

MEDIA

Amazon acelera en Europa con eSports: eventos físicos, alianzas con clubes y descuentos

El gigante estadounidense apuesta por potenciar Amazon University Esports, su plataforma de competición universitaria de deportes electrónicos.

Miquel López-Egea
24 feb 2021 - 05:00



Amazon, a por los eSports. Además de ser el propietario de la plataforma Twitch, el gigante estadounidense de comercio electrónico busca potenciar los eSports en los principales mercados europeos a través de Gaming University eSports, una competición de videojuegos en la que los mejores jugadores de cada universidad se enfrentan por equipos al título nacional. El objetivo marcado por la compañía es potenciar el evento de manera presencial cuando no haya restricciones por el coronavirus.

Amazon University Esports es una plataforma de competición creada y operada por GGTech Entertainment. Esta propuesta de Amazon tiene como objetivo “que los estudiantes sientan lo que es un *gamer* profesional”, explica la compañía a Palco23. El

1/3

<https://www.palco23.com/media/amazon-acelera-en-europa-con-esports-eventos-fisicos-alianzas-con-clubes-y-descuentos>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

evento empezó en España y luego se expandió al resto de Europa, en sus cuatro mercados más importantes (Alemania, Italia, Francia y Reino Unido), donde la compañía quiere proseguir con su expansión.

La competición cuenta en España con más de 25.000 jugadores, 1.600 equipos y 73 universidades españolas (incluyendo el 100% de las universidades públicas) , hay 80.000 euros en becas y premios, el Programa Talento para Universitarios y se compete en League of Legends, Clash Royale, Teamfight Tactics, Legends of Runeterra, Valorant y Brawl Stars y trabaja para crear una competición de Wild Rift, el LoL para móviles. La participación es gratuita para los alumnos y las universidades. Todos los partidos se pueden seguir a través de Twitch, plataforma propiedad de la empresa. El evento cuenta con el patrocinio de Intel, Omen, McDonalds y Logitech.

Amazon University Esports cuenta en España con más de 25.000 jugadores

Los equipos ganadores en cada título de la Liga Amazon University Esports representarán a España en el Amazon UEMasters Europa 2021, en el que participarán los equipos clasificados de más de 900 universidades de catorce países europeos. Además, para dar una continuidad a la competición y dada su duración, Amazon ha creado las competiciones relámpago que permiten a los usuarios que no se clasifican a que sigan compitiendo y mejorando sus *skills* hasta la siguiente liga.

“El evento hubiera sido más potente con público el año pasado, Gaming University eSports va a un público bastante grande; es un momento interesante para organizar algo así, es algo que no ha hecho Amazon en otros deportes”, reconoce la compañía. “La mayoría de los esfuerzos están en este evento ” , añade y asegura que, además de potenciar la parte presencial, quiere crecer en patrocinadores. Durante la temporada pasada, Amazon pudo celebrar algunos primeros eventos presenciales en las universidades pero la pandemia obligó a suspenderlos.

La compañía reconoce que “Twitch es el canal natural” de crecimiento de Amazon en eSports porque “hay Twitch Prime, una plataforma que ha ido evolucionando”. “Es el canal principal al final del día porque no sólo puedes observar, sino que puedes compartir lo que vas haciendo, pero hay otras estrategias por la parte de producto”, comenta.

Amazon también tiene la Gaming Store y celebra la Gaming Week una vez al año

En este contexto, Amazon tiene otras dos vías de negocio para crecer en eSports . A través de la Amazon Gaming Store, la empresa busca aglutinar todas las empresas y clubes de eSports en una sola tienda. Amazon tiene acuerdos en España con Team Queso, Giants, Wizards, Movistar Riders, MadLions, EmonkeyzZ, Ucam, G2Arctic, S2V y Cream Real Betis. “Ayudamos a los clubes a tener otra fuente de ingresos”, señala.

En esta línea, la estrategia pasa por trasladar lo que hace Amazon en fútbol a los eSports, alcanzando acuerdos con los principales clubes de los mercados donde tiene más presencia para gestionar sus plataformas ecommerce. “El crecimiento en ecommerce al final es bastante proactivo porque son los clubes los que vienen a nosotros por naturaleza”, asegura. Por el momento, Amazon descarta llegar a acuerdos de patrocinio con los clubes de eSports, por lo que solo busca relaciones para gestionar las plataformas de ecommerce.

Asimismo, otra de las estrategias de Amazon en eSports es la Amazon Gaming Week , una semana en la que hace ofertas en toda Europa para gamers. El *black friday* para gamers celebrado la semana pasada fue conjuntamente en Alemania, Francia, Inglaterra, España, Italia y Países Bajos, países donde la compañía tiene una fuerte presencia.

“Tenemos todos los productos para gamers, a todo tipo de precios: podemos hacer una selección acurada y relevante para nuestros dos tipos de público, el *gamer* y el que observa”, explica. “Para el que juega tenemos una selección completa”, destaca.