Movistar eSports. (28 de Diciembre de 2022). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports: https://esports.as.com/bonus/kings-league/Ibai-TheGrefg-Pique-Kings-League_0_1642335753.html

Movistar eSports. (18 de Julio de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports: https://esports.as.com/bonus/streaming/funcionado-temporada-Kings-League-Twitch_0_1702929694.html#:~:text=La%20fase%20regular%20ha%20acumulado,ser%20de%20618%20000%20espectadores

MundoDeportivo. (07 de Junio de 2023). *MundoDeportivo*. Obtenido de MundoDeportivo: <https://www.mundodeportivo.com/vaya-mundo/kings-league/20230605/1002018614/manita-gerard-pique-kings-league-publico-dicta-sentencia-mediaset-dct.html>

Murillo, I. (22 de Agosto de 2023). *Movistar eSports*. Obtenido de Movistar eSports: https://esports.as.com/bonus/kings-league/Spursito-Papi-Xokas-Kings-League_0_1713428643.html

Pagan, C. M. (03 de Junio de 2023). *abc*. Obtenido de abc: <https://www.abc.es/play/television/jovenes-quieren-ver-kings-league-television-20230602162248-nt.html>

Pérez, J. (06 de Junio de 2023). *eldesmarque*. Obtenido de eldesmarque: https://www.eldesmarque.com/noticias/20230606/futbolistas-mundialistas-kings-league_300005936.html

Posta Deportes. (26 de Febrero de 2023). *onefootball*. Obtenido de onefootball: <https://onefootball.com/id/berita/exito-de-audiencia-en-la-jornada-inaugural-de-la-kings-league-americas-39114442>

relevo. (23 de Enero de 2023). *relevo*. Obtenido de relevo:

<https://www.relevo.com/futbol/datos-contexto-record-audiencia-kings-20230109200149-nt.html#:~:text=La%20Kings%20League%20ocupa%20actualmente,la%20historia%20de%20la%20plataforma>

Rodriguez, V. (17 de Diciembre de 2023). *marketingdirecto*. Obtenido de

marketingdirecto: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/kings-queens-league-cierran-celebrando-premios-corona-oro-2023>

Sport. (14 de enero de 2023). *Sport*. Obtenido de Sport:

<https://www.sport.es/es/noticias/kings-league/venganza-pique-shakira-acuerdo-casio-81161996>

Tejerina, M. (30 de Octubre de 2023). *epe.es*. Obtenido de epe.es:

<https://www.epe.es/es/deportes/20231030/kings-league-salto-america-nuevo-torneo-bajon-audiencia-93971668>

TVTOP. (21 de Abril de 2024). *x*. Obtenido de x:

<https://twitter.com/UniversoKingsL/status/1782005367213371616>

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Kings_League

Capítulo 6 - Anexos

Anexo 1: Formulario

El éxito de la Kings League

Este corto formulario forma parte de un Trabajo de Fin de Grado (TFG) centrado en analizar los factores determinantes del éxito en la audiencia de la Kings League, una competición deportiva de reciente creación.

Tu participación es fundamental para comprender mejor cómo los aspectos del marketing influyen en la percepción y participación del público en este emocionante evento.

¡Tu opinión ayudará a desentrañar los secretos del éxito de la Kings League!



1. ¿Conoces la Kings League, aunque no la sigas activamente? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí *Salta a la pregunta 2*

☐ No *Salta a la pregunta 3*

¿Qué es la Kings League?

La **Kings League** es una reciente competición de fútbol 7 que han creado personajes públicos como *Gerard Piqué* o *Ibai Llanos*. Este campeonato apuesta por aplicar unas nuevas reglas en la competición futbolística y en el montaje de los eventos. Su objetivo es sumar nuevos seguidores a este deporte, entre ellos, un público juvenil y familiar.

Se adjunta un corto vídeo por si quieres informarte más antes de empezar este formulario:



Conozco la Kings League

2. ¿Qué grado de conocimiento tienes de la Kings League? *

Marca solo un óvalo.

☐

He oído hablar de ella

Salta a la pregunta 15

☐

Sé un poco sobre ella

Salta a la pregunta 15

☐

Soy o fui seguidor de la Kings League

Salta a la pregunta 15

No conozco la Kings League

3. ¿Qué te ha impedido seguirla? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Falta de interés
- ☐ No estoy familiarizado con ella
- ☐ No tengo tiempo
- ☐ Prefiero seguir otro tipo de eventos
- ☐ Otro: _____

Salta a la pregunta 4

4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos influirían en que tu seguimiento hacia la Kings League fuera mayor? (Selecciona todas las opciones que consideres) *

- ☐ Contenido exclusivo para suscriptores
- ☐ Comunicación sobre los partidos
- ☐ Calidad de las transmisiones en directo
- ☐ Comentaristas y análisis de expertos
- ☐ Premios y recompensas para los participantes
- ☐ Interacción con la audiencia
- ☐ No me interesa la Kings League
- ☐ Otro: _____

5. Si te interesaras en seguir la Kings League, ¿qué canal o plataforma preferirías utilizar para acceder a su contenido? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ YouTube
- ☐ Twitch
- ☐ TikTok
- ☐ Otro: _____

6. ¿Cómo de importante consideras que es la presencia de la Kings League en las redes sociales para atraer a nuevos espectadores? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy poco importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

7. ¿Qué crees que podría hacer la Kings League para atraer a un público más amplio? (Selecciona todas las opciones que consideres) *

- ☐ Mejorar la accesibilidad para ver la competición (TV, radio, ...)
- ☐ Incluir más contenido cultural o de entretenimiento en las transmisiones
- ☐ Ofrecer traducciones y subtítulos en varios idiomas
- ☐ Otro: _____

8. ¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No
☐ No estoy seguro/a

Para finalizar el formulario, se muestran una serie de peculiaridades que diferencian a la Kings League del fútbol convencional. Ordena del 1 (siendo el 1 una opción poco atractiva) al 5 (siendo el 5 una opción muy atractiva) las opciones que te resulten más atractivas para el espectador.

