

¿Cómo facilitar el proceso de reclutamiento de aspirantes latinoamericanos a equipos de esports?

Joan S. Cáliz Ortiz, joansebastian35@gmail.com y Andrés D. Paredes Solano, andresdavidparedess@gmail.com

Tutor: Andrés Quevedo, me@andresquevedo.com

Artículo de Proyecto de Grado del Departamento de Diseño

Abstract

Purpose - The electronic sports as known as “esports” is the result of video gaming as a professional activity and the support of a large fan base around the world, which has led to it being sponsored by several renowned companies and made out of it an attractive way of living for the younger generations. However, the formation of new esports teams is an arduous task when compared to traditional sports, and it becomes an even more challenging task for Latin American countries partly due to the lack of digital applications that provide an agile and effective way to communicate players and recruiters. The aim of the present paper was to understand the player recruitment in Latin American esports teams, in order to create a reliable digital solution that provides a better way for player recruitment.

Design methodology - A double diamond methodology was used, characterized by a research phase and a design phase, 4 months each. The research phase consisted of a bibliographic review and interviews with stakeholders in order to obtain a better understanding of how latin american esports teams work and how the recruiting process is carried out. Once the research stage was completed, we proceeded with the design of a web platform focused on the creation of professional player profiles and a recruitment system based on the collected insights.

Findings - (i) Esports players and casual players have different motivations for playing video games. This is of great importance as it allows teams to distinguish committed players from those who are not. (ii) Most of the interviewed players weren't sure about what information should be in an esports player profile. (iii) Esports competitions in latin america are divided into three categories known as "tiers", which differ in the level of skill and professionalism of the teams. (iv) Teams usually publish their available vacancies on their social networks because that's where their community is. (v)

Conclusions - (i) It's much easier for teams to create individual vacancies for each available role in their rosters than having a single post with all the vacancies information. (ii) After using the prototype, players were able to identify the relevant information that a player curriculum should contain. (iii) Players found the tracking system very useful for monitoring the status of the recruitment process.

Keywords

Esports, recruitment process, professional video gaming, players motivation.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1. Planteamiento del Problema

Los deportes electrónicos también conocidos como

“esports” son competencias de videojuegos que gozan de gran popularidad y se realizan a nivel competitivo entre los jugadores o equipos más experimentados, quienes contienden por premios monetarios ofrecidos principalmente por las

empresas desarrolladoras del videojuego en cuestión. Estas competencias han ocasionado que jugar videojuegos haya pasado de ser un simple pasatiempo a una forma de sustento muy atractiva para muchas personas, especialmente para los más jóvenes que aspiran a llegar a los grandes campeonatos y desempeñarse como jugadores profesionales.

La industria de los esports en Latinoamérica no se queda atrás. Actualmente existen múltiples organizaciones que incentivan el desarrollo de los esports en la región, siendo una de estas la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) Colombia, entidad encargada de gestionar las diferentes competiciones profesionales de videojuegos en este país. Por otro lado, la audiencia de los esports en Latinoamérica cuenta con números muy llamativos, teniendo a Brasil como el país con la tercer fanática de esports más grande del mundo, llegando a la cifra de 9,2 millones de personas y se predice que aumentará a 12,6 millones para el 2021 (Newzoo, 2019). El auge que este mercado ha tenido en Latinoamérica ha hecho que incluso muchos países de esta región hayan empezado considerar los esports como un deporte como cualquier otro; tal es el caso de México, país en el que los esports son oficialmente un deporte desde febrero del 2019. Otros países como Brasil se encuentran actualmente en discusión de este tema (Agencia EFE, 2019).

A pesar de que los esports avanzan a un ritmo sustancial incluso en el entorno latinoamericano, y que cada vez son más los jóvenes que aspiran a profesionalizarse en este sector (Velasquez, 2018; Sputnik News, 2019), todavía existen una gran cantidad de obstáculos que hacen que iniciar una carrera profesional como jugador de videojuegos sea una meta difícil de lograr en los países latinoamericanos. Hoy por hoy, existen múltiples impedimentos tales como la falta de apoyo por parte de entidades gubernamentales, las cuales fomenten el crecimiento de los esports a nivel local; poca o nula financiación para el sustento de un equipo, debido al bajo interés de las empresas regionales en invertir en los mismos; conflictos socioculturales del contexto, ya que en Latinoamérica jugar videojuegos es visto como a una actividad meramente de ocio y es casi impensable verla como una forma de sustento; y una falta de herramientas que permitan a los jugadores darse a conocer y postularse en equipos profesionales. Este último aspecto será el enfoque principal para esta investigación, y en el cual se buscará generar un impacto positivo mediante la disciplina del diseño de interacción.

Este proyecto buscará enriquecer la industria de los esports en Latinoamérica por medio de una solución que reforme el sistema de reclutamiento de jugadores, enfocándose principalmente en resaltar el talento latinoamericano y aportar una mayor visibilidad a quienes aspiran llegar a la escena profesional en la región.

2. Antecedentes

Con el rápido crecimiento de la industria de los deportes electrónicos son más las personas que buscan hacer de los videojuegos una forma de vida; la magnitud de los esports es tal que en el 2017 se llegó a recaudar la suma de 655 millones de dólares, una cifra que, aunque no supera a lo generado por ligas profesionales de deportes tradicionales como la NBA o la NHL (Liga Nacional de Hockey), presenta año tras año un incremento mayor al de estas ligas, logrando un incremento del 32% en el periodo 2017-2018 respecto a un crecimiento del 4,73% por parte de la NHL en este mismo periodo (Pannekeet, 2019; Gough, 2020).

Por otro lado, muchas de las competencias profesionales de esports superan en términos de audiencia a otras ligas deportivas; un caso es el campeonato mundial de League of Legends, uno de los videojuegos con mayor participación en la industria de los esports a nivel global y el cual logró llegar a los 58 millones de visualizaciones en la final de dicho campeonato, superando la audiencia de otras competencias como la final de la MLB (Grandes Ligas de Béisbol) que contó con 38 millones de visualizaciones, seguido por la final de la NBA con 32 millones y luego la NHL Stanley Cup con 11 millones (Pannekeet, 2019). La gran audiencia que tiene el sector de los esports ha motivado a que cada vez empresas de todo tipo se interesen en establecer vínculos con los equipos o jugadores que participan en dichos torneos para que promocionen su imagen a cambio de financiamiento, a tal punto que estas empresas se han convertido en la principal fuente de ingresos del mercado.

Sin embargo, el desarrollo de este sector en Latinoamérica se ve en muchas ocasiones obstaculizado por varios motivos. Uno de ellos es la escasez de herramientas y espacios que favorezcan el crecimiento de este sector, ya que aunque actualmente hay diversas herramientas digitales que permiten, entre otras cosas, la gestión de equipos de esports (las cuales dan la posibilidad de reclutar entrenadores o jugadores y dan visibilidad al equipo), estas herramientas están orientadas para las regiones más desarrolladas en materia de esports

como lo son Estados Unidos y Europa, dejando a América Latina por detrás en este sentido.

3. Delimitantes

Los jugadores de videojuegos que aspiran llegar a la escena profesional cuentan con muy poca visibilidad frente a los equipos o reclutadores.

Por otro lado, no existen unas características específicas que permitan distinguir a un jugador profesional de uno que no lo es. Por lo general se distinguen los jugadores de esports de los jugadores casuales o recreacionales en base a sus motivaciones, teniendo que los primeros son jugadores profesionales que juegan con el fin de competir, más que por diversión o relajación y definen esta actividad como su trabajo (Ma & Wu, 2013).

Finalmente, los equipos profesionales de la región latinoamericana parecen tener un bajo interés en reclutar a nuevos talentos pertenecientes a esta misma región, llegando al punto en que prefieren fichar a jugadores de otros países debido a la infravaloración del jugador latino (TyC Sports, 2018).

4. Consecuencias

Los jugadores se ven obligados a recurrir a medios como redes sociales o similares en un intento por darse a conocer y llegar a formar parte de algún equipo.

Por otro lado, la falta de unos criterios que definen al jugador de videojuegos profesional hace que en muchas ocasiones los jugadores no tengan la más mínima idea del proceso que deben seguir para aspirar a jugar de manera profesional (Seo, 2016; (Bányai, Griffiths, Demetrovics & Király, 2018).

Adicionalmente todo esto también ha generado que los equipos profesionales latinoamericanos subestimen el talento que hay en la región, optando por reclutar a jugadores extranjeros por encima de los locales.

5. Justificación

Según la página de OP.GG, tan sólo en el videojuego League of Legends hoy hay aproximadamente 1114 jugadores en Latinoamérica que se encuentran en las ligas más altas o de mayor nivel (OP.GG, 2019). Esta cifra de referencia nos da una idea aproximada de la cantidad de jugadores de alto nivel que pueden haber por cada videojuego que cuente con una escena profesional, siendo este número de vital importancia debido a que es este público de interés del sector de los esports, en donde encontramos a los jugadores latinos de mayor habilidad y que pueden

llegar a ser fichados por alguno de los diferentes equipos profesionales.

No obstante, el interés que los equipos latinos de esports parece mostrar frente al talento de la región no es muy alentador. En los últimos años, varios equipos han optado por buscar jugadores provenientes del extranjero, generalmente de regiones famosas por tener a los jugadores de mayor renombre de la actualidad. Un caso de esto es el equipo All Knights, quien en el 2018 optó por reclutar a dos jugadores coreanos para jugar en una de las ligas profesionales de League of Legends (Ancajima, 2018), dejando en evidencia el poco interés que hay frente al fichaje de jugadores latinoamericanos y la infravaloración del talento de los mismo.

Debido a esta situación es que se busca resaltar las capacidades que tienen los jugadores de la región por medio de una solución que les aporte la visibilidad necesaria frente a los grandes equipos profesionales.

6. La Problemática

Los jóvenes que viven en la región latinoamericana y que aspiran a ingresar a la escena profesional de esports no cuentan con herramientas suficientes que les permitan impulsar su carrera. De este modo, se les dificulta tener la visibilidad necesaria para que un equipo fiche por ellos.

