

ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA

eSPORTS: REFLEXIONES SOBRE EL ECOSISTEMA

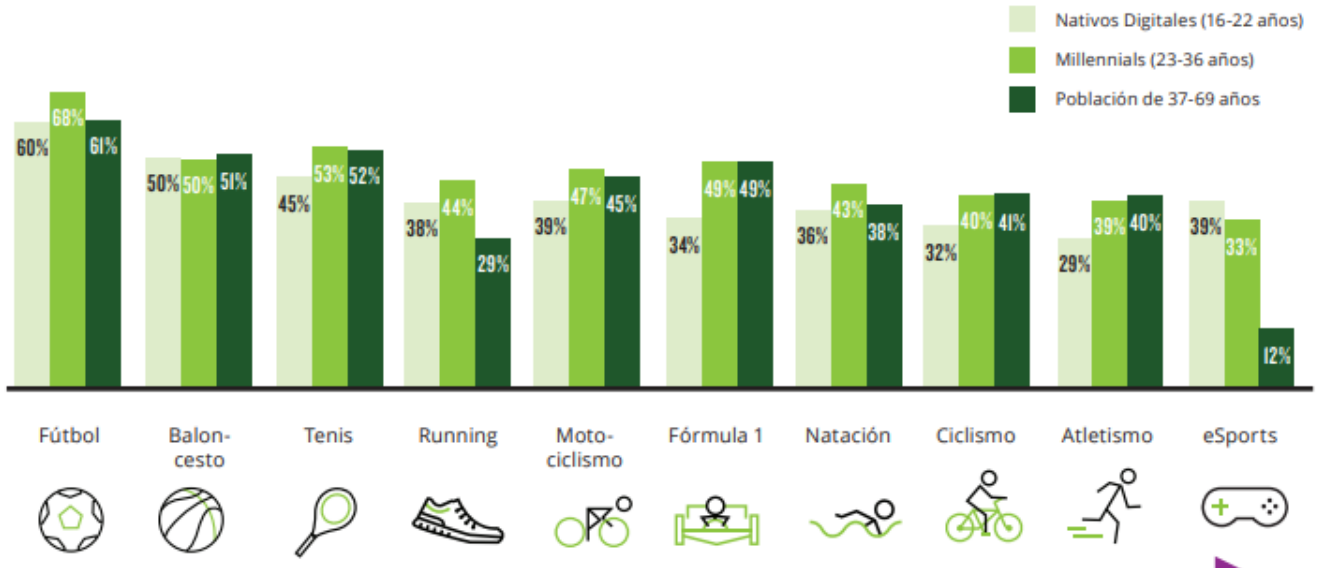
Carlos Cantó
CEO - SPSG Consulting
Vocal Asociación Marketing España
9 Mayo 2018

INTERÉS EN DEPORTE



LOS 10 DEPORTES QUE GENERAN MÁS INTERÉS

% DE INDIVIDUOS INTERESADOS / MUY INTERESADOS EN CADA DEPORTE



¿SABÍAS QUE...?

UNA DE CADA TRES MUJERES MILLENIALS DICE ESTAR INTERESADA EN FÚTBOL

LOS ESPORTS SON YA EL CUARTO DEPORTE ENTRE LOS MÁS JÓVENES

Fuente: Estudio Nielsen Sports&Entertainment, Millenials y Nativos Digitales 2018
Base:Muy interesados e interesados en deporte