9. Cartas (al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ...) *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy atractiva

10. Penalti presidente (los presidentes de los equipos saltan al campo a tirar un penalti que cuenta como si lo chutara un jugador más) *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy atractiva

11. Dado (antes de finalizar la primera parte se lanza un dado y el número de jugadores que salga se quedará jugando lo que reste de primer tiempo (EJEMPLO: si al lanzar el dado sale un 3, en el campo se quedarán jugando 3 jugadores de cada equipo))*

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

12. Jugadores profesionales que han jugado en la Kings League (la presencia de exfutbolistas como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ...) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

13. Gol de oro o gol doble (si el partido acaba y llega al descuento con empate, el que marque ganará, sin embargo, si un equipo va por delante tendremos goles dobles para los dos equipos) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

14. Penaltis shootout (si el partido finalmente acaba en empate, tendremos una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra el portero partiendo desde el medio campo, los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

Salta a la pregunta 30

15. ¿Cuáles de los siguientes aspectos influirían en que tu seguimiento hacia la Kings League fuera mayor? (Selecciona todas las opciones que consideres) *

- ☐ Contenido exclusivo para suscriptores
- ☐ Comunicación sobre los partidos
- ☐ Calidad de las transmisiones en directo
- ☐ Comentaristas y análisis de expertos
- ☐ Premios y recompensas para los participantes
- ☐ Interacción con la audiencia
- ☐ No me interesa la Kings League
- ☐ Otro: _____

16. ¿Qué canal o plataforma utilizas o utilizarías para acceder a su contenido? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ YouTube
- ☐ Twitch
- ☐ TikTok
- ☐ No sigo la Kings League
- ☐ Otro: _____

17. ¿Cómo de importante consideras que es la presencia de la Kings League en las redes sociales para atraer a nuevos espectadores? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy poco importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

18. ¿Qué crees que podría hacer la Kings League para atraer a un público más amplio? (Selecciona todas las opciones que consideres) *

- ☐ Mejorar la accesibilidad para ver la competición (TV, radio, ...)
- ☐ Incluir más contenido cultural o de entretenimiento en las transmisiones
- ☐ Ofrecer traducciones y subtítulos en varios idiomas
- ☐ Otro: _____

19. ¿Cómo crees que podrían mejorar su comunicación? (Selecciona todas las opciones que consideres) *

- ☐ Mayor presencia en redes sociales
- ☐ Organización de eventos en línea y fuera de línea para interactuar con los fans
- ☐ Publicación de actualizaciones y noticias de forma regular
- ☐ Responder activamente a comentarios y preguntas de la audiencia
- ☐ Otro: _____

20. ¿Cómo de efectiva piensas que es la comunicación y la interacción de la Kings League con su audiencia? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy poco efectiva
- ☐ Poco efectiva
- ☐ Neutral
- ☐ Efectiva
- ☐ Muy efectiva
- ☐ No sigo la Kings League

21. ¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No estoy seguro/a

22. ¿Cómo te enteraste por primera vez de la Kings League? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Redes sociales
- ☐ Amigos/familiares
- ☐ Anuncios
- ☐ Otro: _____

23. ¿Qué tan satisfecho estás con la experiencia general que ofrece la Kings League? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy insatisfecho
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Satisfecho
- ☐ Muy satisfecho
- ☐ No sigo la Kings League

Para finalizar el formulario, se muestran una serie de peculiaridades que diferencian a la Kings League del fútbol convencional. Ordena del 1 (siendo el 1 una opción poco atractiva) al 5 (siendo el 5 una opción muy atractiva) las opciones que te resulten más atractivas para el espectador.

24. Cartas (al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ...) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy ☐ atractiva

25. Penalti presidente (los presidentes de los equipos saltan al campo a tirar un penalti que cuenta como si lo chutara un jugador más) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

26. Dado (antes de finalizar la primera parte se lanza un dado y el número de jugadores que salga se quedará jugando lo que reste de primer tiempo (EJEMPLO: si al lanzar el dado sale un 3, en el campo se quedarán jugando 3jugadores de cada equipo))*

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

27. Jugadores profesionales que han jugado en la Kings League (la presencia de exfutbolistas como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ...) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

28. Gol de oro o gol doble (si el partido acaba y llega al descuento con empate, el que marque ganará, sin embargo, si un equipo va por delante tendremos goles dobles para los dos equipos) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

29. Penaltis shootout (si el partido finalmente acaba en empate, tendremos una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra el portero partiendo desde el medio campo, los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol) *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mu atractiva

Salta a la pregunta 30

Preguntas finales

30. ¿En qué rango de edad te encuentras? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ 18-24 años
- ☐ 25-34 años
- ☐ 35-44 años
- ☐ 45-54 años
- ☐ 55-65 años
- ☐ Más de 65 años

31. Sexo: *

Marca solo un óvalo.

☐

Mujer

☐

Hombre

Formulario creado en Google Forms

Anexo 2: Respuestas al formulario

¿Conoces la Kings League, aunque no la sigas activamente?

277 respuestas

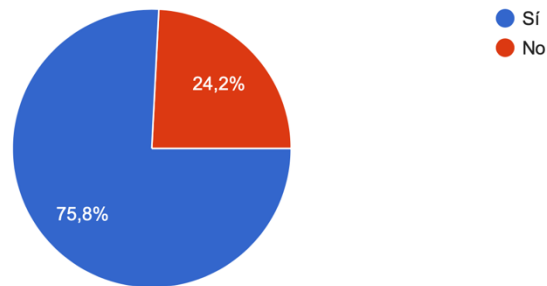


Gráfico 1 - Pregunta para todos los encuestados

¿Qué grado de conocimiento tienes de la Kings League?

