

Mediapro lanzará una OTT de eSports que rivalice con Twitch en el mercado hispano

El grupo audiovisual, que desde hace años desarrolla su propia tecnología tras comprar Total Channel, creará contenidos en español con un modelo de negocio similar al de Twitch.

Palco23
3 oct 2018 - 09:05

Mediapro lanzará una OTT de eSports que rivalice con Twitch en el mercado hispano

Mediapro redobla su apuesta por los eSports. El grupo audiovisual no solo quiere estar presente en la organización de competiciones de deportes electrónicos, sino que también aspira a ser relevante en la explotación de contenidos. Por eso, dos años después de comprar la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), ha decidido lanzar su propia plataforma OTT para canalizar las retransmisiones de estos torneos y generar nuevos productos que puedan ser comercializados mediante suscripción.

Los términos económicos de la inversión y el personal adscrito a este proyecto se desconocen. No obstante, la compañía ya cuenta con la tecnología necesaria para construir este servicio, pues en 2014 se hizo con la propiedad de TotalChannel, que ya sirvió como base para lanzar beIN Connect en España. Se trata de la OTT a través de la que actualmente ofrece los partidos de LaLiga Santander, LaLiga 1|2|3, Ligue-1 y Serie A.

El grupo que lideran Jaume Roures y Tatxo Benet aspira a crear una comunidad de cinco millones de usuarios en un plazo de cinco años. Son datos modestos en comparación con los que maneja Twitch, la plataforma audiovisual de referencia en el segmento de los deportes electrónicos. Adquirida en 2014 por Amazon, el portal ya cuenta con quince millones de usuarios activos al día que destinan una media de 95 minutos a ver sus vídeos, sean en diferido o en directo.

Mediapro canalizará las retransmisiones de estos torneos y generar nuevos productos

El proyecto nacerá con una base importante de usuarios, pues las competiciones de la LVP lograron 17 millones de usuarios únicos, un 44% más que en 2016. Ese año, la plantilla de la gestora apenas alcanzaba los 35 empleados y actualmente hay alrededor de 120 personas, la mayoría de las cuales trabajando en la primera planta del edificio ubicado en el distrito 22@ de Barcelona.

La idea de la organización es que a finales de 2018 alcance los 170 trabajadores, un 47% más que a día de hoy. La gestora espera facturar diez millones de euros en 2018. De confirmarse este pronóstico, la LVP, participada al 50% por Mediapro, crecería un 40% respecto al año anterior. En 2017, las competiciones de la LVP.

Al igual que GOL o beIN LaLiga, todos los contenidos estarán producidos por Mediapro o la LVP en los platós que tienen entre Barcelona y Madrid. El enfoque es el público joven de habla hispana, tanto de España como de Latinoamérica, que es donde su organizadora de eSports ha empezado su internacionalización. Según avanza hoy *Expansión*, Mediapro también creará un canal que aspira a comercializar entre las plataformas de televisión de pago, y que en cierta manera entraría a competir con Movistar eSports de Telefónica.