

CLUBES

El plan de negocio de Movistar Riders: patrocinios de gran consumo y 'licensing' en eSports

El club de deportes electrónicos, liderado por Fernando Piquer, buscará crear un proyecto sostenible con la construcción de una gran base de aficionados, a la que espera convencer con un contenido diferencial.

Guillermo G. Recio
3 nov 2017 - 04:59

Los socios de Movistar Riders ya han invertido 300.000 euros y no cierran la puerta a ab

Son muchos los proyectos iniciados en eSports en los últimos meses. Desde clubes de fútbol hasta emprendedores del sector de los videojuegos, que dan el salto a los deportes electrónicos gracias a una ronda de inversión. Sin embargo, la sostenibilidad es el gran reto para estas entidades, algo que busca desde el minuto uno Movistar Riders, el equipo que supo seducir a Telefónica y cuyos socios ya han invertido 300.000 euros.

El fundador y consejero delegado del club, Fernando Piquer, explica a *Palco23* que su objetivo número uno es "conseguir ser el mejor club de España y uno de los mejores de Europa". Su idea no es serlo este año ni el siguiente, ya que su proyecto se basa en "construir un modelo diferencial".

"Comenzamos en verano de 2016 con la intención de hacer algo distinto para atrapar el corazón de los aficionados, que es la base de todo", destaca Piquer, que cuenta con más de 20 años en la industria del entretenimiento con proyectos que van desde Pocoyó hasta videojuegos *free-to-play*.

El emprendedor persigue el reto de ser atractivo para fans y marcas desde el primer momento, algo que quedó demostrado con el patrocinio principal de Movistar. "Seguramente estudiaron otros proyectos, pero el nuestro nació con grandes planes definidos, como la creación del eSports Center", señala, mientras observa las distintas dependencias que hoy ocupa en Matadero de Madrid.

Los socios de Movistar Riders ya han invertido 300.000 euros y no cierran la puerta a abrir una ronda de financiación

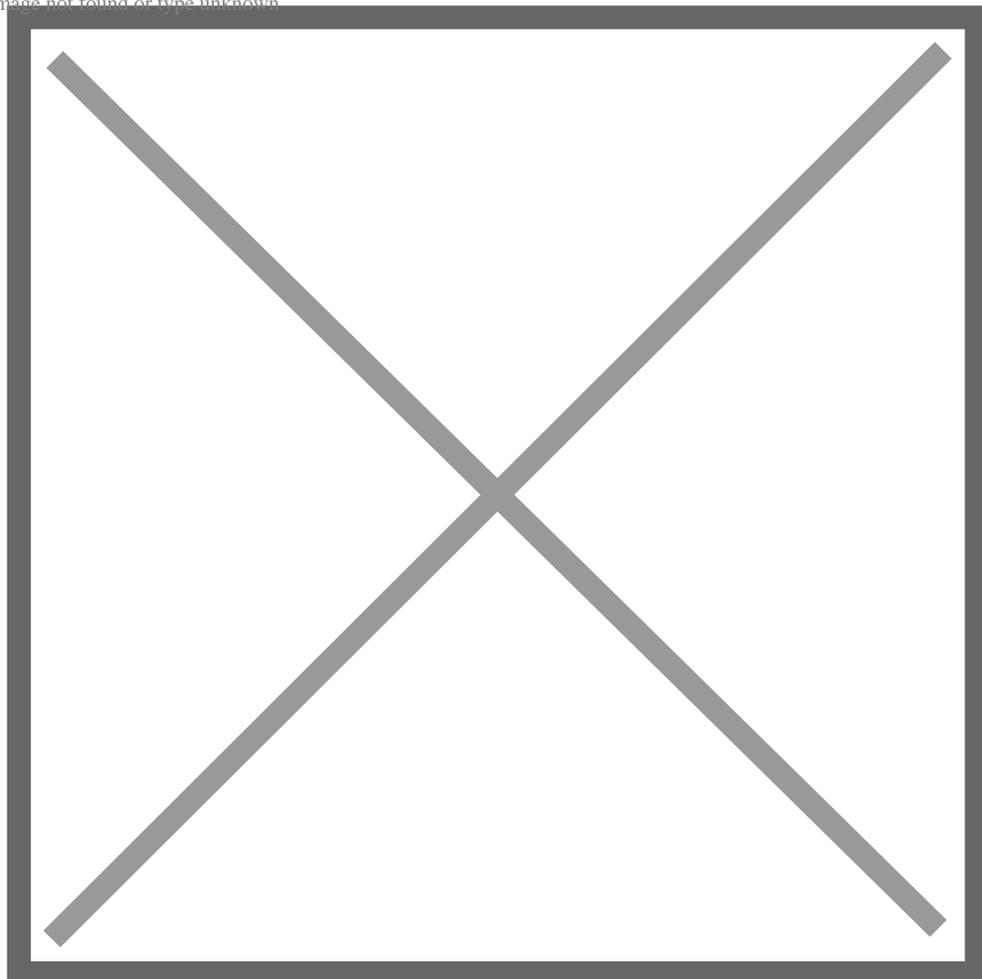
El directivo comenta que estuvieron en el momento oportuno para unir su futuro a Movistar, del que asegura que sólo les une una relación de patrocinio, aunque trabajen estrechamente para ir en la misma dirección. Ejemplo de cómo van alineados es la creación de contenido, algo básico para el plan de Riders, y el uso del *big data*.

“Tenemos un plató en el que realizamos programas a través de plataformas como Twitch y YouTube, pero tenemos un gran centro de producción con el que damos contenido al canal de eSports de Movistar”, explica sobre cómo hacer crecer este ecosistema. “Queremos ser una compañía grande en un territorio grande”, detalla.

Todo ello repercute directamente en “los fans que siguen al club, y es que la masa social es muy importante. Tenemos a Fnatic como modelo a seguir”, un club de deportes electrónicos de élite que hace unos meses incluso creó una *joint venture* con la AS Roma.

En estos momentos, sólo es posible ingresar vía patrocinio, como es el caso de Riders con Movistar y con los teléfonos Honor, pero su plan de negocio se basa en encontrar nuevos espacios para el gran consumo y licenciar su marca entre los aficionados.

Image not found or type unknown



“El futuro pasa por tener una importante *fan base* y licenciar productos, como ya hicimos en Pocoyó, donde el negocio estaba en los artículos, más allá de la producción”, argumenta Piquer. En cuanto a las compañías de gran consumo, el emprendedor opina que vender una valla no es nada cualitativo, hay que darles algo más para tener una relación especial con el consumidor. Nos faltan socios en salud y automoción, por ejemplo”, explica.

Para todo ello, remarca, “es necesario convertir a los jugadores en estrellas”, ya que las audiencias son cada vez más importantes. De hecho, este año Riot Games empezará a dar más ingresos a los clubes con mejores números de seguidores en sus retransmisiones. Sobre la posibilidad de que en 2019 exista la liga de franquicias,

Piquer comenta que no cierran ninguna posibilidad para cerrar una ronda de financiación que les permita competir al máximo nivel, siempre con el objetivo de la sostenibilidad en mente.

En Overwatch, por ejemplo, el club decidió acabar con el equipo porque los planes del *publisher* no convencían pese a tener uno de los mejores equipos. Y es que Piquer vuelve a destacar que persiguen un modelo diferente, algo que les ha llevado a convencer a Deilor, exentrenador de Fnatic, para que se una a su proyecto. “Queremos ganar, pero no de cualquier manera, intentamos ser impermeables a la inflación de salarios, pero el tiempo dirá si me equivoco o no”, reflexiona sobre una idea que ya emplea a 70 personas.