

COMPETICIONES

ESL fusiona estructuras para dominar los eSports en el mercado de habla hispana

La gestora alemana de competiciones de deportes electrónicos ha dado un paso adelante en su estrategia para España y Latinoamérica, donde ya están desde 2005 y 2015, respectivamente. Los ejecutivos Manuel Moreno y Héctor Calvo serán los encargados de liderar la estrategia para competir con rivales como la LVP.



Guillermo G. Recio
26 mar 2018 - 05:00

La ESL fusiona estructuras para dominar los eSports en el mercado de habla hispana

La industria de los eSports crece año tras año, con *players* más fuertes en todo el mundo, y ESL no se quiere quedar atrás. La gestora alemana de competiciones de deportes electrónicos ha decidido subir una marcha en su estrategia para el mercado hispano con una reorganización de sus equipos en España y Latinoamérica, que convierte su oficina de Madrid en clave para su futuro en esta región.

Según ha podido saber *Palco23*, la compañía controlada por Modern Times Group (MTG) desde 2015 ha iniciado la fusión de los equipos de ESL España y ESL Latinoamérica, con el objetivo de sumar esfuerzos y crear un gran mercado único. La

razón de este cambio de estrategia, según explican fuentes de la empresa, es que muchos de los espectadores de las competiciones que se celebran en la Península Ibérica son seguidas de cerca por los millones de fans latinoamericanos.

Manuel Moreno, hasta ahora director general de ESL España, explica a este diario que se trata de “una evolución natural de la compañía”. “Era natural dar este paso adelante y establecer una central hispanohablante que aproveche las sinergias ya existentes entre ambos territorios y fomente un plan de crecimiento conjunto”, detalla. Ello, en plena ofensiva de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) por crecer en estos países gracias al músculo financiero que le aportó su venta a Mediapro.

Como parte de este planteamiento, Moreno será director general de ESL en esta región con un claro enfoque en el área comercial y centrándose en “la popularización y expansión de la marca y nuestras competiciones y productos en el área de marketing”. Por otro lado, Héctor Calvo, que desde 2015 desarrollaba el negocio en Latinoamérica desde la central de Colonia (Alemania), tendrá el mismo rango que Moreno, pero con el foco puesto en las operaciones.

Manuel Moreno y Héctor Calvo son los dos ejecutivos españoles que seguirán expandiendo ESL en España y Latinoamérica

El primero llegó a ESL en 2015 coincidiendo con la potenciación de la oficina de Madrid. Licenciado en Derecho y con un máster sobre el negocio de Internet por Isdi, anteriormente ocupó cargos en el área comercial o de marketing en multinacionales como Hewlett Packard, Graphisoft o FX Interactive. Calvo, por su parte, fichó por la compañía alemana en 2015, tras un breve paso por la LVP. Su entrada en el mundo de los eSports se produjo mucho antes, en 2011, con la creación del club Karont3 que se retiró en 2014.

“Vimos necesario tener un liderazgo consolidado que desarrollara las distintas áreas de alto crecimiento de la organización, manteniendo una visión común dentro un mercado de 570 millones de personas en más de 22 países”, explica el propio Moreno, sobre el por qué compartir el liderazgo de la compañía en la región.

Además, se han creado diferentes posiciones dentro de la estructura para dar respuesta a los retos futuros. La intención es que a medio-largo plazo se vayan incorporando nuevos perfiles para aumentar la capacidad de producción de contenidos

propios. Actualmente, entre empleados en la sede central de Madrid y colaboradores repartidos entre los distintos países latinoamericanos rebasan el centenar de personas, tras un año en el que se ha multiplicado por cinco la plantilla para afrontar el crecimiento de los eSports en España.

Los torneos de la ESL y Telefónica reunieron a 145.000 espectadores y a más de 6.800 jugadores en España en 2017

El objetivo es ofrecer a los socios de la ESL “una de las plataformas más sólidas de la actualidad dentro del sector de los eSports, no sólo desde un ámbito local, sino ofreciendo soluciones a nuestros *partners* de forma unificada para todo el mercado hispanohablante”. Además, le permitirá explorar de forma más eficiente potenciales sinergias con Telefónica, su aliado en España para la promoción de estas competiciones.

Las dos compañías hicieron balance de un 2017 en el que sus torneos congregaron a más de 145.000 espectadores y contaron con más de 6.800 jugadores inscritos. Una de sus novedades para 2018 es el lanzamiento de Movistar eSports Series, un conjunto de competiciones que “darán respuesta a las necesidades de los jugadores *amateur* y les ayudarán en su camino hacia la profesionalización”, según explicaron el pasado jueves.

Por otro lado, la apuesta por tratar Iberoamérica como una sola región coincide con la ambición de Telefónica de que los contenidos que elabora para su canal Movistar eSports incluyan eventos internacionales en lengua española. Porque, si bien en España tenía 3,85 millones de suscriptores a la televisión de pago al cierre de 2017, en América Latina tiene otros 4,5 millones.

En este mercado coexisten con la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), propiedad de Mediapro. Esta entidad ya ha dado sus primeros pasos en países como Argentina, México y Portugal, entre otros, pero ya prepara su salto a Reino Unido junto a Riot Games, desarrollador del videojuego *League of Legends*. Para empezar a trabajar en ese mercado, tal y como adelantó *Palco23*, la compañía ha enviado a su director de estrategia, Sergi Mesonero.