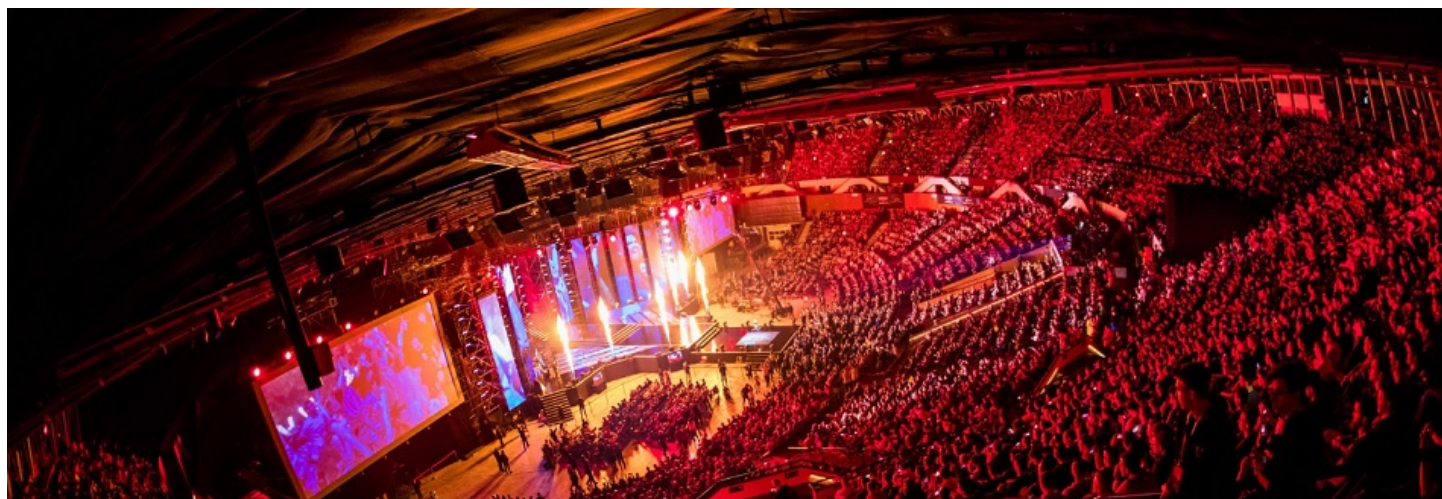


COMPETICIONES

La ESL reordena su cúpula en España tras la salida de su director general

Manuel Moreno abandona la organizadora de competiciones de eSports para lanzar su propia consultora, después de haber reestructurado la filial para crear una región hispanohablante. Tras su salida, Héctor Calvo será el máximo responsable.



Guillermo G. Recio
28 may 2018 - 05:00

Héctor Calvo será el director general, que se encargará de todas las funciones tras la fusión de las estructuras de la ESL en España y Latinoamérica.

Los eSports viven actualmente una época frenética, llena de operaciones corporativas y nuevos patrocinadores, y este ritmo también se traslada a la velocidad con la que las compañías dedicadas al sector cambian. ESL, la mayor gestora de competiciones de deportes electrónicos del mundo, ha reordenado su cúpula en España tras la salida del hasta ahora director general, Manuel Moreno, según ha podido saber *Palco23*.

El directivo español ha decidido poner en marcha un proyecto personal y lanzarse al mercado con una consultora de eSports. Ahora, Héctor Calvo será el único director general, que se encargará de todas las funciones una vez fusionadas las estructuras de la ESL en España y Latinoamérica. De hecho, Calvo ya venía desarrollando las

funciones operativas , mientras que Moreno se encargó durante los últimos meses de llevar la parte de márketing y comunicación.

El directivo saliente comenta a este diario que su marcha se enmarca dentro de un contexto de cambio de modelo de gestión, ya que se va creando una estrategia cada vez más centralizada. Ejemplo de ello es que Sebastian Radu, impulsor de ESL en España, tomará más responsabilidades en la región hispanohablante, donde seguirá como presidente del consejo. Sin embargo, dejará de centrarse en la estrategia de ESL en Asia, donde ha trabajado en el último año.

Héctor Calvo será el director general, que se encargará de todas las funciones tras la fusión de la ESL en España y Latinoamérica

La compañía, controlada por Modern Times Group (MTG) y que facturó 36 millones en 2016, unió 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 es que muchas de las competiciones que se celebran en la Península Ibérica son seguidas de cerca por los millones de fans latinoamericanos.

El directivo 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 márketing en multinacionales como Hewlett Packard, Graphisoft o FX Interactive. También trabajó en el área digital de las bodegas García Carrión.

En los tres años de Moreno al frente de la filial ibérica destaca la alianza estratégica con Telefónica para que Movistar+ emita torneos de eSports desde un canal propio y se desarrolle la escena *amateur*. 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. Además, en este periodo, la compañía ha firmado patrocinios con nuevas marcas de gran consumo como Carrefour, AXE y Brillante, entre otros.

Moreno llegó a ESL en 2015, y desde entonces se

ha firmado acuerdos con Telefónica, Carrefour y Brillante, entre otros

“Creo que hay mucho conocimiento desde el punto de vista deportivo, pero hay unas carencias que tienen que ver con el desarrollo de negocio y del patrocinio de las marcas, y en muchos casos el déficit se produce por no tener un interlocutor”, explica Moreno sobre su nueva apuesta personal. Cuando empezó en ESL había cuatro personas en plantilla y ahora ya hay más de 100 personas entre hijos y colaboradores.

En España, según la Asociación Española de Videojuegos (Aevi), los eSports en España generaron 14,5 millones de euros en 2017, aunque se espera que su repercusión económica crezca un 32,1% hasta el año 2021. La organización cifra en 300 trabajadores el volumen de empleo generado por esta actividad, y en cien jugadores profesionales el número de *gamers* que viven de competir en deportes electrónicos.

Globalmente, la industria de los deportes electrónicos espera generar 906 millones de dólares en 2018, un 38,2% más que en el pasado año, según la consultora Newzoo. La principal vía de ingresos de este sector continuarán siendo los patrocinios, un concepto por el que facturará 359,4 millones de dólares, con un alza del 53,2%.