210 respuestas

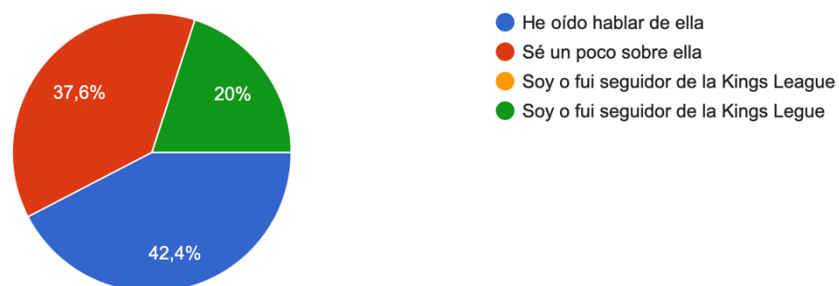


Gráfico 2 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Qué te ha impedido seguirla?

67 respuestas

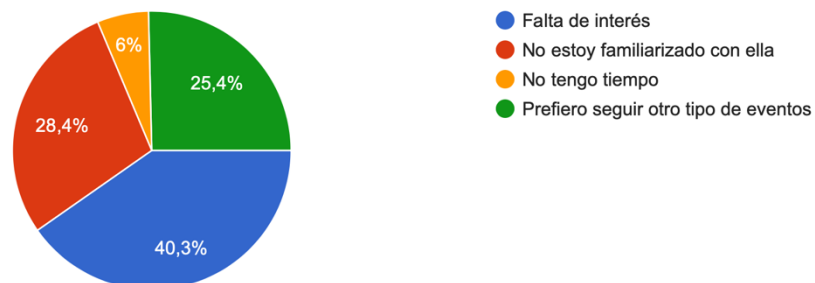


Gráfico 3 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

¿Cuáles de los siguientes aspectos influirían en que tu seguimiento hacia la Kings League fuera mayor? (Selecciona todas las opciones que consideres)

67 respuestas

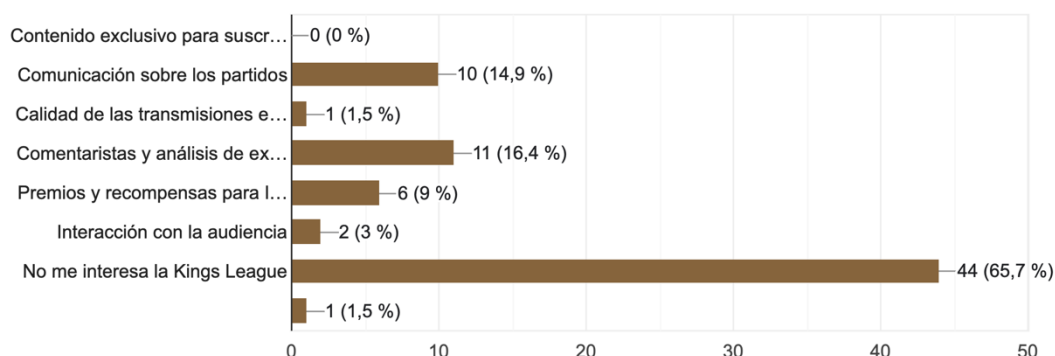


Gráfico 4 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Si te interesaras en seguir la Kings League, ¿qué canal o plataforma preferirías utilizar para acceder a su contenido?

67 respuestas

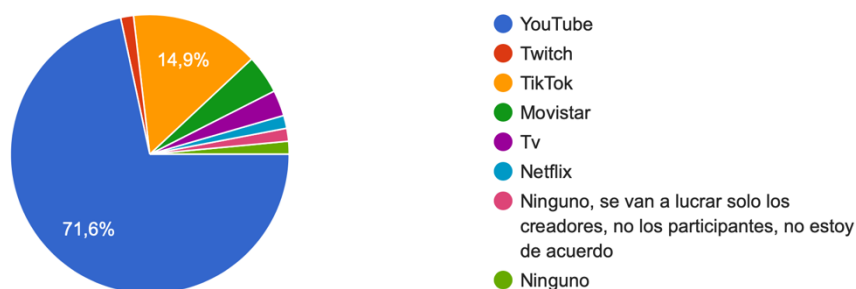


Gráfico 5 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

¿Cómo de importante consideras que es la presencia de la Kings League en las redes sociales para atraer a nuevos espectadores?

67 respuestas

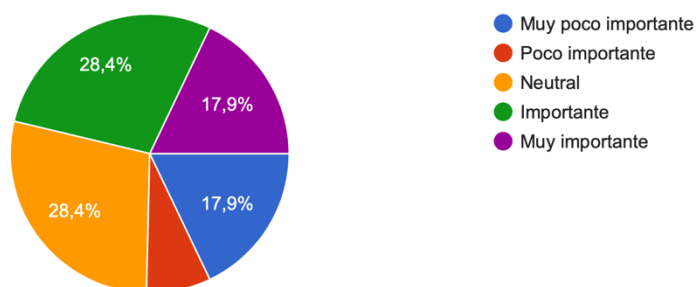


Gráfico 6 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

¿Qué crees que podría hacer la Kings League para atraer a un público más amplio? (Selecciona todas las opciones que consideres)

