

ENTORNO

La Uefa busca socio para irrumpir en los eSports

La asociación, que tiene contrato con Konami hasta 2018, busca desarrolladores de videojuegos para explotar por primera vez los derechos de los deportes electrónicos para las competiciones de clubs y de selecciones.

Guillermo G. Recio
21 abr 2017 - 05:00

Triángulo, redonda, cuadrado y gol. O lo que es lo mismo: pase al hueco, centro, remate y gol. Tras un año en el que los eSports han irrumpido con fuerza, la Uefa ha decidido poner los dos pies en este segmento y ha puesto a la venta la licencia de tres tipos distintos de videojuegos oficiales y, por primera vez, los derechos de deportes electrónicos.

La federación europea no quiere desaprovechar la oportunidad en un contexto donde cada vez hay más clubs y competiciones nacionales que lanzan sus propios equipos y torneos de eSports. Para ello, según ha podido saber Palco23, ha abierto la licitación de tres categorías diferentes de formato de videojuego para sus competiciones de clubs y de selecciones.

La Uefa es consciente de la creciente evolución de los videojuegos y de la apuesta de los principales 'publishers' para contar con los derechos de los grandes clubs, como el Manchester United o el FC Barcelona, y ligas, como la Premier o La Liga. Muestra de la pugna por tener el estadio oficial de un conjunto, por ejemplo, es la batalla entre EA Sports y Konami para sus respectivas sagas Fifa y Pro Evolution Soccer.

Ambas compañías son las que podrán pujar por los derechos oficiales de eSports en los juegos de simulación de fútbol, que actualmente pertenecen a la compañía nipona. De hecho, los dos principales desarrolladores ya tienen competiciones propias de deportes electrónicos. Recientemente, el Camp Nou albergó la primera final regional de la PES League de Konami, mientras que EA Sports apoyó la creación de la Virtual Football Organization (VFO) con más de veinte clubs de La Liga.

En un segundo plano queda la licitación de los derechos de los juegos *manager*, un segmento donde algunos de los más conocidos son Top Eleven y Golden Manager. En este sentido, contar con la licencia supone un gran apoyo para diferenciar un producto

que debe competir con cientos de desarrolladores en forma de aplicación que hay actualmente.

En tercer lugar, se encuentran los derechos de los *casual games* asociados a los eSports. Estos son los juegos como Crash Royale, que se dirigen a un público más ocasional, aunque también hay competiciones de deportes electrónicos con premios en metálico. En este apartado, igual que ocurre con los *managers*, hay una gran oferta de minijuegos para los dispositivos móviles.

Cabe destacar la importancia de este tipo de contenido oficial para el negocio de las empresas del sector, ya que hay una significativa parte de su facturación que proviene de la venta de accesorios virtuales como camisetas y escudos oficiales, sobre todo en los modelos de aplicaciones *freemium*.

La Uefa confiará en Team Marketing AG para el proceso de los torneos de clubs, un paquete que incluye la Champions, la Europa League, la Supercopa de Europa, la Champions femenina, la Champions juvenil y la Copa Futsal durante el ciclo 2018-2021.

Para las competiciones de selecciones nacionales, la federación pondrá en manos de CAA Eleven el paquete de la Uefa Euro 2020, los campeonatos europeos de fútbol sala de 2018, 2020 y 2022, las Final Four de las nuevas Ligas de Naciones en 2019 y 2021. También se incluyen los derechos de la Eurocopa sub-21 de 2019 y 2021.

Por tanto, las compañías interesadas en estos derechos podrán escoger entre seis opciones, aunque las tres categorías delimitan estrictamente el tipo de juego de cada una de ellas. Está por ver si estos paquetes, hasta ahora minúsculos en facturación, suponen uno de los principales activos a comercializar por la federación.