

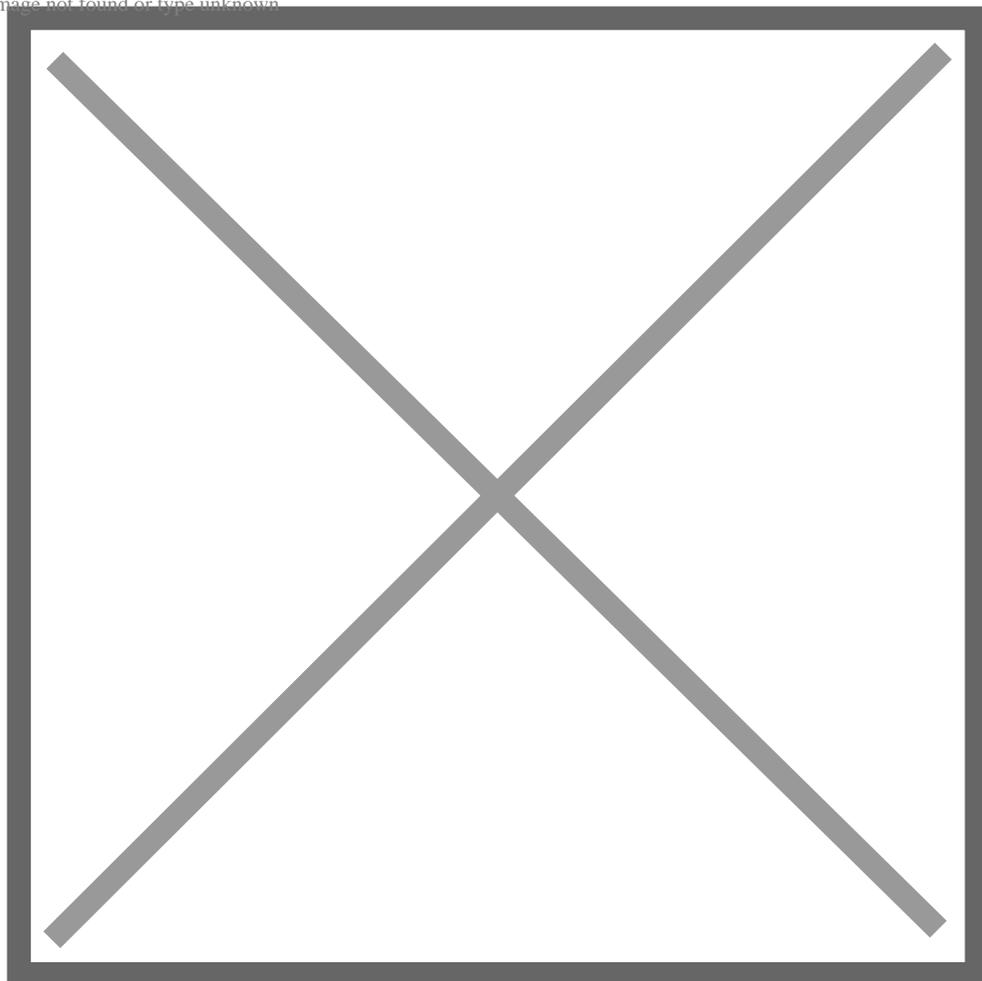
ENTORNO

Pons (Deloitte): “Los eSports conseguirán el interés de los fondos de inversión”

El socio de la división de deportes de la firma de servicios profesionales explica que habrá importantes operaciones corporativas a corto plazo.

Guillermo G. Recio
16 may 2017 - 04:58

Image not found or type unknown



Patrocinadores, medios de comunicación y entidades deportivas ya han puesto el foco en los eSports, pero todavía quedan muchos actores que pueden entrar a formar parte de este creciente negocio. Uno de ellos es el capital riesgo, que, según el socio de la división de deportes de Deloitte, Fernando Pons, llegará pronto.

El directivo explica en una entrevista con *Palco23* que hoy en día el sector deportivo representa un el 2,4% del PIB y el 1% de los empleos en España. Pons asegura sin titubear que “los eSports conseguirán el interés de fondos de inversión”, y “en la medida que se regule serán más atractivo para estos agentes externos”.

El área de Deloitte en esta disciplina ya trabaja desde el pasado verano con el objetivo de “ser la consultora de los eSports”, ya que, según Pons, “si estos fondos ya invierten en el ocio, el fútbol y el *fitness*, ¿por qué no van a hacerlo con los eSports?”.

“De forma indirecta ya están, siendo propiedad de agentes que tienen negocios en eSports”, detalla en referencia a Mediapro, que desde el pasado otoño es el dueño de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP). “Es casi un negocio semilla, cuando es incipiente y potencial es cuando más beneficio se puede extraer”, señala sobre las grandes posibilidades del sector.

También remarca que según Gamescape, el perfil de los aficionados de eSports responde al de una persona con unos ingresos por encima de la media y con carreras universitarias, algo que les permite consumir más que en otros sectores. “Es el perfecto perfil para cualquier marca”, puntualiza.

"Los clubes están esperando a monetizar los eSports, pero de momento es una buena herramienta para llegar a fans de todo el mundo"

Sobre el aluvión de nuevos proyectos que se están produciendo en el mundo de los eSports en los últimos meses, destaca que “algunos ejemplos como Shaquille O’Neal o Gerard Piqué son los que están atrayendo el foco a esta industria porque no sólo apuestan con su imagen, sino con su dinero”.

En esta línea, Pons considera que para los clubes de fútbol y baloncesto que han lanzado su conjunto de eSports se trata de “un vehículo más que puede generar nuevas dimensiones”. “Lo quieren tener como una propia sección del club o como una extensión más, porque sus clientes se están haciendo mayores y quieren llegar a las nuevas generaciones, más allá de si luego pueden llegar a convertirse en un negocio o

no”, argumenta.

Por ahora, “están esperando a que en un momento u otro se pueda llegar a monetizar, pero de momento es una buena herramienta para llegar a fans de todo el mundo, porque no tienen fronteras gracias a Internet”.

Para ello, la mayoría de entidades deportivas cuenta con una empresa externa especialista en eSports que se encarga de llevar el proyecto de deportes electrónicos. En el caso del Valencia CF, la compañía es World eSports Corporation (WEC), con la que colabora Deloitte.

La consultora también se han asociado con SPSP Consulting & Investments, de Carlos Cantó, y con Campus And Sports Events, con la idea de aplicar conceptos del deporte tradicional a los eSports, como son los patrocinios y las academias.

Ante este escenario, Pons opina que todavía no todos han querido formar parte del mundo de los eSports. “Hay que tener en cuenta la reputación. Por ejemplo, Real Madrid y FC Barcelona todavía no han entrado, y puede que nunca lo hagan...”, observa.