67 respuestas

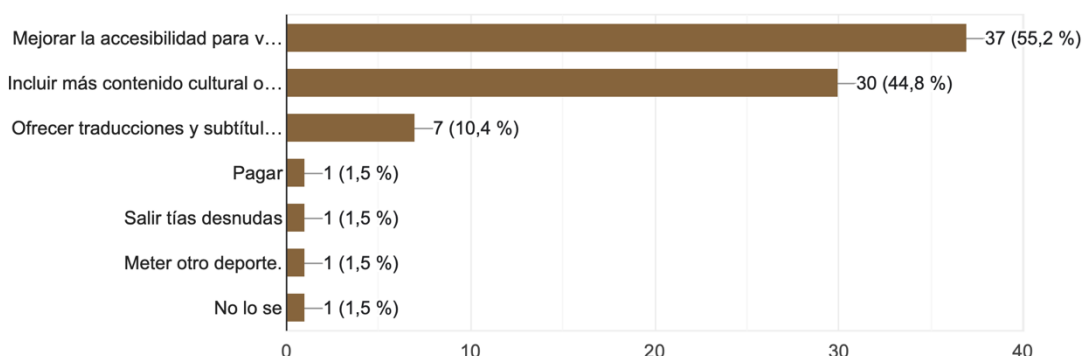


Gráfico 7 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general?

67 respuestas

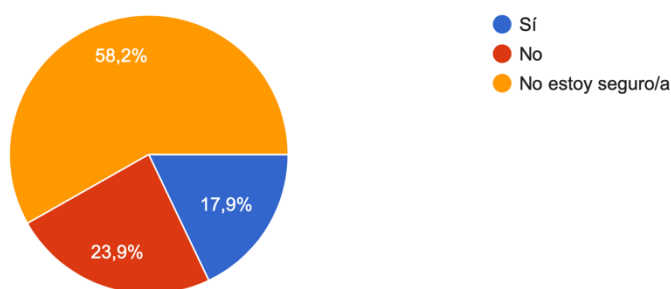


Gráfico 8 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Cartas (al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ...)

67 respuestas

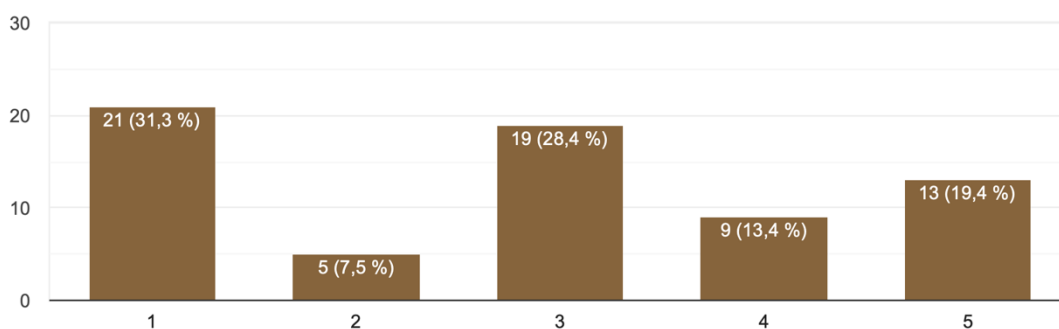


Gráfico 9 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Penalti presidente (los presidentes de los equipos saltan al campo a tirar un penalti que cuenta como si lo chutara un jugador más)

67 respuestas

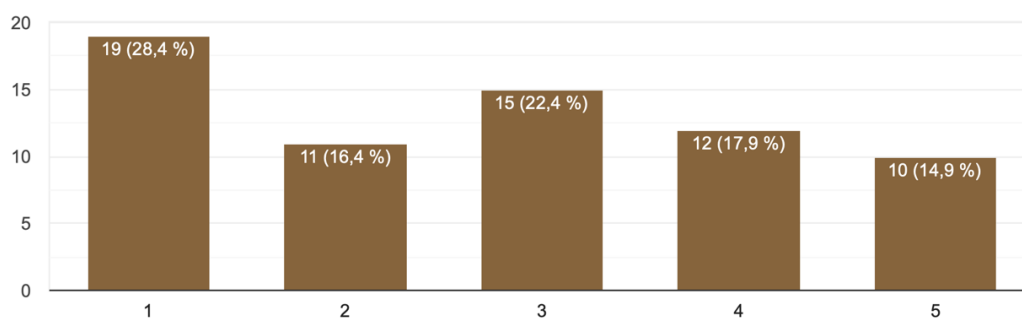


Gráfico 10 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Dado (antes de finalizar la primera parte se lanza un dado y el número de jugadores que salga se quedará jugando lo que reste de primer tiempo (EJ...se quedarán jugando 3 jugadores de cada equipo))

66 respuestas

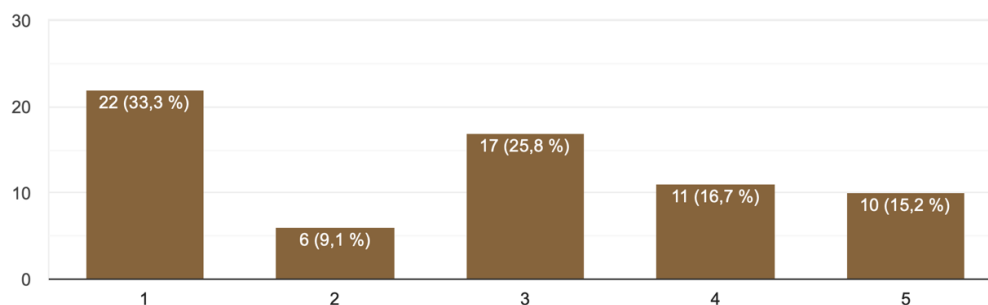


Gráfico 11 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Jugadores profesionales que han jugado en la Kings League (la presencia de exfutbolistas como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ...)