7. Pregunta de Investigación

¿Cómo podemos asistir el proceso de reclutamiento de aspirantes latinoamericanos a equipos profesionales de esports?

8. Viabilidad

Esta investigación se desarrollará durante los próximos 4 meses en la ciudad Santiago de Cali debido a tres factores: primero, hay varias organizaciones profesionales de deportes electrónicos que están radicadas en esta zona del país. Incluso, es importante resaltar aquellos equipos profesionales que apoyan nuestra investigación y no están radicados en la ciudad, como lo son Loto Gaming (Medellín) y Pixel Esports (Ciudad de México)

Segundo, la amplia cantidad de jugadores que se dedican a este oficio de manera profesional o incluso aquellos que están aspirando participar en las ligas competitivas nacionales.

Tercero, hay instituciones que nos respaldan, una de ellas es FEDECOLDE (Federación Colombiana de Deportes electrónicos). Esta es una entidad sin ánimo de lucro, que busca incentivar los deportes

electrónicos de manera profesional y competitiva en el país. Organizando múltiples eventos y actividades que son respaldadas y reconocidas por COLDEPORTES. Esta federación cuenta con múltiples ligas en todo el país. Una de ellas es la Liga del Valle del Cauca, dirigida por Alberto Bolaños en la ciudad de Cali (Unidad deportiva Jaime Aparicio - Casa Municipal del Deporte). Cuya disponibilidad se dará semanalmente para el desarrollo de nuestra investigación.

Por otro lado, la LVP (Liga de Videojuegos Profesional). Es la organización de deportes electrónicos de habla hispana más grande del mundo, cuya sede en Colombia se encuentra en Bogotá. Esta entidad busca promover las competiciones profesionales en Colombia. Dando paso a estar presente en una mayor competición a nivel mundial, como lo es la Liga Movistar Latinoamérica (Liga Latinoamericana de League of Legends). El Country Manager de la LVP Colombia es David Felipe García Solano, que nos estará acompañando cada semana en el transcurso de nuestra investigación.

9. Visión

Convertir a latinoamérica en una de las regiones de mayor nivel competitivo a nivel global en materia de esports.

10. Objetivos

10.1. Objetivo general
Desarrollar una herramienta que facilite el proceso de reclutamiento de jugadores latinoamericanos a equipos de esports en la región.

10.2. Objetivos específicos

1. Definir cuales son las características necesarias que un aspirante latinoamericano debe tener para que pueda lograr una mayor visibilidad frente a equipos de esports.
2. Identificar cuales son las destrezas más importantes de un jugador para que este sea reclutado por un equipo de esports.
3. Desarrollar una herramienta que haga más eficiente el proceso de reclutamiento de jugadores.

MARCO TEÓRICO

La industria de los esports ha ido fortaleciéndose cada vez más en múltiples aspectos (Pannekeet, 2019), logrando un nivel de audiencia que supera considerablemente a muchas de las ligas de deportes tradicionales tales como la MLB o la NBA al mismo tiempo que genera ingresos totales superiores a los

mil millones de dólares (Jones, 2019; Pannekeet, 2019). Sin embargo, la industria de los deportes electrónicos trae consigo varios factores que hacen de su estudio una tarea más compleja a comparación de los deportes tradicionales, lo cual hace necesario realizar un análisis para cada uno de ellos a fin de encontrar los mejores ángulos desde los cuales atacar el proceso de reclutamiento de jugadores dentro de los diferentes equipos profesionales.

11. Jugadores casuales y jugadores de esports

Jugar videojuegos es comúnmente una actividad que las personas atribuyen al ocio o a la recreación, especialmente en las regiones en donde esta industria aún se encuentra en sus primeras etapas. Tal es el caso de Latinoamérica, en donde el creciente número de campeonatos profesionales de videojuegos y las discusiones que se generan frente a si esta actividad puede considerarse como un deporte (Hallman, 2018; Jenny S., et al., 2016) ha dado paso a la distinción entre aquellos jugadores que ven esta actividad como un pasatiempo y quienes la toman como su profesión.

Jugar videojuegos a un nivel profesional puede cambiar las motivaciones del jugador; si un jugador puede hacer una vida financiera y una carrera jugando videojuegos, esta actividad pasa a ser su ocupación más que un pasatiempo (Dr. Mark Griffiths, 2017). En una entrevista con Nicolás “Arfyss” López, jugador del equipo profesional de League of Legends Kaos Latin Gamers, afirmó que esto sucede de la misma manera en la región latinoamericana: “Yo creo que el salto a profesional es cuando puedes vivir de ello y llegas a tomártelo tan en serio como si fuera tu ocupación. Una vez que firmas tu primer contrato ya no es un pasatiempo, sino que es tu ocupación”.

Adicionalmente, los jugadores profesionales presentan un promedio de juego en días de semana significativamente mayor al de los jugadores casuales con una media de 2,98 horas versus 2,32 horas respectivamente; sucede de igual manera con tiempo de juego durante fines de semana, con un promedio de 4,72 horas al día en el caso de los jugadores de esports a comparación de 3,95 horas diarias de los jugadores recreacionales (Bányai, Griffiths, Demetrovics & Király, 2019). También resaltan otras características tales como una mayor interacción social por parte de los jugadores de esports (Martoncik, 2015), además de que estos presentan un mayor desarrollo en sus habilidades de juego, un mayor nivel de competitividad y un menor interés en recreación frente a los jugadores casuales (Bányai et al., 2019).

12. Regulación y administración de los esports

12.1 Administración de los esports en Colombia

En la actualidad, los diferentes campeonatos de esports son administrados principalmente por organizaciones comerciales. En el caso de Colombia, la Liga de Videojuegos Profesional (abreviada como LVP) es la principal entidad encargada de la promoción y ejecución de los torneos profesionales en videojuegos de gran popularidad, tales como League of Legends o Counter Strike. La LVP supervisa que los diferentes equipos de esports cumplan con una serie de requisitos previamente a su participación en los diferentes campeonatos.

12.2 Organismos Internacionales

La industria de esports comprende una gran variedad de videojuegos que, de manera independiente, cuentan con sus propias reglas, equipos, fanática y organizaciones que administran sus campeonatos. Esta gran diversidad se asemeja a cómo los deportes tradicionales se diferencian entre ellos, teniendo por ejemplo una clara distinción entre el fútbol y el baloncesto. A pesar de que existen organizaciones que regulan los diferentes campeonatos de videojuegos a nivel regional, en el caso de los esports no existen organismos que regulen este tipo de actividad deportiva a nivel mundial del mismo modo que lo hace la FIFA (Federación Internacional de Fútbol) o la FIBA (Federación Internacional de Baloncesto) con sus respectivos deportes, lo que ocasiona que la reglamentación, requisitos y funcionamiento de las competiciones profesionales de videojuegos varíen de región en región (Snively, 2014), haciendo necesario un análisis del panorama de esports propiamente para el contexto colombiano.

13. Equipos de Esports

Los equipos de esports comparten cierta similitud con los equipos de deportes tradicionales en cuanto a la manera en como se componen a nivel administrativo, muchas veces conformado por entrenadores/reclutadores, jugadores, psicólogos, dueños y un equipo de mercadeo. Sebastián Cortes, fundador y dueño del equipo colombiano de League of Legends Loto Gaming afirma que: “El organigrama de Loto esta encabezado por mi socio y yo, seguido por todo el staff que esta conformado por la parte de psicología, manager y entrenadores; luego vendrían los jugadores y streamers; y finalmente estaría el equipo de mercadeo encargado de las redes sociales y creación de contenido”.

13.1 Reclutamiento de jugadores

Los entrenadores de los equipos suelen estar encargados adicionalmente del reclutamiento de los jugadores, ya que son ellos quienes entienden a nivel técnico las cualidades que un jugador debe tener para pertenecer al equipo. Cuando un equipo requiere de un nuevo jugador este abre convocatorias por medio de alguna herramienta que permita a los jugadores postularse y, una vez obtenidos los perfiles de los aspirantes, el entrenador selecciona a aquellos que considere más aptos para el equipo. Los factores que un entrenador tiene en cuenta a la hora de fichar un jugador suelen variar entre equipos diferentes, sin embargo, se destacan algunos como:

- Logros obtenidos por el jugador en torneos o campeonatos.
- Referencias de los otros jugadores que ya forman parte del equipo.
- Experiencia en otros equipos y popularidad.
- Cantidad de horas de juego a la semana.
- Posición en el ranking dentro del juego.

14. Reclutamiento de jugadores en equipos enfocados en videojuegos diferentes

14.1 La escena competitiva

A día de hoy, podemos encontrar una gran variedad de videojuegos que cuentan con algún tipo de escena profesional. Sin embargo, estos videojuegos pueden diferenciarse entre sí en base a una serie de características tales como:

Género: Es una forma de describir el estilo de juego. Ejemplos de géneros son: acción, disparos, estrategia, plataformas, etc (Rogers, 2010).

Audiencia: Hace referencia al público al que está destinado el videojuego. Este suele ir de la mano con el tipo de contenido presentado en el juego; por ejemplo, un videojuego con contenido violento estará enfocado a una audiencia de mayor edad.

Variables: Estas describen elementos técnicos dentro de un videojuego. Estas generalmente están relacionadas con un género en específico, pero suelen variar en gran medida entre videojuegos incluso pertenecientes al mismo género. Ejemplos de variables pueden ser la cantidad de puntos de vida que tiene un enemigo, su daño de ataque o defensa, velocidad, altura de salto, entre otros.

14.2 Reglas y variables dentro de los videojuegos

Cada videojuego está compuesto por un conjunto de reglas y variables que definen la manera en que los jugadores interactúan con el juego; dichas reglas se

mantienen en constante cambio debido a actualizaciones realizadas por las desarrolladoras del juego también conocidas como “parches” [10], lo que ocasiona que los equipos profesionales deban mantenerse en un constante estado de adaptación para sobresalir sobre los demás equipos. Cada videojuego puede contar con un amplio número de variables o características que pueden estar en un constante cambio a lo largo de cada parche, lo que con frecuencia lleva a que se realicen actualizaciones con una gran cantidad de cambios en la forma en la que se juega.

