

COMPETICIONES

MotoGP prepara su propio juego para irrumpir en los eSports

Dorna Sports ultima el lanzamiento de un videojuego para ordenador que se adapte a las exigencias de los deportes electrónicos, con el objetivo de celebrar torneos en el marco de las carreras oficiales.

Guillermo G. Recio
17 may 2017 - 05:00

La industria deportiva se vuelca con los eSports. Hasta el momento habían surgido apuestas ligadas a los deportes electrónicos vinculadas al fútbol y al baloncesto, pero ahora llega el mundo del motor con uno de los máximos agentes: MotoGP.

La empresa gestora de la máxima competición de motociclismo, Dorna Sports, lanzará en junio un videojuego para ordenador que se adapte a las exigencias de los eSports, tal y como ha podido saber *Palco23*.

El director general de Dorna Sports, Manel Arroyo, comentó ayer en la presentación del grado en Gestión Deportiva de la Universidad Ramon Llull que la entrada en los eSports es un paso necesario para llegar a las nuevas audiencias.

En declaraciones a este diario, Arroyo explicó que planean realizar hasta cinco eventos online, mientras que se organizará una competición física aprovechando el final de la temporada el noviembre en el Circuito Ricardo Tormo de Valencia.

“Si es verdad que los videojuegos de lucha son los que tienen mercado y mueven negocio, hay que empezar a dar algunos pasos para atraer a las nuevas generaciones”, señaló. Arroyo también remarcó la importancia que esto tiene para los patrocinadores, ya que es otra plataforma para mostrar sus activos.

“Hay jóvenes que no verán una carrera entera, pero que sí jugarán a nuestro videojuego y eso interesa a las marcas porque podrán llegar a ellos también”, argumentó sobre la colaboración de los patrocinadores de MotoGP en este proyecto.

De hecho, el pasado año, la organización de la competición apostó por desarrollar una aplicación móvil de las carreras de motociclismo en la que los usuarios podían clasificarse y ganar trofeos, camisetas y hasta relojes de unos de sus patrocinadores: Tissot

En el marco de la presentación de dicho grado universitario, el director general Octagon en España, David Serrahima, detalló que los aficionados lo que necesitan es participar en todo tipo de eventos, desde las carreras populares hasta los grandes acontecimientos deportivos.

Por su parte, el director de marketing de la agencia Kaptiva Sports, Filip Dabovic, señaló que los eSports no son una tendencia, son una realidad, guste o no. Jordi Villacampa, presidente del Joventut de Badalona hasta hace unas semanas, destacó que hay que abordar a todo tipo de públicos.