66 respuestas

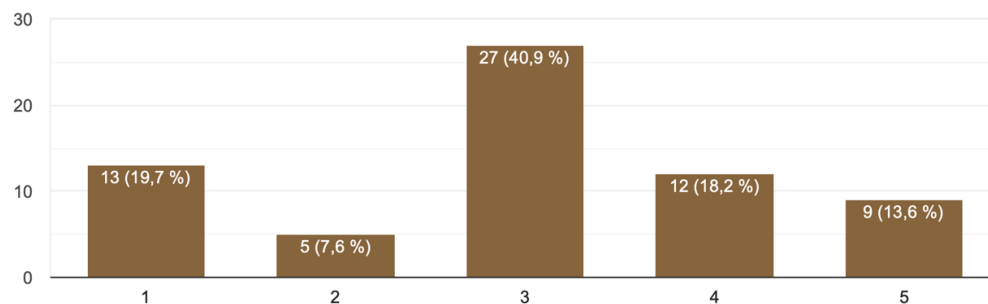


Gráfico 12 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Gol de oro o gol doble (si el partido acaba y llega al descuento con empate, el que marque ganará, sin embargo si un equipo va por delante tendremos goles dobles para los dos equipos)

66 respuestas

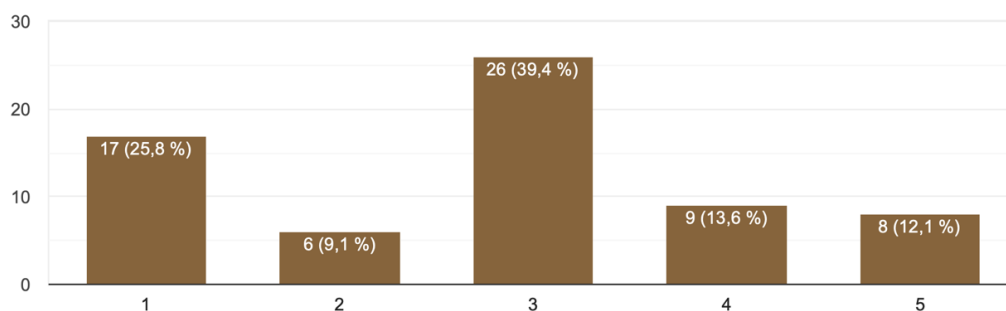


Gráfico 13 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

Penaltis shootout (si el partido finalmente acaba en empate, tendremos una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra e...los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol)

66 respuestas

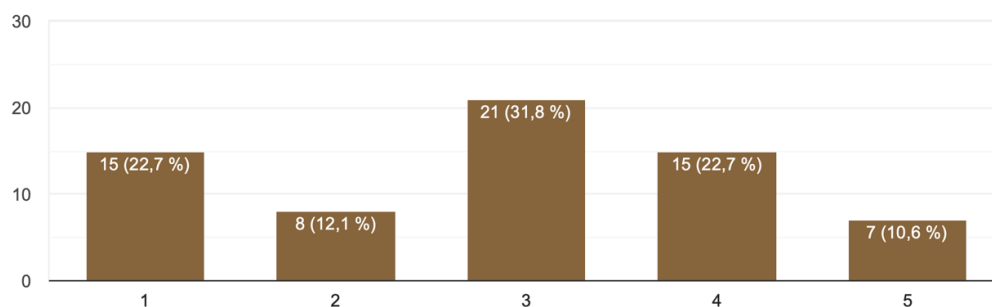


Gráfico 14 - Pregunta para encuestados que no conocían la KL

¿Cuáles de los siguientes aspectos influirían en que tu seguimiento hacia la Kings League fuera mayor? (Selecciona todas las opciones que consideres)

210 respuestas

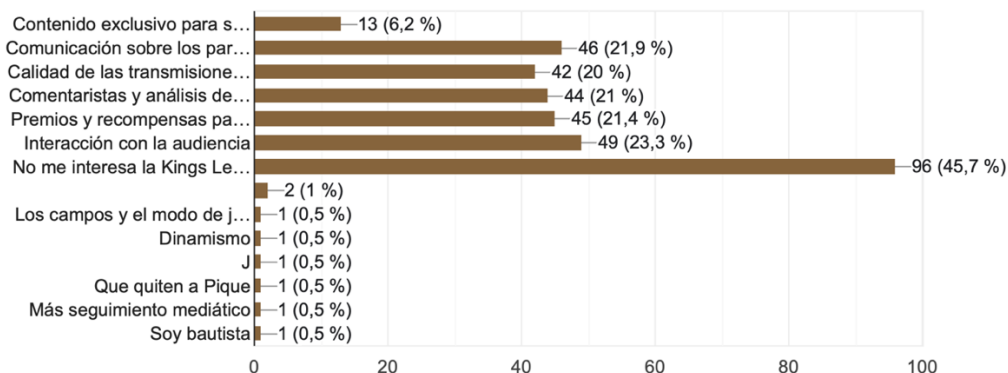


Gráfico 15 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Qué canal o plataforma utilizas o utilizarías para acceder a su contenido?

210 respuestas

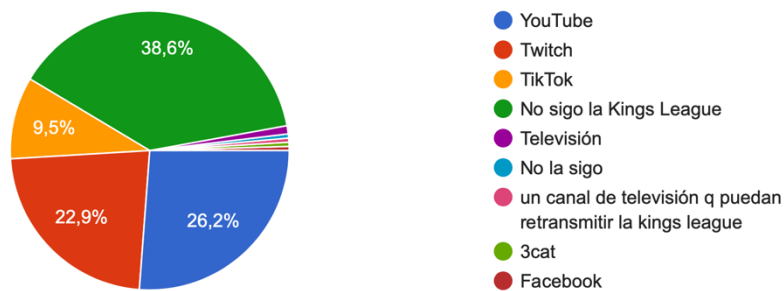


Gráfico 16 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Cómo de importante consideras que es la presencia de la Kings League en las redes sociales para atraer a nuevos espectadores?