La gran cantidad de variables que un videojuego puede llegar a tener por sí mismo hace que el proceso de reclutamiento en un equipo llegue a ser muy diferente al de otro enfocado en un videojuego diferente, principalmente cuando se trata de géneros distintos.

Stiven Rodríguez, entrenador del equipo colombiano de esports RusherX, explica los criterios que tiene en cuenta a la hora de fichar a un jugador para su equipo del videojuego Rainbow Six: “Considero que existen tres pilares importantes. El primero es el hardware que tiene el jugador, ya que el juego de Rainbow Six exige bastante en términos de tener un buen computador; el segundo pilar es el game sense, que se trata de la estrategia o habilidad que tu tienes para desenvolverte en una situación dentro del juego, es toda la estrategia que tienes que llevar a cabo para ganar una ronda del juego; y el último pilar es la puntería, que es muy importante en un juego de disparos”.

Por otro lado, Fernando Cortés, dueño del equipo profesional de League of Legends Storm Sports explicaba la forma en la se realiza el reclutamiento en el caso de este videojuego: “Lo primero que haces es filtrar a los jugadores de acuerdo a sus mejores roles en League of Legends, si necesitas un *support* (uno de los roles que un jugador puede asumir dentro del juego) te enfocas en que el jugador sea bueno en este rol. Otra cosa que yo suelo hacer es preguntarles a los jugadores que están en el equipo si conocen a alguien tenga las habilidades para asumir el puesto”.

Los anteriores son sólo ejemplos de los diferentes factores que un equipo puede tener en cuenta durante el proceso de reclutamiento, razón por la cual el desarrollo de una herramienta que facilite dicho proceso puede llegar a ser menos efectiva si se quiere tener en cuenta varios videojuegos a la vez.

Es por esto que este proyecto se enfocará en los equipos profesionales y jugadores de League of Legends, ya que es uno de los videojuegos con más desarrollo a nivel de esports en la región latina y del cual se tiene un mayor conocimiento, además de que otros investigadores han realizado estudios similares

sobre este juego u otros de su mismo género, los cuales podemos usar como soporte (Blackburn & Kwak, 2014; Kica et al., 2016; Korotin et al., 2019; Marchenko & Musabirov, 2019; Marchenko & Sushevskiy, 2018;).

15. League of Legends y su escena en los esports

15.1 El Juego League of Legends (frecuentemente abreviado como LoL) es un videojuego de competición por equipos de cinco jugadores escogidos en cada partida en base a un sistema de ligas (Sistema de Ligas de LoL, 2020) que categoriza a cada uno de estos de acuerdo a su nivel de experticia en el juego. Cada enfrentamiento se lleva a cabo entre dos equipos en un mapa simétrico conformado por dos bases conectadas por tres caminos diferentes conocidos como “líneas”; el objetivo del juego es el de abrirse paso hacia la base del oponente y destruir un edificio central conocido como “nexo”, siendo el equipo ganador el primero en lograr dicho objetivo.

Los personajes principales de LoL son los “*campeones*” los cuales representan a los jugadores dentro del videojuego. Cada jugador controla a un campeón mediante el cual realiza las principales acciones del juego (desplazarse por el mapa, hacer daño a un oponente, curar a un aliado, atacar las estructuras del oponente, etc). Cada campeón cuenta con habilidades y estadísticas específicas (puntos de vida, daño de ataque, armadura, entre otras) las cuales se ajustan a uno o varios *roles* que un jugador puede asumir dentro del equipo. Los roles dentro del juego hacen referencia al conjunto de tareas específicas que cada jugador debe realizar en cada partida; como por ejemplo, el rol de soporte o “*supp*” se enfoca en el apoyo a los demás integrantes del equipo de diversas formas (tales como defenderlos del daño enemigo u otorgarles algún tipo de mejora), mientras que el rol de “tanque” consiste en recibir la mayor cantidad del daño enemigo por sus compañeros de equipo a fin de proteger a los campeones más frágiles.

Al final de cada partida se presenta un resumen con las puntuaciones logradas por cada jugador en diferentes aspectos tales como el daño total realizado a campeones enemigos, cantidad de oro obtenido en la partida, daño total recibido, curaciones realizadas y muchas más. Cada una de estas puntuaciones permite analizar el impacto que cada jugador tuvo en el resultado final de la partida, las cuales van, generalmente, acorde al rol de dicho jugador a lo largo de todo el juego; si el jugador asume un rol de soporte es muy probable que al final de la partida obtenga puntuaciones más altas en las estadísticas de curaciones realizadas o de protección a otros aliados, mientras que otro jugador con un rol

más ofensivo seguramente tenga mayores puntajes en las variables de daño infligido a enemigos y similares (Resumen de puntuaciones en LoL, 2020).

TRABAJO DE CAMPO

16. Objetivos

1. Entender cómo funciona el proceso de reclutamiento de jugadores dentro de los equipos de esports de League of Legends.
2. Definir qué es lo que hace que un jugador sea profesional en el contexto latinoamericano.
3. Determinar cuales son los principales obstáculos que los jugadores enfrentan al iniciar su carrera como jugadores.
4. Saber cuales son las principales herramientas que utilizan los equipos y jugadores para hacer del proceso de reclutamiento una tarea mucho más sencilla.
5. Conocer cuál es la información más importante para un reclutador a la hora fichar a un jugador que aspira a un equipo de LoL.

17. Usuarios

Se establece un total de tres tipos de usuarios diferentes, los cuales se encontraban en un rango de edad entre los 16 y 29 años:

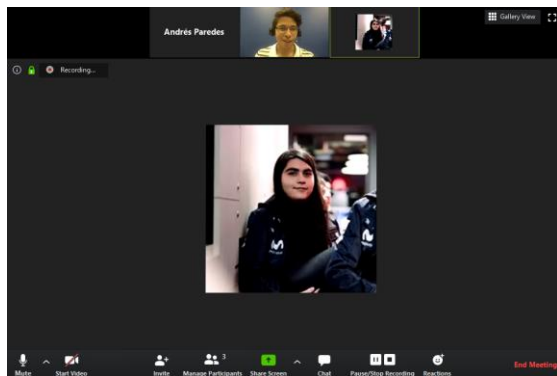
1. Dueños de equipos latinoamericanos de esports.
2. Reclutadores de jugadores dentro de los equipos de esports.
3. Jugadores que aspiran a ser parte de un equipo.

18. Instrumentos

18.1 Jugadores y Dueños de Equipo

- Entrevista cualitativa no estructurada

Se realizó un guión de entrevista para los usuarios pertenecientes al grupo de jugadores y dueños de equipo.



[Imagen 1. Entrevista con Nicolás López, jugador profesional de esports](#)

18.2 Reclutadores

- Entrevista cualitativa no estructurada
- Cardsorting

En el caso de los reclutadores se realizó un cardsorting además de la entrevista cualitativa. El objetivo del cardsorting era el de pedirle al reclutador que organizara por relevancia la información que considera más importante a la hora de fichar a un jugador para que haga parte de su equipo.

19. Análisis de los Resultados

Se realizaron un total de 19 intervenciones a usuarios: 10 se realizaron a jugadores que aspiran a ingresar a algún equipo; 4 a dueños de equipos de esports; y 5 a reclutadores.

De la información recolectada se encuentran una serie de hallazgos resumidos a continuación:

#1. Los Esports en LoL en la escena colombiana

La escena competitiva de League of Legends está compuesta por tres “divisiones”, también conocidas como “tiers”. Cada división tiene una serie de características que diferencian a los equipos que pertenecen a cada una de estas:

Tier 1: Es la división más importante y de mayor nivel competitivo. Los equipos que pertenecen a esta participan en la Liga Latinoamérica Norte, el campeonato de League of Legends más importante de la región latina.

Tier 2: Los equipos de segunda división participan en torneos nacionales. La Golden League es el torneo principal de esta división en el caso colombiano. Los equipos que hacen parte de esta división son considerados como profesionales ya que deben cumplir previamente con una serie de requerimientos entre los que se destacan:

- Los equipos deben estar legalmente constituidos en sus países.
- Cada equipo debe contar con un plantel deportivo conformado por 5 jugadores titulares, 1 jugador suplente y un entrenador. El equipo debe realizar un contrato para cada uno de ellos, y en el caso de los jugadores se debe acordar algún tipo de remuneración o incentivo tales como dinero, periféricos electrónicos, entre otras cosas (Liga Profesional de Videojuegos, 2020).
- Los jugadores deberán tener más de 17 años. Cualquier persona considerada menor de edad conforme a las leyes de su país deberá obtener autorización por escrito

para poder participar en los campeonatos de esta división.

- El equipo debe contar con mínimo 3 jugadores colombianos (en el caso de la Golden League) y un máximo de 2 extranjeros. Los equipos ganadores de los respectivos campeonatos nacionales competirán entre ellos a fin de ascender a la primera división.

Tier 3: En esta división pueden participar los equipos con cualquier nivel de habilidad y con requerimientos mínimos. No es necesario estar constituido legalmente como una empresa y basta con cumplir con un número de jugadores. Los participantes juegan una variedad de torneos conocidos como “circuitos” en los que acumulan puntos a medida que avanzan. Al final del circuito nacional, los equipos con más puntos compiten para ascender al torneo de segunda división.

#2. Obstáculos de los jugadores

Uno de los principales obstáculos es convencer a los padres de familia de que se puede vivir de los videojuegos.

#3. Los jugadores profesionales

Un jugador de videojuegos se considera como profesional una vez que este ha firmado un contrato con algún equipo u organización.

#4. Herramientas usadas por los jugadores

Los jugadores usan las redes sociales como herramientas para promocionarse como aspirantes.

#5. Herramientas usadas por los reclutadores

Discord y Google Docs son las herramientas más usadas por los reclutadores para administrar los equipos (esto incluye el proceso de reclutamiento).

