

COMPETICIONES

Riot Games asciende a Alberto Guerrero para reforzar su competición europea de 'League of Legends'

El ejecutivo, que hasta ahora era el director general del dueño de *League of Legends* en la Península Ibérica, se trasladará a Berlín para ser uno de los principales ejecutivos que desarrolle su liga profesional en el Viejo Continente.

M.Menchén

19 mar 2019 - 05:00



España suele servir como ejemplo de la estructuración de los eSports a nivel profesional, un hito que no sólo sirve para que competiciones y clubes de aquí hayan dado ya el salto a Latinoamérica. Riot Games ha decidido entregar más galones a Alberto Guerrero, que se incorporó hace año y medio, y ahora asumirá parte del liderazgo del crecimiento de la League of Legends European Championship (LEC), la liga profesional de *League of Legends* en Europa, según ha podido saber *Palco23*. La desarrolladora de videojuegos no ha realizado comentarios.

Ingeniero técnico superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Catalunya (UPC), Guerrero cuenta con un programa de dirección general (PDG) por la

escuela de negocios lese. Vinculado a proyectos de transformación digital, en 2012 fundó junto al futbolista Gerard Piqué la empresa de videojuegos Kerad Games. Además, antes de dar el salto a Riot Games fue uno de los ideólogos de la transformación del proyecto en eFootball.Pro, la competición de fútbol creada con Konami.

El ejecutivo español puso fin a este periodo en agosto de 2017 para poner en marcha el negocio de Riot Games en la Península Ibérica, y ahora su promoción con rumbo a Berlín se produce en paralelo al estreno del nuevo formato de competición estrenado a comienzos de 2019. Allí se encuentra la sede de la multinacional para Europa y el cuartel general desde donde se gestiona su producto estrella de competición.

Alberto Guerrero fichó por Riot Games en agosto de 2017 para poner en marcha su negocio en la Península Ibérica

El nuevo formato de competición se basa en la colaboración a largo plazo con diez equipos que cumplieron todos los requisitos mínimos para competir en lo que coloquialmente podría equipararse a la Champions League en el fútbol. De esta manera, se daba paso a un modelo cerrado, sin ascenso y descensos, pero que exigía a los clubes a contar con filiales o equipos asociados en al menos un mercado europeo que asegurara la conexión más recurrente con los aficionados.

A favor del ejecutivo juega el hecho de haber construido en España una de las competiciones de **LoL** más importantes del Viejo Continente de la mano de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP). De hecho, la compañía controlada por Mediapro fue una de las primeras en adaptar a la un mercado nacional el formato de liga cerrada con franquicias, de manera que la Superliga Orange quedara restringida a ocho equipos con ambición de profesionalizarse. A ello se le suma la Iberian Cup, un cruce entre la liga portuguesa y la española, y el circuito Tormenta creado por Riot Games para ensanchar la base de jugadores amateur.

Además, la propia organización ha admitido que las finales de League of Legends European Championship, que se celebraron en el Palacio de Vistalegre (Madrid) en septiembre, han sido uno de sus mayores éxitos en cuanto a experiencia física, con más de 15.000 personas en las gradas. Las finales del primer *Split* de la nueva LEC se celebrarán en Rotterdam (Holanda), y manejan más de 150 propuestas para las próximas citas.

Uno de los retos de la desarrolladora californiana de videojuegos es la búsqueda de sinergias de los torneos nacionales con la propia LEC, más allá de haber asegurado la vinculación de sus diez franquicias con estos mercados. Por ejemplo, el equipo español Origen eligió a Kiyf eSports para crear su filial de *LoL* en España para competir bajo la marca Origen BCN en la Superliga Orange. G2 Esports, por su parte, sumó fuerzas con Team Heretics para crear su “equipo academia” en el país.

El nuevo formato de competición a nivel europeo ha hecho que las audiencias suban un 40% en comparación con 2018

Además de estos dos equipos *made in Spain*, en la competición también participan Fnatic, Splyce, Team Vitality, SK Gaming, Misfits Gaming, exceL Esports, Rogue y Schalke 04, que es el único club de fútbol con una sección específica capaz de competir en la élite del videojuego que más negocio mueve en el mundo de los eSports.

Pese a que en un primer momento generó cierta polémica, los primeros resultados han avalado la decisión de Riot Games de apostar por un número limitado de clubes a cambio de que comprometieran una importante inversión económica a medio plazo. Según la compañía, las audiencias han crecido un 40% en el *split* de primavera en comparación con 2018, con picos de más de 300.000 espectadores simultáneos por semana y 1,5 millones de usuarios únicos cada jornada. Entre las claves de este crecimiento no sólo está el aumento de la competitividad, sino la renovada apuesta por recompensar con mejoras para el juego a los jugadores de *LoL* que consuman sus retransmisiones.

El crecimiento de audiencias y la clarificación del escenario competitivo han facilitado la llegada de importantes patrocinadores vinculados al gran consumo, como la cadena de tiendas de artículos deportivos Foot Locker, que se encargará de vestir a los comentaristas, o Red Bull, interesada en combinar activaciones digitales con eventos. A ellas se les suman la automovilística Kia, la marca de carburantes Shell y los

PALCO23

fabricantes de artículos específicos para el *gaming* como las sillas o DXRacer o los periféricos Logitech.