210 respuestas

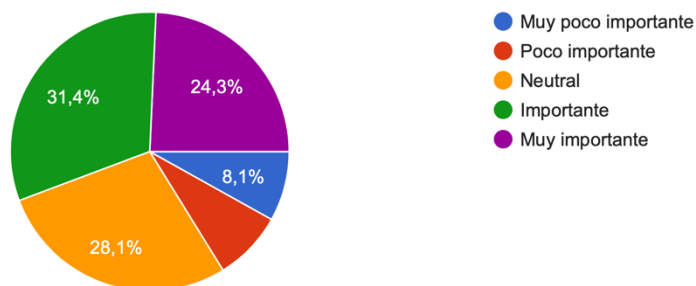


Gráfico 17 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Qué crees que podría hacer la Kings League para atraer a un público más amplio? (Selecciona todas las opciones que consideres)

210 respuestas

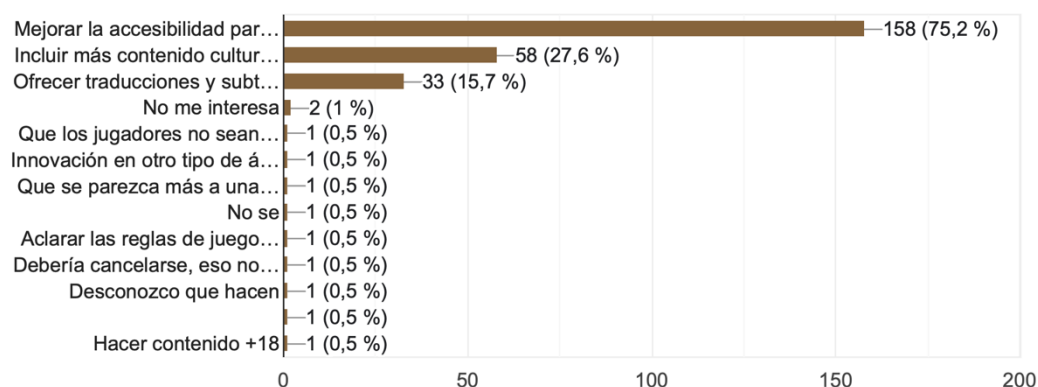


Gráfico 18 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Cómo crees que podrían mejorar su comunicación? (Selecciona todas las opciones que consideres)

210 respuestas

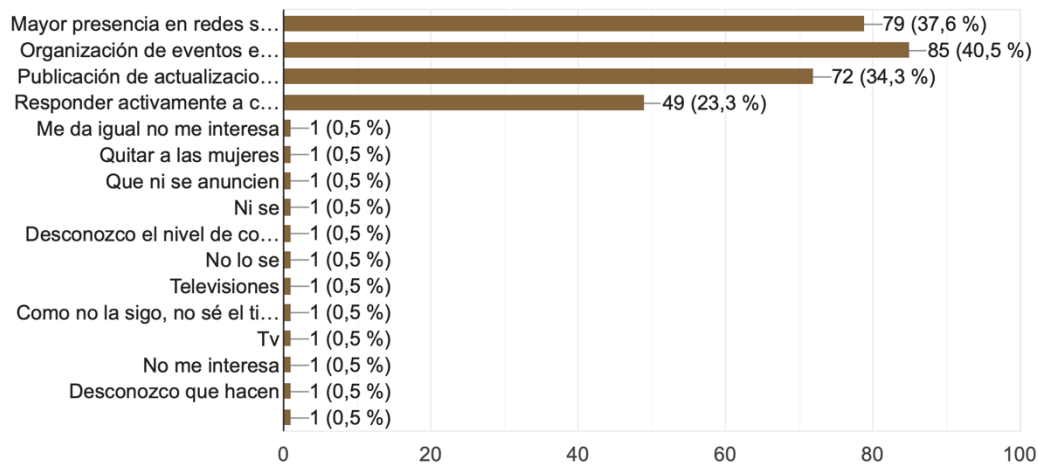


Gráfico 19 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Cómo de efectiva piensas que es la comunicación y la interacción de la Kings League con su audiencia?

210 respuestas

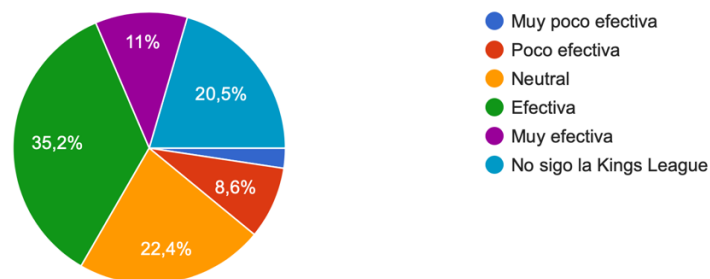


Gráfico 20 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Crees que la Kings League tiene un impacto positivo en la comunidad virtual en general?

210 respuestas

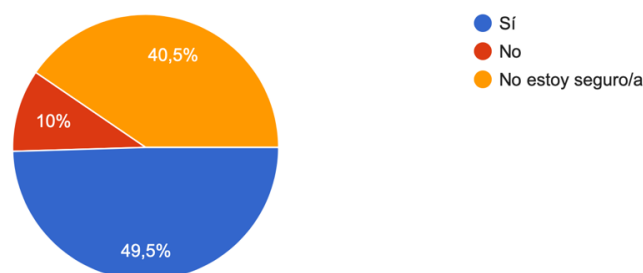


Gráfico 21 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Cómo te enteraste por primera vez de la Kings League?