#6. Migración a otras herramientas

Tanto reclutadores como jugadores manifestaron que en muy raras ocasiones hacían uso de nuevas herramientas que les ayudaran en sus tareas. Esto se debe principalmente a que ya están acostumbrados a herramientas como Discord.

ESTADO DEL ARTE

Actualmente podemos encontrar una gran variedad de soluciones digitales que, en cierta forma, funcionan como herramientas de apoyo para un aspirante a jugador profesional de esports; a continuación destacaremos aquellas cuya interacción las hace sobresalir de las demás en alguno de los siguientes aspectos:

1. Aumenta la visibilidad del jugador dentro de la comunidad de esports en general.
2. Brinda información relevante que da a conocer los objetivos que deben lograr como jugadores para llegar a ser profesionales.
3. Permite al jugador realizar algún tipo de seguimiento a equipos de esports o entrar en contacto con estos.

20. Gamebattles

Descripción: Gamebattles es una plataforma digital que permite a jugadores de videojuegos la creación de perfiles de usuario en la que vincula su actividad y desempeño en sus videojuegos preferidos.

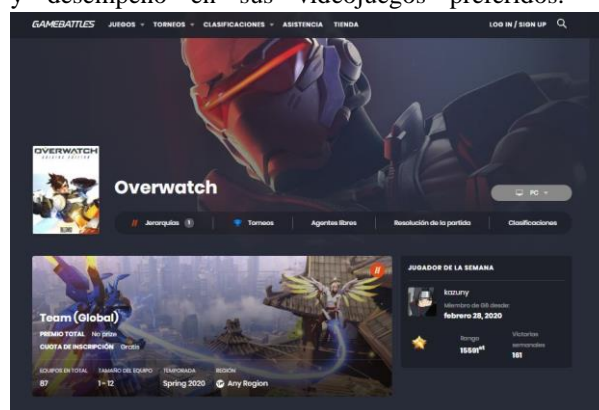


Imagen 2. Landing page de Gamebattles

Entre las funciones que más se destacan de esta plataforma se encuentran los “Puntos Pro” los cuales son obtenidos por los jugadores al ganar torneos y destacarse como jugadores. Los puntos pro fueron una de las primeras propuestas que buscaban separar a los jugadores de videojuegos casuales de profesionales.

RANGO	USUARIO	PUNTOS PRO
1st	Crimsix	14.070
2nd	ScumperJumper	13.980
3rd	x--Karma--x	13.735
4th	Formal	13.650
5th	akaLoony	13.080
6th	DeMoZ_DyN	13.085

Imagen 3. Ranking de Puntos Pro de Gamebattles

Otra de las características que más destacan de esta plataforma es un sistema que destaca en su página principal a los jugadores más destacados de la semana, aportando gran visibilidad a este jugador frente a la comunidad.



Imagen 4. Jugador de la semana de Gamebattles

21. Dreamteam.gg

Descripción: Actualmente, Dreamteam.gg es una de las plataformas más completas a la hora de apoyar a los jugadores que buscan alcanzar la escena profesional.

Al igual que Gamebattles, esta propuesta brinda la posibilidad a sus usuarios de crear un perfil de jugador, con la diferencia de que este tiene se adapta a los objetivos que el jugador desea alcanzar usando la plataforma.

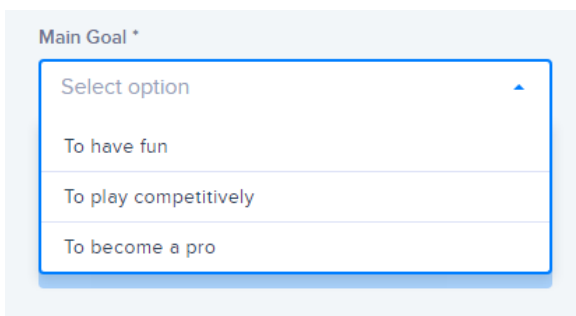


Imagen 5. Proceso de creación de perfil en Dreamteam.gg

En el proceso de creación de la cuenta el jugador indica cuales son sus motivaciones y metas principales (Imagen 4), lo que genera una experiencia que se adapta mejor a los intereses de cada jugador en específico.

Dreamteam.gg resume de manera concisa la información del jugador y la presenta de forma amigable al usuario principalmente mediante el uso de gráficos.

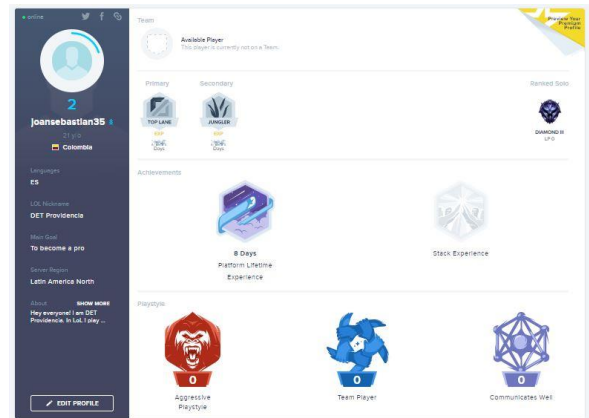


Imagen 6. Dreamteam.gg: Perfil de jugador



Imagen 7. Dreamteam.gg: Resumen de estadísticas

Finalmente, la característica más destacable de Dreamteam es su sistema de vacantes, mediante el cual los equipos de todos los niveles pueden iniciar un proceso de reclutamiento de jugadores. Los jugadores pueden aplicar al equipo si cumplen con los requisitos necesarios, además de tener la posibilidad de contactar via chat a estos equipos.

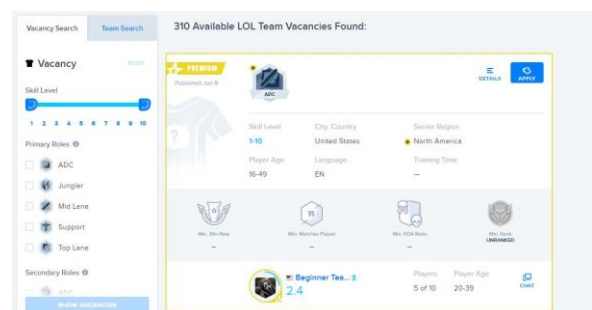


Imagen 8. Sistema de vacantes de Dreamteam.gg

Entre los aspectos negativos de esta plataforma encontramos que el apoyo a las regiones latinas es mínimo, teniendo un reducido número de equipos y jugadores de esta región registrados en la plataforma.

22. Discord

Descripción: Es una de las herramientas más utilizadas en la comunidad de esports, ya que su amplia variedad de funciones y flexibilidad le permiten adaptarse a necesidades muy específicas. Discord permite la creación de “servidores” dedicados a temáticas específicas.

Es la herramienta más usada a la hora de gestionar un equipo de esports (todos los equipos entrevistados contaban con un servidor para gestionar su equipo).

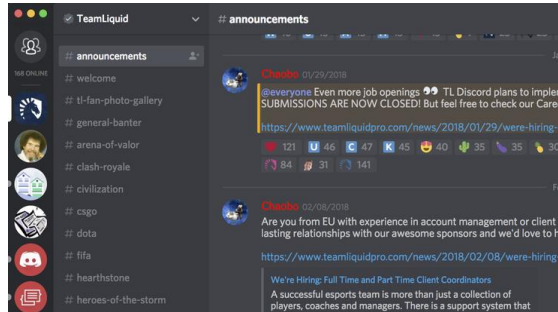


Imagen 9. Servidor de Discord

Entre las herramientas que más se destacan de discord se encuentran:

- **Canales de texto y voz**, que permiten una comunicación fluida entre los miembros del servidor.
- **Bots**, los cuales son programas similares a las extensiones de Google Chrome. Estos se añaden a un servidor de Discord y permiten automatizar procesos.

PROCESO DE DISEÑO

La mejor manera de desarrollar un producto o servicio que solucione el problema que estamos abordando, es entender muy bien el proceso por el que tiene que pasar un aspirante latinoamericano para ser parte de una escuadra o equipo profesional. Para ello, se desarrolló un Journey Map, en el que se describieron todas las acciones por las que tiene que pasar estos jugadores para convertirse en un profesional. Ahora bien, bajo cada etapa definida en el Journey, se tuvo que responder el “¿Qué?” y el ¿Por qué? para definir muy bien la necesidad.



Gráfica 1. Journey Map de la experiencia del jugador

Después de tener las necesidades claras en cada etapa, se procede a encontrar las necesidades más importantes. Esto permitirá definir muy bien lo que se necesita para llegar a una solución. Para ello, se desplegó todas las necesidades en una tabla, donde se evaluó cada una de ellas para determinar en cuales etapas habría una mayor oportunidad. La manera en la que se evaluó fue con la fórmula: $\text{importancia} - \text{satisfacción} = \text{oportunidad}$.

NECESIDAD	IMPORTANCIA (0-10)	SATISFACCIÓN (0-10)	FÓRMULA	OPORTUNIDAD
Disminuir el nivel de desinformación en materia de esports en los padres de familia	5	0	$5 - (5 - 0)$	10
Disminuir el nivel de desinformación en el desarrollo de un perfil de aspirante para equipos profesionales de League of Legends	8	5	$8 - (8 - 5)$	11
Aumentar la probabilidad de estabilidad de un aspirante a jugador profesional de League of Legends	10	4	$10 - (10 - 4)$	16
Aumentar la eficiencia en el seguimiento de los diferentes equipos de esports, principalmente cuando estos realizan procesos de reclutamiento de jugadores	8	3	$8 - (8 - 3)$	13
Aumentar la eficacia al contactar equipos profesionales de League of Legends	6	5	$6 - (6 - 5)$	7
Aumentar la probabilidad de lograr una mayor satisfacción al firmar un contrato con un equipo de League of Legends	1	8	$1 - (1 - 8)$	-6

Gráfica 2. Cálculo de oportunidad en cada una de las necesidades

Posteriormente a la evaluación de las oportunidades se escogieron aquellas con un mayor valor, teniendo un total de tres:

1. Disminuir el nivel de desinformación en el desarrollo de un perfil de aspirante para equipos profesionales de League of Legends.
2. Aumentar la eficiencia en el seguimiento de los diferentes equipos de esports, principalmente cuando estos realizan procesos de reclutamiento de jugadores.
3. Aumentar la probabilidad de visibilidad de un aspirante a equipos profesionales de League of Legends



Gráfica 3. Oportunidades seleccionadas

Entonces, una vez definido el problema, el contexto, los autores, las tendencias y las oportunidades, se da paso a definir un brief de innovación.