Fuente: Nielsen Sports 2018

NUEVO PARADIGMA DEL CONSUMO AUDIOVISUAL DEL DEPORTE

								Otros
TV								
Otros								

Sin barreras geográficas

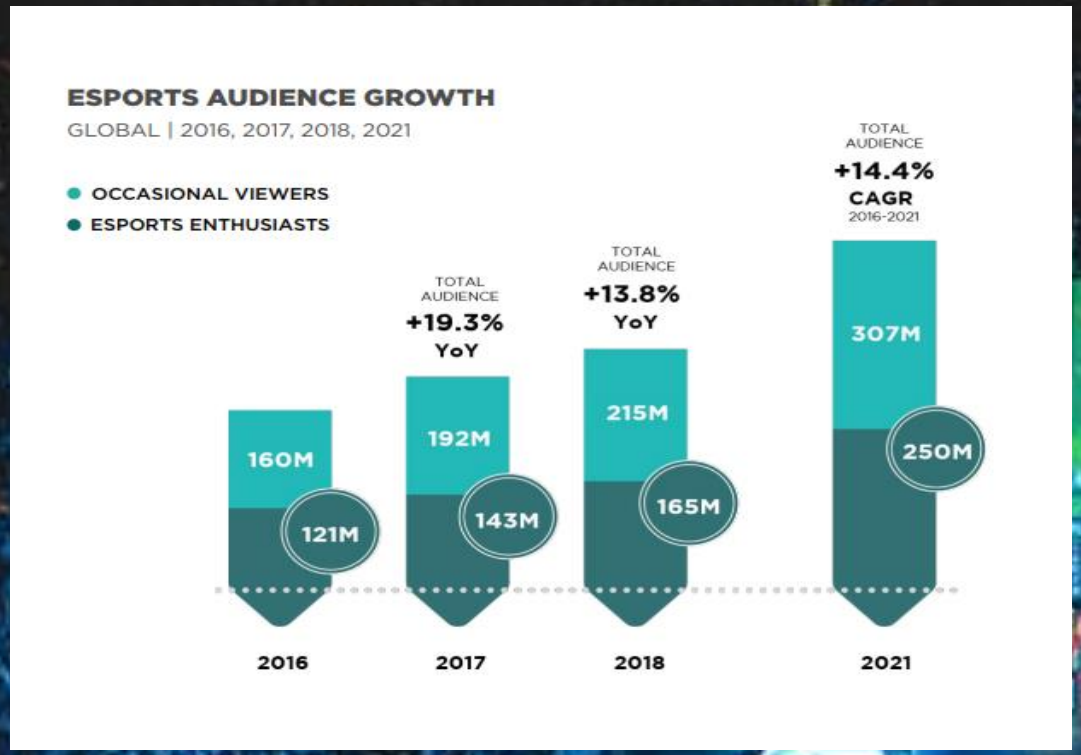
Adaptación del contenido

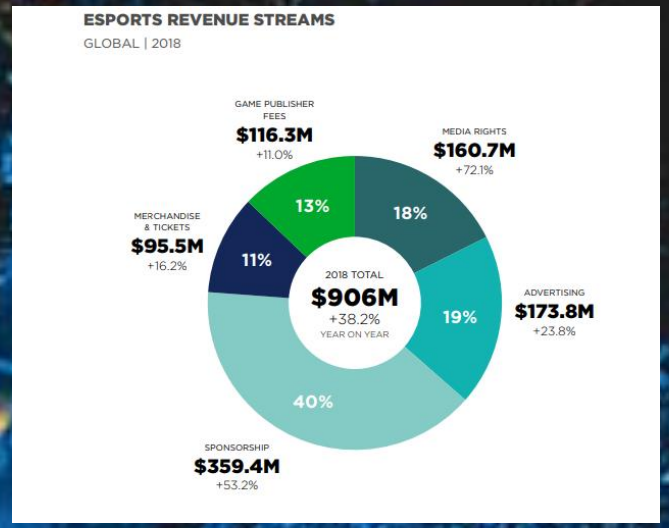
Span de atención

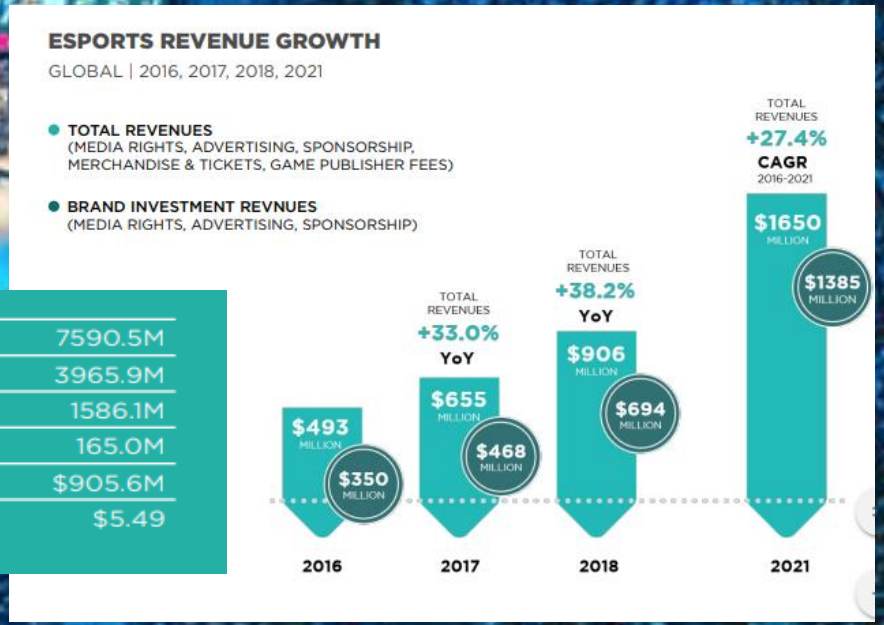
Niveles de acceso al contenido

Fuente: SPSG Consulting

eSPORTS – DATOS