210 respuestas

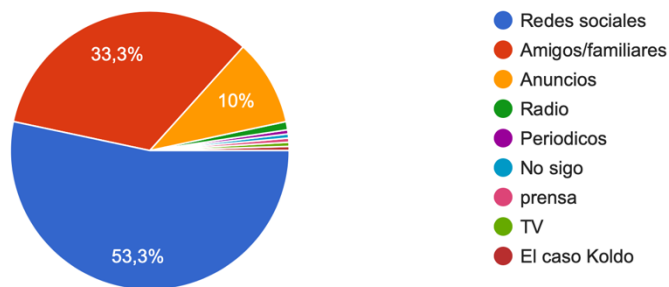


Gráfico 22 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿Qué tan satisfecho estás con la experiencia general que ofrece la Kings League?

210 respuestas

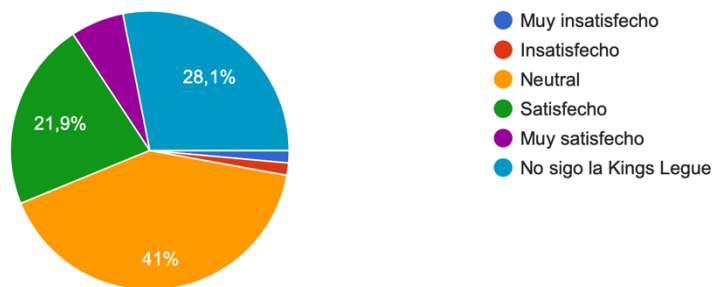


Gráfico 23 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Cartas (al inicio del encuentro el entrenador de cada equipo escoge una carta para usar durante el partido; esta carta puede ser un gol doble, una sanción para el equipo rival, un penalti a favor, ...)

210 respuestas

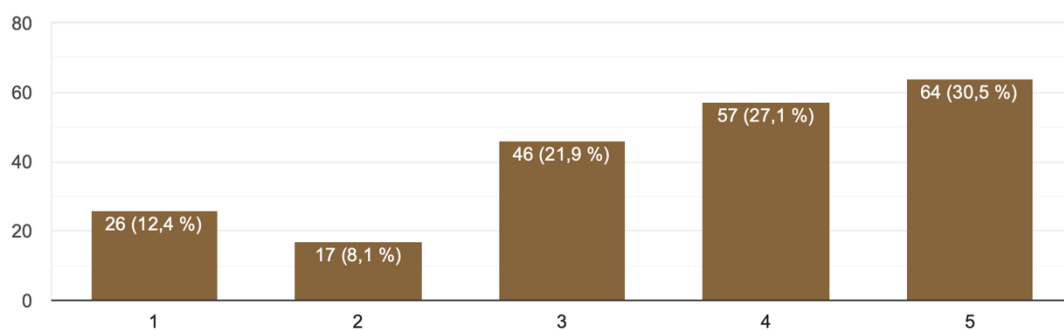


Gráfico 24 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Penalti presidente (los presidentes de los equipos saltan al campo a tirar un penalti que cuenta como si lo chutara un jugador más)

210 respuestas

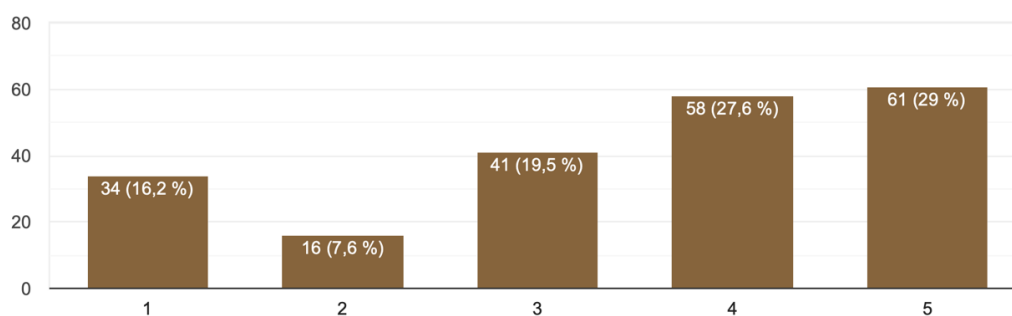


Gráfico 25 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Dado (antes de finalizar la primera parte se lanza un dado y el número de jugadores que salga se quedará jugando lo que reste de primer tiempo (EJ...se quedarán jugando 3 jugadores de cada equipo))

210 respuestas

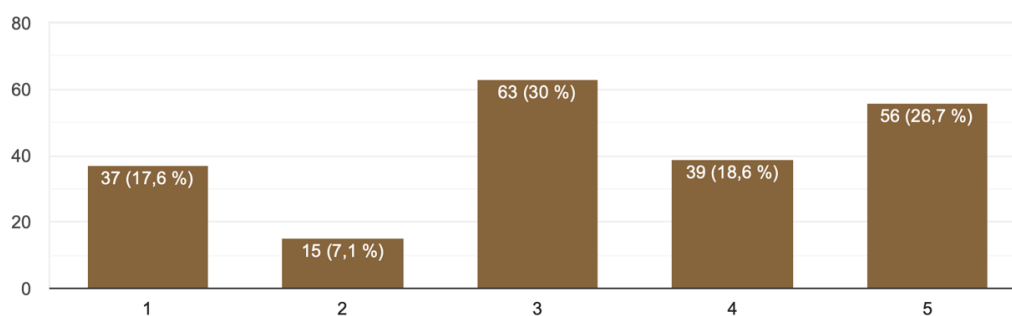


Gráfico 26 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Jugadores profesionales que han jugado en la Kings League (la presencia de exfutbolistas como Pirlo, Ronaldinho, Kun Agüero, Shevchenko, Fernando Llorente, ...)

