



Las marcas empiezan a ver retorno a los deportes electrónicos

Los deportes electrónicos o 'eSports', una de las tendencias de futuro de la industria del deporte, comienzan a generar retorno a las empresas que invierten en ellas, según aseguró Antonio Lacasa, promotor del encuentro 'Global eSports Summit' que tratará estas tendencias en Madrid el 11 de marzo.

"Las marcas no endémicas en 2018 han empezado a apostar en serio por equipos, competiciones y patrocinios, y empiezan a ver que hay un retorno, que se puede conseguir con inversión y monetización, y lo más importante, que pueden tener seguridad en este sector", afirmó a EFE este profesional y docente de marketing deportivo.

Según la consultora Newzoo, los eSports generarán un negocio equivalente a 963

millones de euros en todo el planeta, “cifras de vértigo” según Lacasa, que recordó que en estos datos pesa mucho el mercado asiático como principal área de consumo de este tipo de deportes.

“A nivel europeo, España está muy bien posicionada, se habla de que somos entre la sexta y la novena potencia, pero yo prefiero no hablar de cifras sino de la percepción que tenemos de la competición, las marcas y los agentes del sector”, apuntó.

Bajo su punto de vista, en España se está viviendo “una eclosión” de este sector, especialmente en las audiencias más jóvenes, lo que está generando que marcas no relacionadas directamente con los videojuegos se acerquen a este mundo.

Lacasa, que dirige la consultora de marketing deportivo ‘Sportainment’ afirmó que las marcas buscan en los deportes electrónicos lo mismo que en los convencionales: conectar con su consumidor, por lo que si su público se encuentra entre quienes siguen estas competiciones, debe trabajar en ello, con el objetivo de “no solo ser visible” sino enganchar a ese espectador.

“La clave es que el consumidor asocie, de una forma natural y no intrusiva, que esa marca apoya a ese equipo o a esa competición y por lo tanto estar en un entorno en el que ese aficionado puede consumir ese producto que esta en ese entorno”, agregó.

Un sector que tiene muchos desafíos, entre ellos la profesionalización, tanto de los jugadores como de las estructuras de gestión de clubes y competiciones.

“Si los jugadores no se profesionalizan no conseguiremos un nivel suficientemente atractivo para que los aficionados mantengan el seguimiento de los grandes equipos y eso es absolutamente necesario”, señaló Lacasa.

A día de hoy, parece que pocos clubes españoles de deportes electrónicos pueden ofrecer una verdadera profesionalización para los jugadores, aunque Lacasa aseguró que “hay” clubes profesionales.

“Clubes profesionales hay, pero hay que tener en cuenta que hay muchas variables de gestión, y también ocurre en el deporte convencional. El equipo tiene que atender el aspecto deportivo, pero también el económico, si tienes dinero puedes hacer buenos fichajes y buenas preparaciones”, reflexionó.

Los ‘eSports’ tienen sobre sí el debate constante sobre si deben ser o no considerados deporte, algo que para Lacasa es una cuestión de “registros distintos”, en el que defendió el aspecto de actividad física, en cuanto al nivel y la velocidad de decisiones que tiene un jugador, y el desgaste físico que generan.

“Un ‘gamer’ profesional toma 500 decisiones en pocos segundos y tiene un esfuerzo físico muy aproximado, incluso superior a veces, al de un piloto de Fórmula Uno. En el aspecto físico sí habría justificación, pero entrar en ese debate no lleva a nada”, opinó Lacasa.

No obstante, para él, unir los Juegos Olímpicos y los ‘eSports’ no sería algo deseable, sino que sería equivalente a “juntar agua y aceite”, ya que, entre otras diferencias, los videojuegos tienen dueño, a diferencia del deporte tradicional.

“Sería como si el fútbol como deporte tuviese dueño, los ‘eSports’ sí que lo tienen, ‘League of Legends’ y ‘Counter Strike’ tienen un dueño. Si quisiéramos comparar, estaríamos en un entorno muy similar al de la Fórmula Uno, pero queda mucho por comentar al respecto”, argumentó.

Lacasa es el impulsor del encuentro ‘Global eSports Summit’, que congregará en Madrid a representantes de equipos, competiciones, patrocinadores y reguladores, un encuentro “necesario para hacer un diagnóstico” sobre “dónde

estamos y a dónde queremos ir” en el sector de los deportes electrónicos.

“No había en España un gran congreso que sirviese de punto de encuentro profesional para hablar de estos temas, por eso detectamos una necesidad y de ahí que ofrezcamos el encuentro el 11 de marzo”, finalizó Antonio Lacasa.