POPULATION	7590.5M
ONLINE POPULATION	3965.9M
AWARENESS	1586.1M
ESPORTS ENTHUSIASTS	165.0M
ESPORTS REVENUES	$905.6M
ANNUAL REVENUE/ENTHUSIAST	$5.49

Fuente: Newzoo (2017-2018)

eSPORTS – ECOSISTEMA



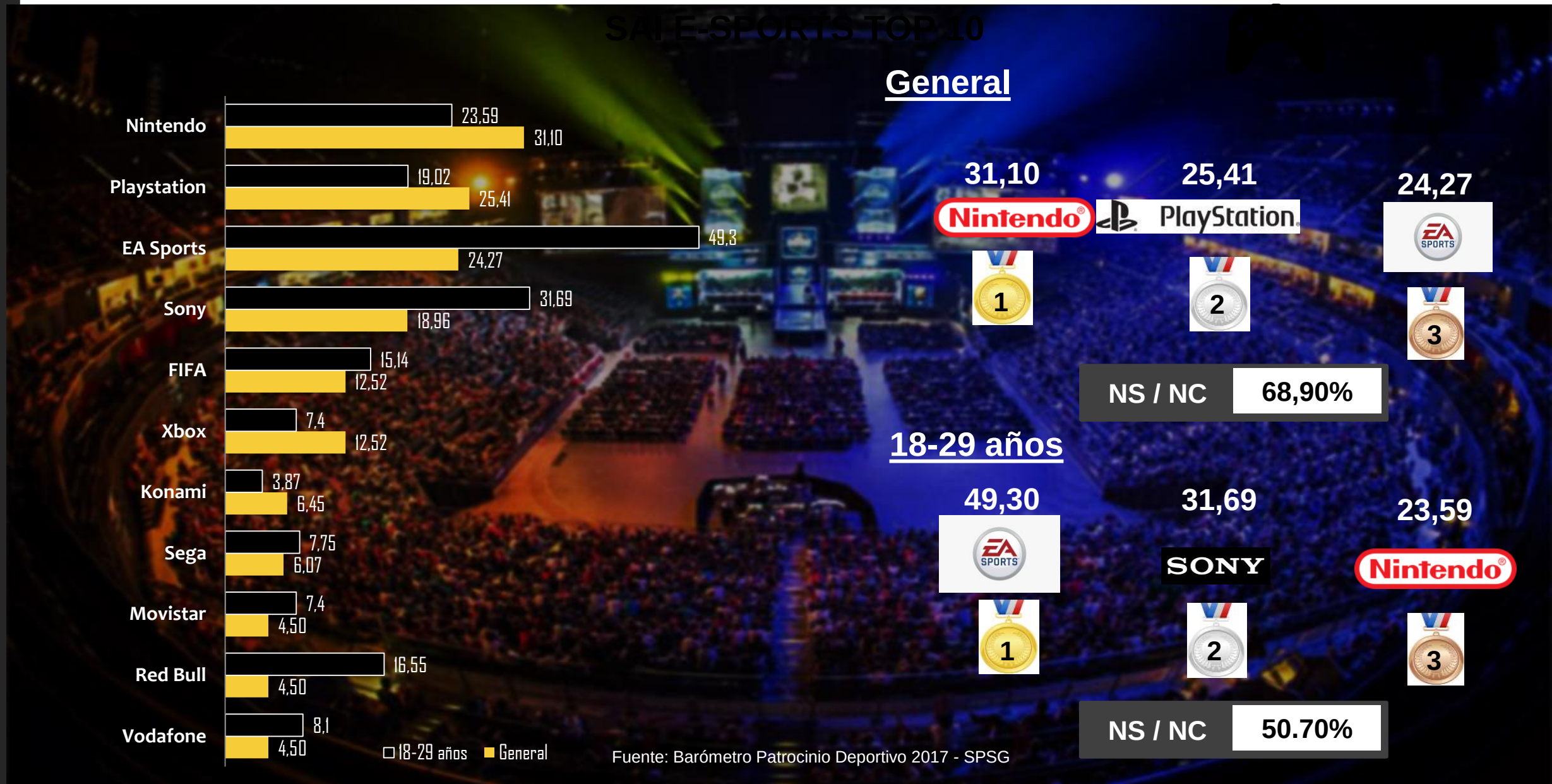
PUBLISHERS (SOFTWARE)	EQUIPMENT (HARDWARE)	PLAYERS (PRO)	PLAYERS (AMATEURS)	SPECTATORS (on-line & at the venue)	TEAMS (Staff, coaches, executives)	PLATAFORMS
VENUES	DESTINATIONS / CITIES	EVENTS ORGANIZERS	FANTASY Y DAILY FANTASY	BETTING	eSports ASSOCIATIONS	eSports FEDERATIONS
SPONSORS	MEDIA (basic)	MEDIA (Other)	MERCHANDISING/LICENSING	FESTIVALS (multievents)	COMENTATORS CASTER	PLACES TO WATCH Esports (Gathering)
TELECOMM.	eSPORTS AGENCIES	LEAGUES AND COMPETIIONS	HEALTH AND NUTRITION	INNOVATION HUBS & INVESTORS	ACADEMIES	OTHER