210 respuestas

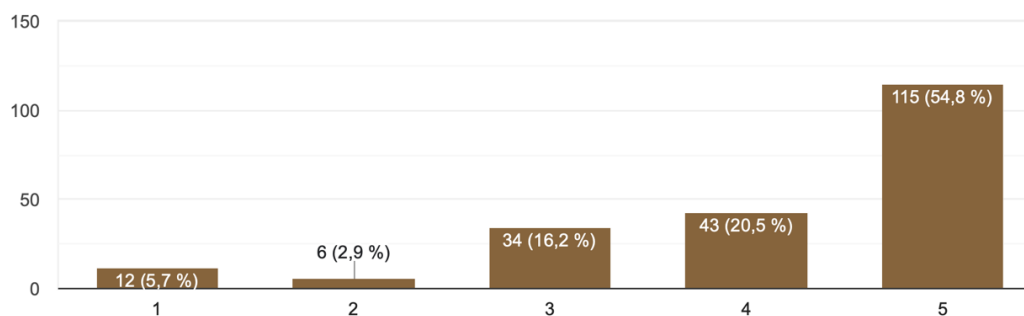


Gráfico 27 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Gol de oro o gol doble (si el partido acaba y llega al descuento con empate, el que marque ganará, sin embargo si un equipo va por delante tendremos goles dobles para los dos equipos)

210 respuestas

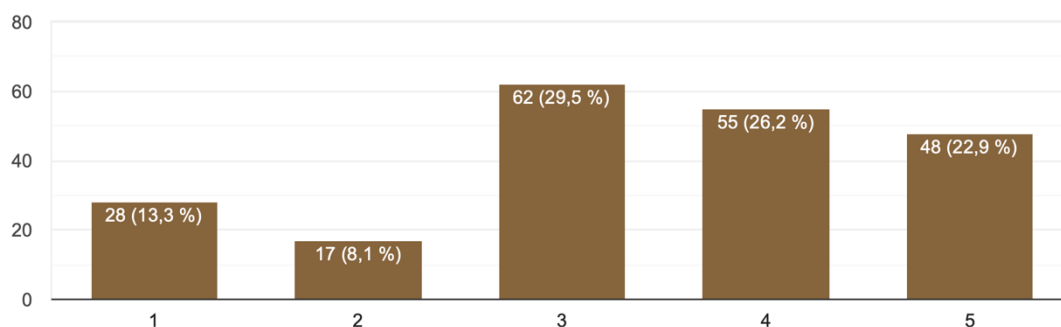


Gráfico 28 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

Penaltis shootout (si el partido finalmente acaba en empate, tendremos una tanda de penaltis especial, esta tratará de un mano a mano contra e...los jugadores tendrán 5 segundos para marcar gol)

210 respuestas

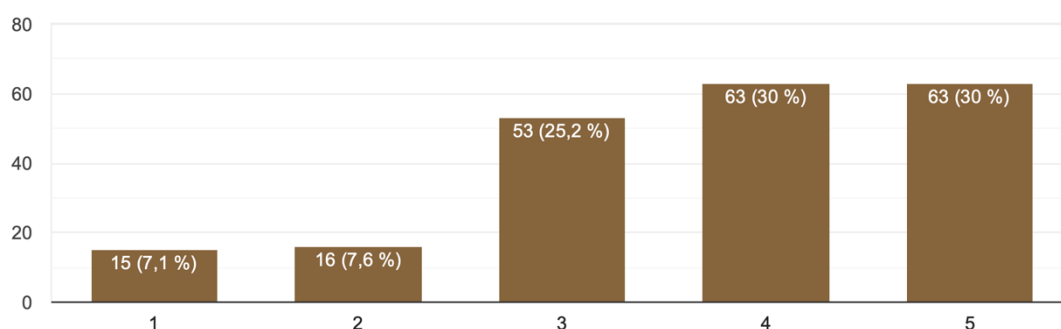


Gráfico 29 - Pregunta para encuestados que conocían la KL

¿En qué rango de edad te encuentras?

277 respuestas

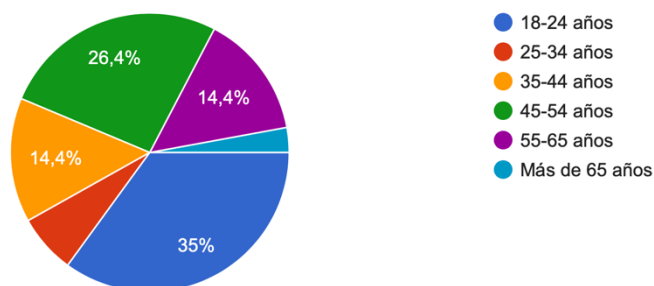


Gráfico 30 - Pregunta para todos los encuestados

Sexo:
277 respuestas

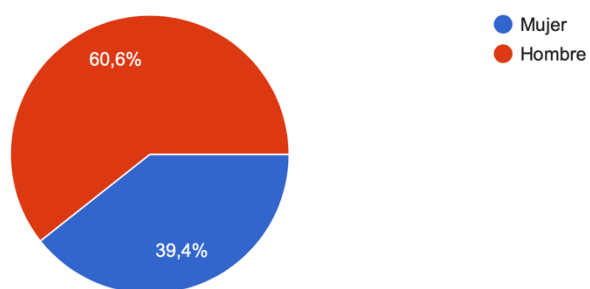


Gráfico 31 - Pregunta para todos los encuestados