23. Brief de Innovación

Debido a las pocas oportunidades para ingresar a la escena competitiva de esports en latinoamérica en donde los aspirantes a jugadores profesionales desean hacer parte de un equipo de League of Legends, podemos apoyarnos en tendencias como: 1. creación de plataformas de streaming, 2. algoritmos de machine learning y 3. el desarrollo de plataformas digitales de enseñanza para desarrollar soluciones que busquen:

1. Aumentar la probabilidad de visibilidad de un aspirante a equipos profesionales de League of Legends.
2. Aumentar la eficiencia en el seguimiento de los diferentes equipos de esports, principalmente cuando estos realizan procesos de reclutamiento de jugadores.
3. Disminuir el nivel de desinformación en el desarrollo de un perfil de aspirante para equipos profesionales de League of Legends.

24. Fase de ideación

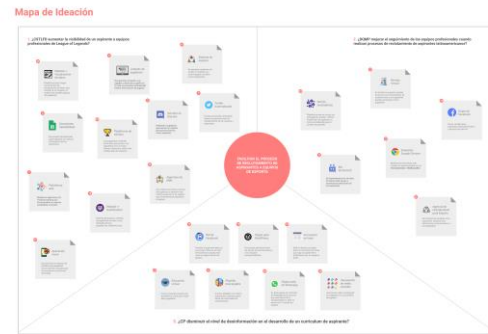
Una vez se tiene las oportunidades, lo que se hizo fue desarrollar las preguntas retos. Esto consta en poner al principio preguntas como: ¿Dé que manera ...? ¿Cuales son todas la formas de ...? ¿Cómo puedo ...? y después se ponen las oportunidades.

OPORTUNIDADES

1. ¿CSTLFD aumentar la visibilidad de un aspirante a equipos profesionales de League of Legends?
2. ¿DQMP mejorar el seguimiento de los equipos profesionales cuando realizan procesos de reclutamiento de aspirantes latinoamericanos?
3. ¿CP disminuir el nivel de desinformación en el desarrollo de un curriculum de aspirante?

Gráfica 4. Preguntas reto

Cuando ya se contruye las preguntas reto, se desarrolló un mapa de ideación. Que constaba de tres cuadrantes (porque se definieron 3 preguntas reto), en cada cuadrante se pusieron todas las ideas que responden de una u otra manera a las preguntas reto mostradas anteriormente.



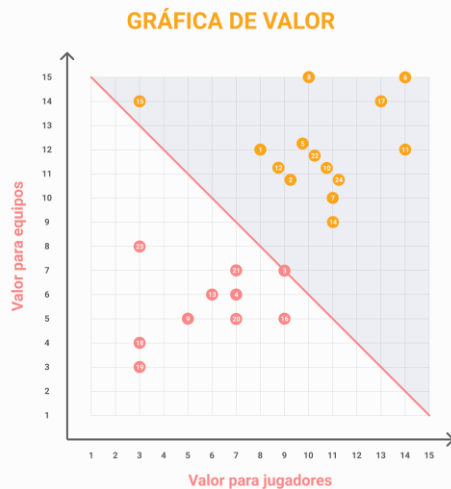
Gráfica 5. Mapa de Ideación

¿Pero de qué manera se desarrollaron tantas ideas? Primero, se pensó en sacar todas ideas cliché que se pudieron ocurrir. Esto era bueno, porque a medida en que el ejercicio de generar ideas avanzaba, se llegaba a soluciones que muy difícilmente se pensarían a la primera. Así que, después de tener las ideas cliché, se optó por hacer una lluvia de ideas silenciosa. En este ejercicio, cada investigador pensaba sus ideas y en vez de decirlas (como ocurre en la lluvia de ideas no estructurada), las escribía.



Gráfica 6. Lluvia silenciosa de ideas

Una vez se tiene una gran cantidad de ideas, se hace el proceso de filtrar las ideas. En esta parte del proyecto se descartan las ideas que están repetidas. Seguidamente, se evalúan estas a partir del modelo de valoración numérica. Este modelo constaba en evaluar cada idea desde dos perspectivas: los criterios de valor del usuario y los criterios del valor comercial.



Gráfica 7. Primer filtro: Gráfica de valor

Posteriormente, las ideas resultantes fueron sometidas a un segundo filtro, en el cual se realizó una matriz de agrupamiento para determinar cuáles ideas se complementaban entre sí, con el fin de generar sistemas de soluciones.

	Website + Machine Learning	Extensión de Google Chrome	Algoritmo de KNN	LinkedIn de Jugadores	Web + Visualización de Datos	Spreadsheet	Curriculum en Línea	Twitter Automatizado	Bot de Discord	Plataforma de Torneos	Website + Gamification	Plantilla Descargable	Bot de Facebook	Grupo de Facebook
Website + Machine Learning	1	1	1	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	4
Extensión de Google Chrome	1	1	1	1	3	4	3	2	4	2	1	3	3	3
Algoritmo de KNN	1	1	1	1	1	4	4	2	4	3	4	3	3	3
LinkedIn de Jugadores	3	1	1	1	1	4	1	2	1	4	4	4	4	4
Web + Visualización de Datos	3	3	1	1	1	1	2	2	3	3	2	2	4	4
Spreadsheet	2	4	1	4	1	1	2	4	2	3	2	4	4	3
Curriculum en Línea	2	3	4	1	2	2	1	1	3	3	4	4	2	4
Twitter Automatizado	3	2	4	2	2	4	1	1	1	4	3	4	4	2
Bot de Discord	4	4	2	1	3	2	3	1	1	2	4	3	4	4
Plataforma de Torneos	3	2	4	4	3	3	3	4	2	1	2	4	4	3
Website + Gamification	2	1	3	4	2	2	4	3	4	2	1	2	3	4
Plantilla Descargable	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	2	1	2	4
Bot de Facebook	2	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	2	1	1
Grupo de Facebook	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	1	1

Gráfica 8. Segundo filtro: Matriz de agrupamiento

Una vez realizada la matriz de agrupamiento se identificaron un total de tres sistemas de solución, los cuales se resumen a continuación:

Sistema de solución #1

Consta de un Website integrado por algoritmos de Machine Learning que permitan analizar grupos de jugadores y seleccionar a los mejores candidatos. Adicionalmente la plataforma contará con una extensión de Chrome que permitirá a los jugadores darse cuenta cuando un equipo esté en proceso de reclutamiento.

Sistema de solución #2

Este sistema permite la creación de perfiles virtuales de jugadores inspirada en LinkedIn. En esta los

jugadores tendrán a su disposición la información necesaria para crear un “curriculum” que lo haga resaltar frente a equipos de esports. Los equipos recibirán recomendaciones de aquellos jugadores que mejor se adapten al equipo, además de llevar una comunicación mucho más fluida con ellos mediante una extensión de Google Chrome que notifique tanto a jugadores como equipos.

Consideramos que este es el sistema de solución más conveniente para el proyecto, ya que sus funcionalidades lo hacen una propuesta deseable al intervenir directamente en cada una de las necesidades de interés.

Sistema de solución #3

Aplicación web que, mediante herramientas de visualización de datos, permita a los equipos analizar de manera eficiente a grandes grupos de jugadores que buscan hacer parte de un equipo. Adicionalmente tanto jugadores como equipos contarán con un sistema de perfiles.

MATERIALES Y MÉTODOS

Después de realizar el trabajo de campo (para entender a mayor profundidad las implicaciones que tiene los principales actores de los esports) y el desarrollo de todo el proceso de diseño (para descubrir oportunidades en las que se podían establecer un sistema de solución del problema), se utilizó diversos métodos para realizar el prototipo funcional. Para ello, se efectuó nuevas pruebas para evaluar y analizar cada funcionalidad del sistema de solución #2.

25.

Perfiles

Para la construcción de una plataforma en donde se conectan dos tipos de perfiles, en este caso jugadores/aspirantes y equipos de esports, es de vital importancia los datos. A partir de estos, se puede modelar todo el sistema de reclutamiento, pero antes de profundizar más acerca de este sistema (que es muy general), se tiene que hablar de las partes que componen a este.

Una de estas piezas son los perfiles, en este caso nos muestran la información más relevante, por un lado, los aspirantes por su experticia en un videojuego y por el otro la estructura que tiene una organización o equipo. Una vez, desarrollado los perfiles, se puede tener una conexión mucho más precisa y eficiente entre ambas partes.

Pero ¿Cuál es la información más relevante en los perfiles? Para ello se realizaron 10 pruebas con reclutadores de equipos de esports colombianos, entre los 24 y 31 años de edad. Para obtener la

información más relevante que necesita un reclutador a la hora de buscar un jugador, utilizamos el Card Sorting.

Este último es usado generalmente para estructurar la información una herramienta digital. Es por esto que en esta investigación se logró determinar por medio del Card Sorting la información más relevante y la que no, cuando hay una convocatoria de reclutamiento.

A partir de la investigación que se hizo en los esports, se enlistan los posibles datos que requiere un equipo al momento de reclutar. Esta información se subió a la página Optimalsort, cabe aclarar que había tres columnas o categorías (información importante, información medianamente importante e información no importante) y le pedimos a los reclutadores que organizaron a partir de la lista de datos que estaban en la izquierda en las categorías correspondientes de la derecha.



