COMPETICIONES

Gfinity: ¿cómo es el negocio del 'rey' de los eSports en Reino Unido?

La gestora londinense de eventos de deportes electrónicos, que ha trazado un plan estratégico para dar un nuevo impulso a su negocio, ha aumentado su facturación un 82,3% durante el último año, hasta 7,9 millones de libras (7 millones de euros).

Palco23
22 oct 2019 - 04:56

La industria de los eSports ha entrado en una nueva fase, en la que la batalla ya no es atraer a grandes marcas no endémicas, sino empezar a consolidar posiciones y lograr que el negocio sea sostenible. Ese es el objetivo de Gfinity, que se ha convertido en uno de los principales *players* del sector durante los últimos años en Reino Unido. Así se demuestra tanto en los acuerdos firmados, con entidades como la Premier League y la Fórmula 1 para gestionar sus competiciones virtuales, como en las últimas cuentas de su último ejercicio, en las que la facturación se disparó un 82,3%, hasta 7,9 millones de libras (7 millones de euros).

Gfinity se describe como "una plataforma tecnológica para todos los competidores, públicos y agentes de los eSports, que gestiona competiciones en cualquier formato". Pese a que las pérdidas acumuladas aún ascienden a 12 millones de libras (10,8

https://www.palco23.com/competiciones/gfinity-como-es-el-negocio-del-rey-de-los-esports-en-reino-unido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

millones de euros), se han recortado en más de un millón durante el último año y, según las previsiones de la compañía, “en 2020 se alcanzará el punto de equilibrio gracias al plan estratégico aprobado para los tres próximos años”, explican en la memoria anual de resultados.

“Gfinity ha cosechado un crecimiento significativo este año y estamos cerca de obtener el umbral de rentabilidad que nos fijamos como meta en 2021”, ha señalado Garry Cook, presidente ejecutivo de la compañía a la comunidad inversora. “Hemos reenfocado nuestro negocio bajo el modelo de la gestión estratégica de cliente que nos ha permitido reforzar nuestros patrocinios estratégicos y alcanzar nuevas oportunidades comerciales”, ha añadido.

> **Gfinity, que prácticamente ha duplicado su facturación en 2019, espera alcanzar el punto de equilibrio en 2020**

El objetivo es claro: situar a Gfinity como uno de los ejes sobre los que pivote la industria de los eSports a través de la asociación con los principales actores del sector, sean *publishers*, competiciones de deportes tradicionales, patrocinadores o clubes. “ Estamos ante una nueva ola de inversiones de las marcas no endémicas, que ven en el ***gaming*** la respuesta que necesitan para que sus negocios se aproximen a los consumidores más jóvenes y que buscan un socio que les ayude a navegar por las aguas de esta excitante oportunidad”, aseguran.

La Premier League confió en la gestora para organizar su primer campeonato de fútbol virtual, que ya involucra a una veintena de equipos y se retransmite a través de la plataforma de pago Sky. La Fórmula 1 también dio las llaves de su Mundial de eSports en su tercera temporada, tras cerrar el año pasado con una audiencia acumulada de 5,5 millones de *viewers* entre TV y *streaming*. En 2019, además, sumará a Ferrari y repartirá medio millón de dólares en premios gracias al apoyo de patrocinadores como New Balance, que da nombre al torneo.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Tal es el peso que Gfinity ha adquirido entre los gigantes del deporte tradicional, que actualmente es la encargada de gestionar de forma íntegra sus torneos online, desde las retransmisiones hasta las activaciones publicitarias, pasando por los formatos audiovisuales. A estos se suman otros títulos más propios de la industria de los eSports, como las Elite Series, que incluyen títulos como *Call of Duty, Fifa, Halo, Rocket League, Apex, Fortnite* y *Gears of War*.

> **La Premier League y la F-1 han apostado por dar las llaves de su negocio de eSports a Gfinity**

Para ello la gestora británica se asoció primero a algunos de los principales *publishers*, como EA Sports y Activision Blizzard. Por ahora, con quien no ha sellado ningún acuerdo es con Riot Games, que ha optado por la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) para organizar las competiciones de *League of Legends* en Reino Unido. Según afirmó a este diario Nicola Cencherle, director general de la compañía en la Península Ibérica, la empresa española del grupo Mediapro "es más que un socio estratégico".

De hecho, meses después de que la LVP anunciase su entrada en este territorio, Gfnity salió al mercado y logró captar seis millones de libras (6,8 millones de euros), tras colocar el 21% del capital. La presencia de la gestora española suponía una amenaza directa de su predominio en el país, donde se ha convertido en un *player* clave de los deportes electrónicos y cuenta con el respaldo de los principales actores del sector.

Con el espaldarazo financiero, Gfinity se ha reforzado áreas clave para impulsar el crecimiento de la empresa, especialmente con fichajes de personal especializado en márketing y en la creación de comunidades en Red y *offline*. Aun así, todos estos movimientos llegaron precedidos por el golpe de efecto más importante, el cambio de timón que se produjo al frente de la compañía. Graham Wallace fue promocionado como consejero delegado y John Clarke fue nombrado director global de marca.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Otra de las principales apuestas llegó con la adquisición de RealSport101, un portal de noticias especializado en eSports que nutre de contenido propio a las diferentes competiciones que gestiona Gfinity. Actualmente, la web alcanza a una audiencia potencial de veinte millones de ***gamers***, lo que proporciona una potente plataforma para seguir impulsando el negocio. Y ese es el mantra a seguir dentro de su plan de transformación: aportar una concepción holística de esta industria y convertirla en una historia. Una en la que, según indica el documento, aspiran a “escribir un nuevo capítulo”.

https://www.palco23.com/competiciones/gfinity-como-es-el-negocio-del-rey-de-los-esports-en-reino-unido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.