

## CLUBES

# El Barça renueva su patrocinio con Konami para explorar nuevos proyectos en eSports

El nuevo acuerdo, que supera los cinco millones de euros anuales, incluye que Leo Messi figure en la portada de la próxima edición del eFootball PES, videojuego del desarrollador japonés, que continuará como socio global y con la publicidad en las porterías del Camp Nou.

Palco23

11 jun 2019 - 17:16



El FC Barcelona ha decidido mantener su decisión de apostar por Konami frente a EA Sports. El club blaugrana ha alcanzado un acuerdo con el desarrollador japonés de videojuegos, por el que continuará como patrocinador global durante los próximos cuatro años. Además, en esta ocasión se ha incluido a Leo Messi, que ocupará la portada de la próxima edición del eFootball PES.

Los términos económicos no se han hecho públicos, pero la multinacional venía abonando actualmente más de cinco millones de euros anuales, una cifra que se habría actualizado al alza en línea con el resto de patrocinios del club blaugrana. La razón es que, a diferencia de otros socios comerciales, Konami tiene los derechos de la

publicidad que hay detrás de las porterías, uno de los activos con mayor visibilidad durante los partidos junto a la U televisiva.

Además, el nuevo acuerdo también incluye acceso a los jugadores (Luis Suárez y Philippe Coutinho ya fueron portada) y le otorga la condición de socio oficial en la categoría de eSports vinculados al fútbol. ¿Eso en qué se traducirá? De momento, sólo se aclara que “permitirá futuras colaboraciones en la organización de acontecimientos de eSports de cara al futuro”.

“Nos proporciona un amplio acceso a las estrellas del club y una visibilidad destacada durante los días de partido en el estadio”, argumenta la compañía en un comunicado. “Ha sido un socio leal y de confianza para nuestra compañía durante los últimos tres años y estamos encantados de tenerlos a nuestro lado en el lanzamiento de nuestro título más ambicioso”, ha añadido Lygaard, director de desarrollo de negocio y marca de Konami.

Más allá de los cambios tecnológicos en el juego, una de las novedades es el renombramiento del videojuego, que pasa de llamarse Pro Evolution Soccer a ser eFootball PES. De esta manera, buscan sinergias de marca con la eFootball.Pro, el torneo de eSports creado por Gerard Piqué en torno a este simulador de fútbol. En el mismo, el Barça participa con un equipo propio.

Josep Pont, miembro de la junta directiva y responsable del área comercial del club, ha indicado que “este nuevo acuerdo como *partners* globales es testimonio de nuestro camino compartido, con un claro compromiso en la búsqueda de la excelencia”. Además, añade en un comunicado, “refuerza nuestro compromiso por conectar con los fans a través del universo de los eSports”.

A la espera del cierre definitivo de las cuentas, la junta directiva aprobó un presupuesto de 960 millones de euros para la temporada 2018-2019, lo que supondría una mejora del 5% interanual. Por el contrario, el beneficio neto será de 11 millones de euros, por debajo de los 13 millones de 2017-2018, que ya fue el más bajo desde 2012.