Imagen 10. Introducción a la prueba

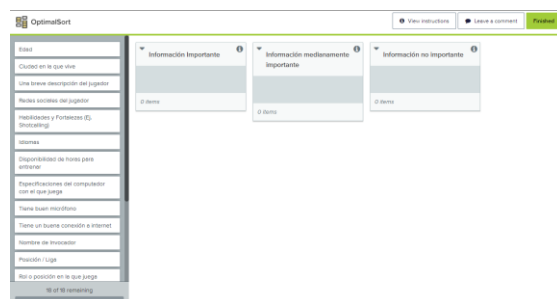


Imagen 11. Card Sorting de información esports

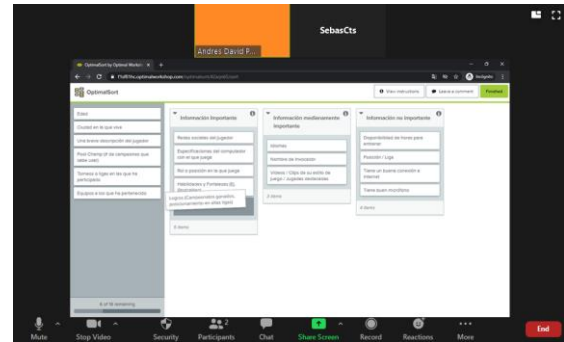


Imagen 12. Prueba y entrevista al reclutador (Sebastian cortez, Loto Gaming)

Mientras el reclutador organizaba las fichas en las categorías de la derecha, se le preguntaba el por qué de esa clasificación, la idea con esto era entender muy bien porqué un dato era más importante que el otro y no solamente eso, cuando el reclutador terminaba de organizar y le daba click a “finish” se abría una ventana donde se le preguntaba qué otro dato que no estaba en la lista era importante a la hora de reclutar.

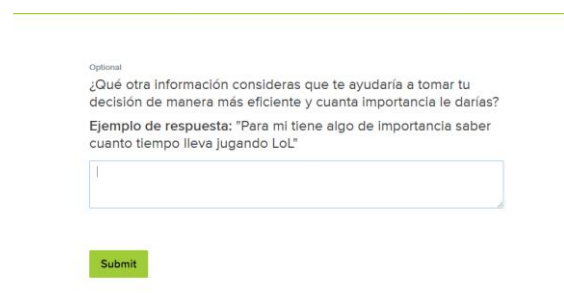


Imagen 13. El reclutador agregar datos importantes que no están en la lista

Una vez que todos los reclutadores hicieran la prueba, se recopiló y se analizó toda la información para determinar los datos más relevantes y posterior a eso desarrollar los perfiles en el prototipo.

Popular placements matrix

	Información imp...	Información med...	Información no i...
Disponibilidad de horas para entr...	100%		
Tiene un buena conexión a internet	100%		
Pool Champ (# de campeones qu...	75%	25%	
Posición / Liga	75%	25%	
Rol o posición en la que juega	75%	25%	
Equipos a los que ha pertenecido	50%	50%	
Habilidades y Fortalezas (E). Shot...	50%	50%	
Nombre de Invocador	50%		50%
Tiene buen micrófono	50%	25%	25%
Torneos o ligas en las que ha part...		100%	
Edad	25%	75%	
Logros (Campeonatos ganados, p...	25%	75%	
Ciudad en la que vive		50%	50%
Especificaciones del computador ...		50%	50%
Redes sociales del jugador		50%	50%
Una breve descripción del jugador	25%	50%	25%
Idiomas			100%
Videos / Clips de su estilo de jueg...	25%		75%

Imagen 12. Resultados generales del Cardsorting

25.1 Análisis de perfiles a partir de los datos recolectados

A partir de la información obtenida en las pruebas se pudo establecer la información que debería tener los perfiles de los aspirantes y lo más importante saber el porqué de esos datos. Para los reclutadores los datos más importantes son:

25.1.1 Disponibilidad

Para las organizaciones de esports es muy importante los resultados que se tienen en las competencias, y para obtener buenos resultados es necesario tener un proceso y un plan de trabajo definido, de modo que, si no hay una constancia con los jugadores y el cuerpo técnico, el plan de trabajo no termina valiendo nada. Es por esto, que saber la disponibilidad del jugador le da una idea al reclutador que días se pueden entrenar o participar en torneos.

25.1.2 Conexión a internet

Los jugadores que compiten en los deportes electrónicos, lo hacen en línea. Ya que se está jugando con otras personas al mismo tiempo, entonces si la conexión es mala o no es constante, el jugador tendrá un desventaja con los demás competidores, llevándolo a tener un mal rendimientos en sus partidas y por lo tanto malos resultados.

25.1.3 Arsenal de campeones

En algunos videojuegos se tienen muchos personajes, y cada personaje tiene un conjunto de habilidades diferentes al de los demás, un buen ejemplo es League of Legends. Para los reclutadores de este videojuego no les sirve que un jugador maneje muy bien un solo personaje (más conocido como OTP, One Trick Pony), ya que esto limitaría

tanto la estrategia del equipo como también el juego del mismo jugador. Por esta razón, el equipo siempre trata de buscar jugadores flexibles, que puedan dominar cualquier personaje sin limitarse a nada. Esto último hace que un equipo sea mucho más fuerte, ya que sería muy difícil aplicar una estrategia a un equipo que se adapte a cualquier estilo de juego.

25.1.4 Liga y posición

Así como en las empresas convencionales escriben una serie de requisitos que debe cumplir los aspirantes, como por ejemplo, que sea diseñador y que sepa manejar "x o y" programa. En los esports pasa casi lo mismo, en vez de pedir una carrera como tal, piden un rol y en vez de pedir que maneje un software, le piden al jugador que esté en una liga (estas son las que categorizan tu habilidad)

25.1.5 Periféricos

Así como para ser un buen jugador de fútbol se necesita tener talento y disciplina, también se necesita de un buen equipamiento. En los deportes electrónicos pasa lo mismo, se requiere de buenos periféricos, ya que la habilidad de los jugadores es tan pareja, que con cualquier detalle te puede hacer ganar partidas o incluso perderlas (Por ejemplo, tener buena comunicación va a requerir de tener un buen micro).

25.1.6 Experiencia

Como ya habíamos hablado anteriormente, para una empresa convencional es importante la carrera y las habilidades que se tiene con el software, pero también es muy importante la experiencia que ha tenido. Y en los esports pasa igual, tener experiencia es necesario para estar en un equipo que está en la primera y segunda división.

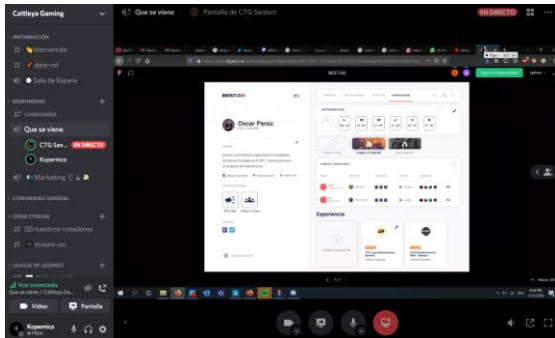
25.1.7 Edad

La edad en los videojuegos es muy importante, ya que las empresas que organizan este ponen este tipo de normativa. Una vez dicho esto, los reclutadores se fijan mucho en este aspecto a la hora de reclutar, tener jugadores que no cumplen con el mínimo de edad hacen que el proceso se atrase muchas veces, porque tienen o que esperar a que el jugador cumpla el mínimo de edad o buscar un jugador que lo pueda reemplazar.

25.2 Ofertas

Una vez ya se tienen los perfiles de los aspirantes, es necesario construir el medio por el cual se conecta los aspirantes, y este es el sistema de reclutamiento que tiene los perfiles del equipo. Por este motivo se realizó una entrevista semiestructurada a 10

reclutadores colombianos de equipos de esports, entre los 24 y 31 años de edad.



[Imagen 13. Entrevista semiestructurada \(Santiago Gallego, Cattleya Gaming\)](#)

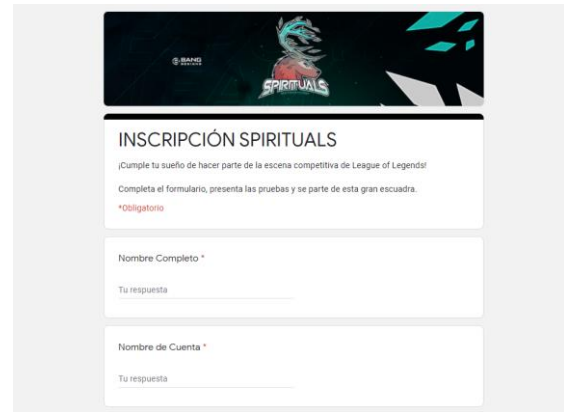
Se tenía dos objetivos con estas pruebas, el primero era saber de manera detallada las herramientas que se utilizan en el reclutamiento y segundo, la fase de pruebas o “tryouts” que hacen los aspirantes cuando aplican a las vacantes.

Respecto al primer objetivo, las principales herramientas al momento de reclutar eran las siguientes:

25.2.1 *Google Forms*

Esta herramienta es el medio actual donde los reclutadores pueden captar jugadores, es decir, por medio de un formulario se le pueden hacer preguntas referentes a la experiencia que tiene cada jugador, dependiendo de esto ellos evalúan una solicitud a la vez para ver quien es el candidato que más se acerca a las expectativas del equipo.

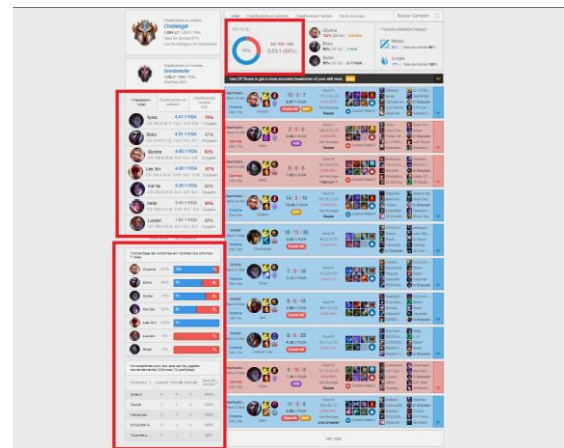
Esta herramienta presenta una serie de desventajas en el contexto de los esports. Las convocatorias que suelen realizar tienden a buscar muchos roles o posiciones dentro del juego a la vez. Si se hace una comparación con el trabajo tradicional, es como si una empresa buscara tres puestos diferentes en una sola oferta de trabajo. Esto implicaría que los reclutadores tuvieran que hacer: hacer un filtro de las personas que sí cumplen con los requisitos, luego separar los aspirantes por su rol o posición dentro del juego y por último ver cuales de los aspirantes es la o las mejores opciones para la organización.