Fuente: SPSG Consulting

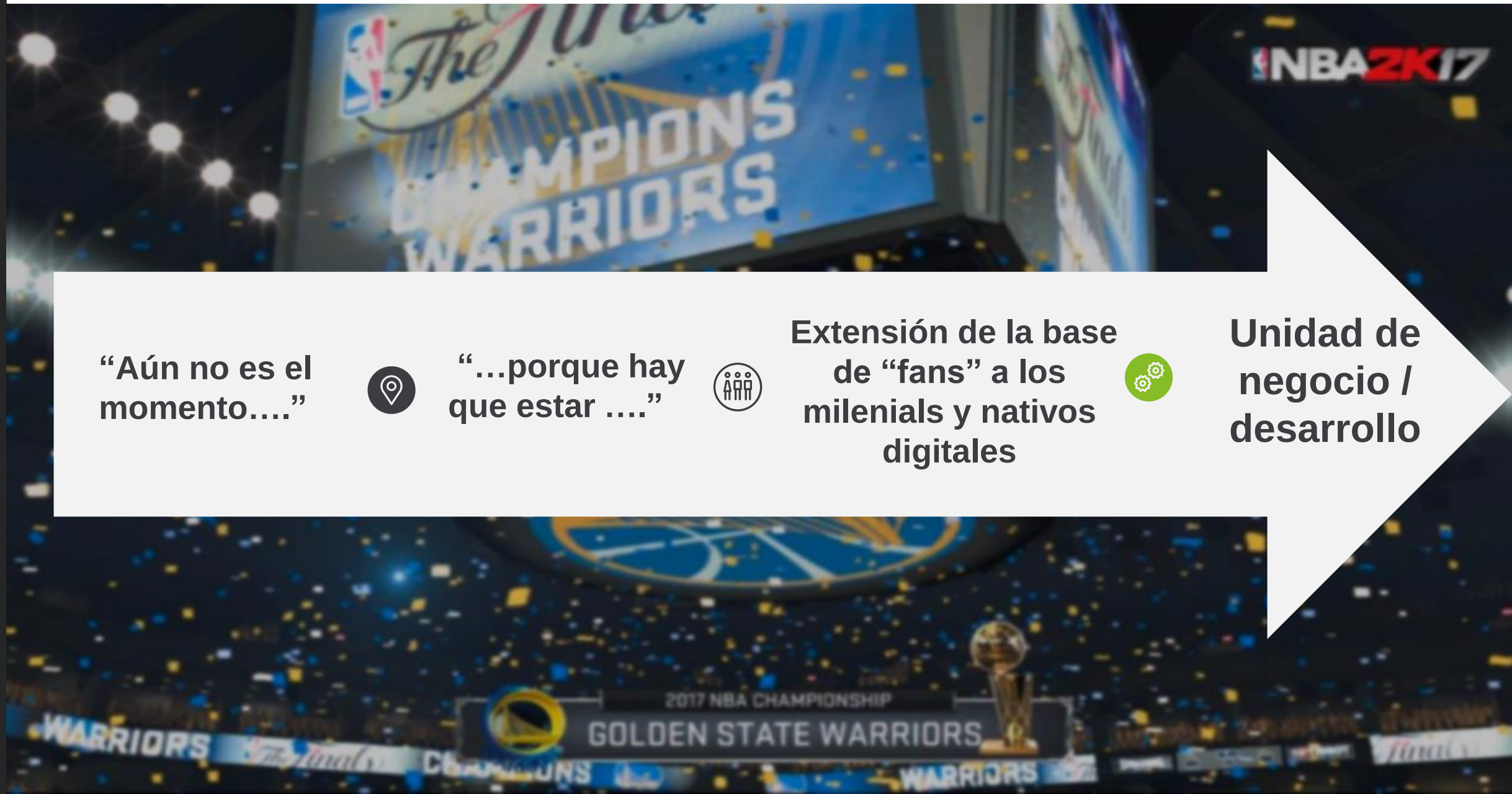
eSPORTS – JUEGOS



eSPORTS – PATROCINIO



eSPORTS: ESTADO ACTUAL



“Aún no es el momento….”

“…porque hay que estar ….”

Extensión de la base de “fans” a los milenials y nativos digitales

Unidad de negocio / desarrollo

eSPORTS: ASPECTOS CLAVE

- Sector en plena expansión, re-estructuración y proceso de “ordenación”
- Interés creciente por parte del “movimiento olímpico” y, especialmente, “deportes tradicionales” (NBA, LaLiga, F1, Formula-e, MotoGP, NFL, Ligue-1, …)
- Proceso creciente de monetización (fichajes, compraventa de licencias, patrocinio, incremento presupuestos, etc.)
- Importancia creciente de eSports para los destinos (turísticos)
- Importancia creciente de eSports en el sector público (gamificación en la educación, clusters alrededor de eSports, reinserción laboral, MICE vinculado a eSports, ciberseguridad, etc.)
- Proceso de concentración y ordenamiento: fusiones, adquisiciones
- Incremento del modelo de negocio de competición basado en franquicias (Riot Games – LOL/LCS; Blizzard – OverWatch-)
- Mayor profesionalización (directivos, inversores, jugadores, gestores)
- Aumento de salarios para los jugadores
- Incremento del asociacionismo y, eventualmente, de la regulación
- Derechos audiovisuales (BMTech-ESPN, Twitch, Turner, Twitter, etc.)
- Rol de los sponsors (endémicos y no-endémicos)
- V-Sports
- Estrategias de verticalización

"It is easier to go down the hill than up,
but the view is much better from the top"



GRACIAS

CARLOS CANTÓ
SPSG Consulting – CEO
Vocal Asociación Marketing España
ESADE – "Sports Business"
carlos.canto@spsgconsulting.com