[Imagen 14. Convocatoria de reclutamiento actual \(Equipo Spirituals\)](#)

25.2.2 *Op.gg*

Una vez los jugadores llenan el formulario de convocatoria, los reclutadores observan sus perfiles del juego en la plataforma de OP.GG. Hay varias desventajas con esta plataforma, la primera es que tiene mucha información que es irrelevante para el reclutador al momento de revisar la propuesta del aspirante.



[Imagen 15. Información irrelevante para el reclutador](#)

Lo segundo es que solamente tienes el rendimiento que tienen los jugadores en sus partidas individuales y no la de torneos. Por lo tanto, no se puede tener una idea clara de cuál es el rendimiento del aspirante en ambientes competitivos.

Hablando acerca de las pruebas que se tienen con los aspirantes, los reclutadores resaltaron cosas muy importantes. Una de ellas es la flexibilidad al momento de una aplicación por parte de los jugadores. Es decir, si el equipo hacía una oferta y dentro de los requisitos pedían que los aspirantes tuvieran una determinada liga, ellos no daban pie para que entraran aspirantes que estén debajo de los requisitos. En este punto tenemos que dejar muy claro que los equipos que juegan en la escena

semiprofesional, son flexibles, ya que las ligas del juego que se manejan en este tipo de competencias no son tan altas como en la profesional.

Otro aspecto importante es la dinámica que se emplea al momento de hacer las pruebas. Ya que los equipos tienden a agendar toda la temporada de competencia. Dicho de otra manera, los reclutadores tiene que agendar desde la convocatoria para reclutar jugadores como también los tiempos de preparación (entrenos) que se hacen durante la competencia.

PROTOTIPADO

En la fase de prototipado se desarrolló el sistema de soluciones que se hablaron previamente. Es importante aclarar que al desarrollar la propuesta se tuvo siempre en cuenta las tres preguntas reto. Se hizo un total de 15 pruebas de usuario, en donde 9 fueron jugadores que aspiran ser profesionales y 6 fueron reclutadores.

En una primera instancia se le preguntó a los jugadores si sabían: “¿Qué información colocar en el CV de los equipos?” Si su respuesta era negativa, se procede a mostrarle el prototipo, donde una de las tareas era que diligenciara la información que se les pedía. Esta información diligenciada por los usuarios era la que se iba a mostrar en el perfil. En el perfil del jugador está albergado todos los datos que los equipos esperan tener en las aplicaciones de los aspirantes.

Por otro lado, se le pidió a los reclutadores qué información es la más importante a la hora de hacer el reclutamiento, en donde ellos contestaron que: La experiencia, liga, aptitudes, idiomas, una breve descripción y sus redes sociales. Una vez se sabe la información más importante, lo que se hizo después fue pedirle a los reclutadores que organizaran esa información desde “lo más relevante” a lo “menos relevante”. A partir de sus respuestas pudimos organizar la interfaz, poniendo la experiencia, la descripción, la liga, actitudes e idiomas.

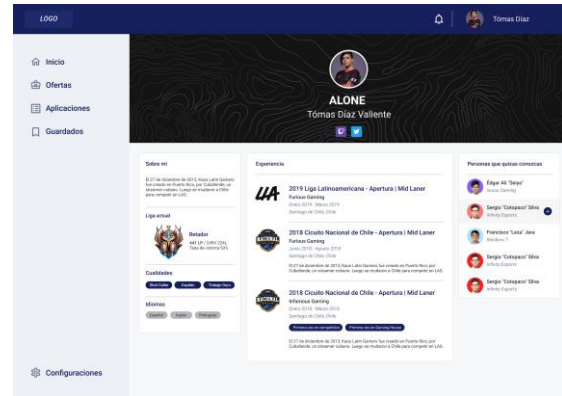


Imagen 10. Propuesta del perfil de jugador

Por otra parte, le pedimos a los jugadores que buscarán alguna vacante de un equipo, aplicarán y vieran el seguimiento de dicha vacante. Para hacer este proceso primero el usuario tendría que navegar en la pantalla de ofertas, en donde aparecen todas las vacantes de los equipos. Una vez el usuario aplicaba a una vacante, la plataforma le mostraba en qué parte del proceso de reclutamiento estaban. Evaluamos si entendían el proceso realizado y si la información que se les mostraba era la oportuna al momento de aplicar.

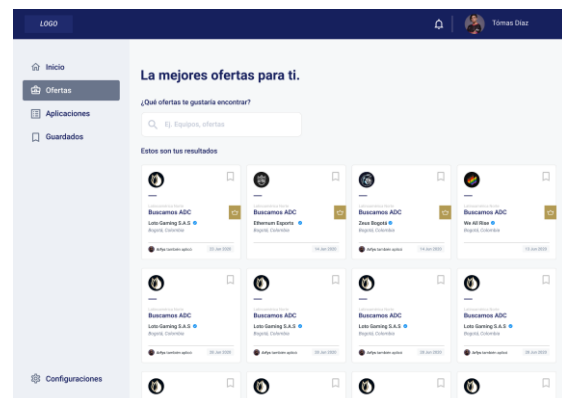


Imagen 11. Sistema de vacantes

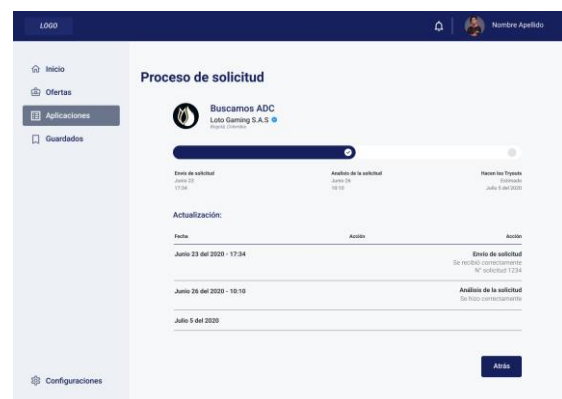


Imagen 12. Proceso de solicitud

Extensión de Google Chrome le muestra al usuario en tiempo real el proceso que lleva su solicitud cuando éste aplica a una vacante de un equipo. La misma información que se muestra en la extensión, es la misma que se le muestra en la plataforma, solo que en esta última se muestran más detalles de la solicitud.

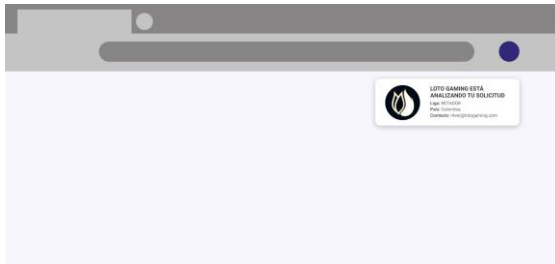


Imagen 13. Extensión de Google Chrome

26 Nueva versión del prototipo

Después de haber hecho una segunda interacción en el proyecto, en donde ya no se enfocó en desarrollar las preguntas retos, ni en encontrar las oportunidades. Sino que se empezó a desarrollar el sistema #2 que se nombró anteriormente. A partir de esta nueva etapa, en las que se encontró nuevos datos y comportamientos que se encuentran en la sesión de materiales y métodos, se re diseñó el prototipo para solucionar de mejor manera la problemática que se está abordando.

26.1 Perfiles

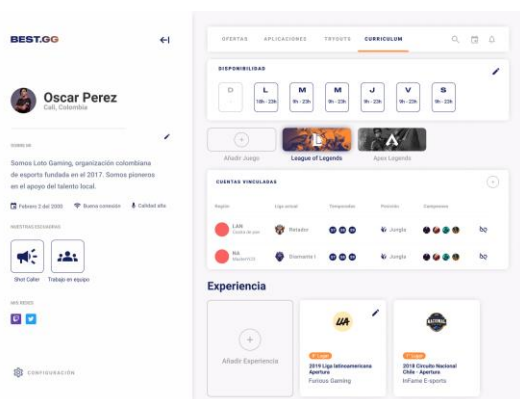


Imagen 20. Perfil de aspirantes

En los perfiles se logró poner la información más importante que mencionó los reclutadores en las pruebas. Los nuevos cambios que se dieron en esta versión con la otra fueron la disponibilidad, la visualización de los periféricos, las cuentas que puede tener un jugador en los diferentes servidores del juego y las fortalezas que tiene los aspirantes en el momento de jugar en equipo.

26.2 Sistema de vacantes

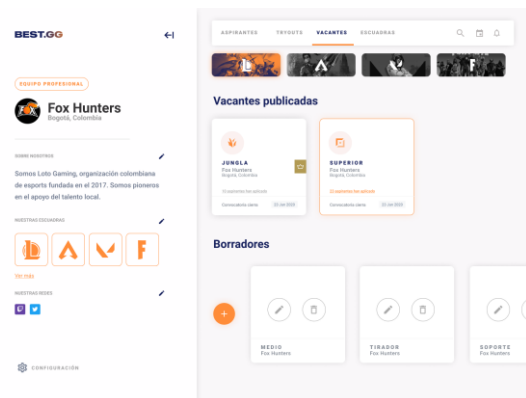


Imagen 21. Pantalla creación de ofertas

En esta versión se quería mostrar desde un inicio en la plataforma la creación de ofertas. Como se explicó en anterioridad, se creó un sistema de vacantes que sea individuales y más precisas a la hora de buscar un jugador.

Por otro lado, se necesitaba estructurar el perfil de la organización para que fuera mucho más ordenado y eficiente la selección de aspirantes en el equipo. Es por esto que se desarrolló una tabla de aspirantes, donde el reclutador puede ver de primera mano la información técnica del jugador, para que posterior a esto seleccione o rechace los aspirantes que crea.

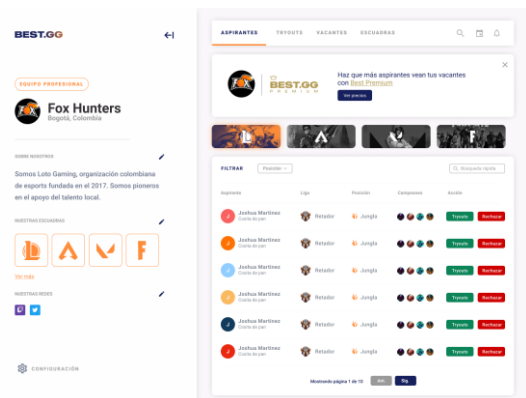


Imagen 22. Tabla de aspirantes

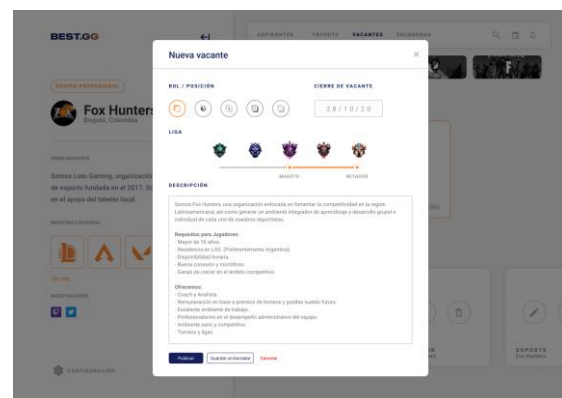


Imagen 23. Creación de vacantes

Para la creación de vacantes dividimos en 4 partes este proceso. Primero está la selección de rol, los reclutadores consideraron que hacer una convocatoria por posición dentro del juego es mucho más organizado, ya que no se mezclan solicitudes en donde ellos mismo tienen que diferenciarlas y separarlas.

26.3 Proceso de solicitud

La versión actual del proceso es mucho mejor, ya que puede mostrar todas las aplicaciones que tiene el aspirante en un solo lugar. A comparación del otro solo mostraba un proceso a la vez, quitándole la oportunidad al jugador de ver como iba su solicitud en las diferentes organizaciones de esports.

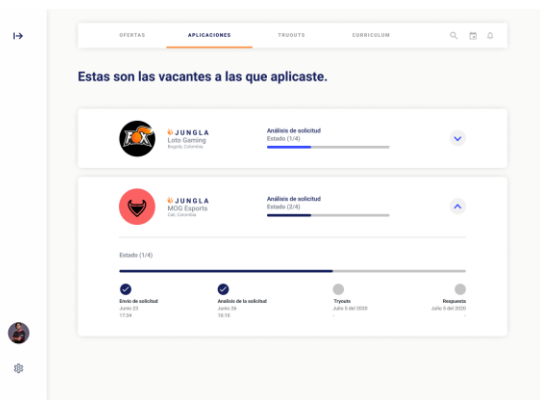


Imagen 24. Seguimiento de ofertas

CONCLUSIONES

A partir de las pruebas realizadas con el prototipo se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. 4 de los 6 reclutadores calificaron como relevante la información que se presentaba en el perfil de los jugadores, lo que genera una mayor eficiencia en el proceso de reclutamiento al contar con toda la información importante a la mano.
2. 4 de los 6 reclutadores calificaron como relevante la información que se presentaba en el perfil de los jugadores, de modo que la propuesta presenta una sobresaliente organización de la información.
3. Después de realizar la prueba con el prototipo, 8 de los 9 jugadores sabían qué información debían colocar en sus currículums o perfiles de jugadores, teniendo entonces que la propuesta cumple su función informativa.

4. A 7 de los 9 jugadores les pareció muy difícil saber si la visibilidad que ellos tenían frente a los equipos era mayor usando el prototipo o no, lo que puede significar que la propuesta no parece mostrar un progreso en términos de visibilidad para el jugador.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia EFE, (3 de diciembre del 2019). Brasil busca que los esports sean considerados como un deporte. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/america/deportes/brasil-busca-que-los-esports-se-consideren-como-un-deporte/20000010-4124156#>

Ancajima, L. (29 de noviembre del 2018). RPP Noticias. Recuperado de <https://rpp.pe/tecnologia/videojuegos/league-of-legends-all-knights-contrata-al-primer-jugador-coreano-en-la-historia-de-la-liga-latinoamericana-noticia-1166435>

Bányai, F., Griffiths, M., Demetrovics, Z. y Orsolya, K. (5 de marzo del 2018). The psychology of esports: A systematic literature review. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/151392545.pdf>

Bányai, F., Griffiths, M., Demetrovics, Z. y Orsolya, K. (2019) The mediating effect of motivations between psychiatric distress and gaming disorder among esports gamers and recreational gamers. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0010440X19300409>

Blackburn, J. y Kwak, H. (2014) STFU NOOB! Predicting Crowdsourced Decisions on Toxic Behavior in Online Games. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/STFU-NOOB!%3A-predicting-crowdsourced-decisions-on-in-Blackburn-Kwak/36b38bb9dd645af21df4b50bf71f98fa13f04541>

Griffiths, M. (2017). The psychosocial impact of professional gambling, professional video gaming & esports. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/313117350_The_psychosocial_impact_of_professional_gam

[bling_professional_video_gaming_and_eSports/link/5beeee7c4585150b2bbc591e/download](#)

Gough, C. (14 de enero del 2020). Statista. National Hockey League - Total league revenue from 2005/06 to 2018/19. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/193468/total-league-revenue-of-the-nhl-since-2006/>

Hallmann, K. & Giel, T. (2018). eSports - Competitive sports or recreational activity?. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441352317300700>

Jenny, S., Manning, D., Keiper, M. y Olrich, T. (2016). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit within the Definition of "Sport". Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00336297.2016.1144517>

Jones, K. (3 de septiembre del 2019). Visual Capitalist. ¿Cómo les va a los esports frente a los deportes tradicionales?. Recuperado de <https://www.visualcapitalist.com/how-the-esports-industry-fares-against-traditional-sports/>

Kika, A., La Manna, A., O'Donnell, L. y Paolillo, T. (2016). Analysis of Data Gathered from League of Legends and the Riot Games API. Recuperado de: https://www.academia.edu/31573607/Analysis_of_Data_Gathered_from_League_of_Legends_and_the_Riot_Games_API

Korotin, A., Khromov, N., Lange, A. y Anton, S. (2019). Towards Understanding of eSports Athletes' Potentialities: The Sensing System for Data Collection and Analysis. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/335258081_Towards_Understanding_of_eSports_Athletes'_Potentialities_The_Sensing_System_for_Data_Collection_and_Analysis

Liga de Videojuegos Profesional (2020). Reglamento de los circuitos nacionales de League of Legends. Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1TGGzP2f6Oj9r2UGqR91qLDryNyvknNeB1eQVO9Rse5w/edit>

Marchenko, E. y Musabirov, I. (2019). Metrics in

Esports. The Case of Dota 2. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/336732811_Media_Metrics_in_Esports_The_Case_of_Dota_2

Marchenko, E. & Sushevskiy, V. (2018). Analysis of Players Transfers in Esports. The Case of Dota 2. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/328434167_Analysis_of_Players_Transfers_in_Esports_The_Case_of_Dota_2

Martoncik, M. (2015). e-Sports - Playing just for fun or playing to satisfy life goals. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215000783>

McCutcheon C., Hitchens M. y Drachen A. (2018). eSport vs irlSport. Recuperado de https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-76270-8_36

Ma, H. & Wu, X. (2013). Research on essential difference of e-sport and online game. Recuperado de <https://www.springer.com/gp/book/9781447148043>

Newzoo, (2019). Esports in Brazil: Key Facts, Figures, and Faces. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/trend-reports/esports-in-brazil-key-facts-figures-and-faces/>

Pannekeet, J. (21 de febrero del 2018). Newzoo: Global Esports Economy Will Reach \$905.6 Million in 2018 as Brand Investment Grows by 48%. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>

Pannekeet, J. (2019). Newzoo. Global esports economy will top 1\$ billion for the first time in 2019. Recuperado de: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019/>

OP.GG, (2020). Estadísticas de juego por nivel. Recuperado de <https://lan.op.gg/statistics/tier/>

Resumen de puntuaciones en LoL (2020).
Recuperado de: <https://i.imgur.com/PFa2Fsj.png>

Rogers, S. (2010). Level Up! The guide to great video game design by Scott Rogers. Recuperado de: https://books.google.com.co/books/about/Level_Up.html?id=8w_ETFmHrewC&redir_esc=y

Seo, Y. (Enero del 2016). Professionalized consumption and identity transformations in the field of eSports. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296315003306>

Sistema de ligas de LoL (2020). En *Fandom*.
Recuperado de: https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/League_system

Snavely, T. (2014). History and analysis of esports systems.
Recuperado de: <https://repositories.lib.utexas.edu/handle/2152/28652>

Sputnik News, (10 de agosto del 2019). Deportes electrónicos crecen en Latinoamérica a pesar de las críticas. Recuperado de <https://mundo.sputniknews.com/america-latina/201908101088336197-deportes-electronicos-crecen-en-latinoamerica-a-pesar-de-las-criticas/>

Velasquez, A. (24 de septiembre del 2018). Así vive el gamer profesional más exitoso de Colombia. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/videojuegos/como-es-la-vida-del-gamer-profesional-sergio-cotopaco-silva-271192>

Viegas, M. (4 de diciembre del 2018). TyC Sports. Dos coreanos jugarán la copa latinoamericana de League of Legends. Recuperado de <https://www.tycsports.com/nota/player-one/2018/12/04/dos-coreanos-jugaran-la-copa-latinoamerica-de-league-of-legends.html>