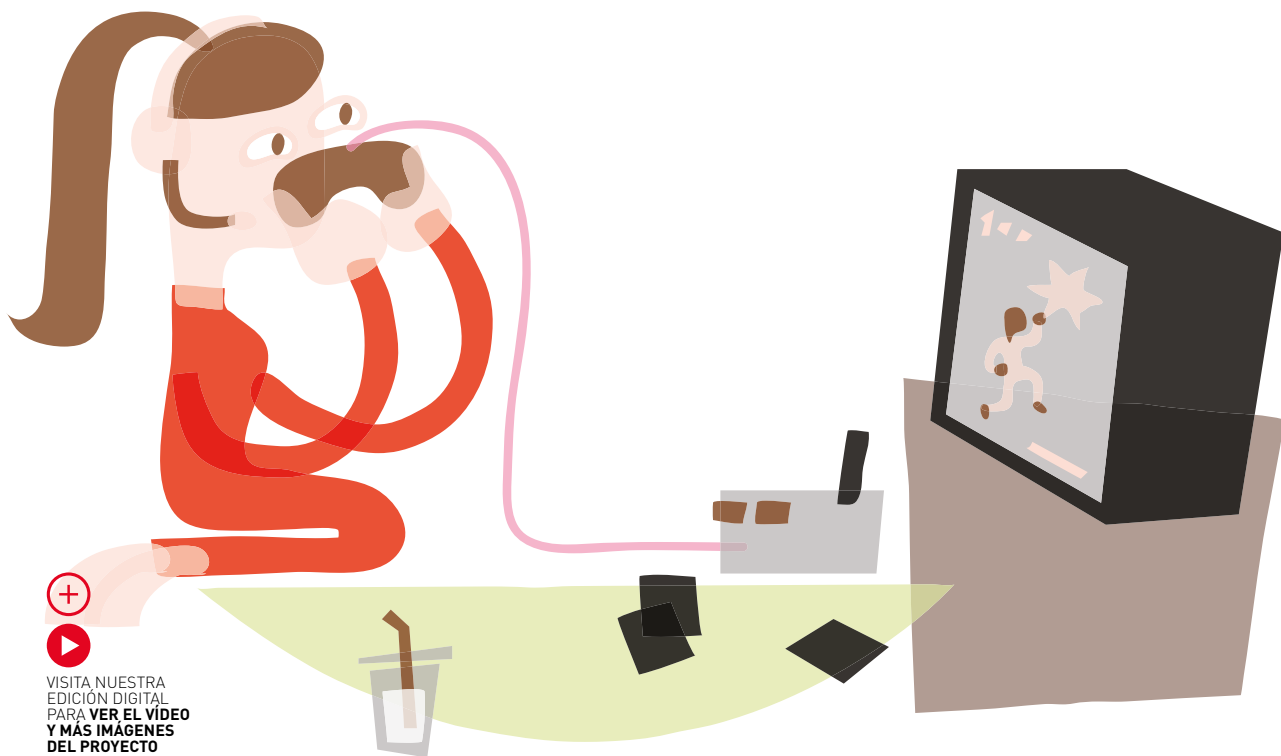


Somos parte del juego.
La emoción está asegurada

#eSportsMAPFRE



TEXTO ANA GUTIÉRREZ @ALVANA72 | ILUSTRACIÓN ISTOCK

La nueva afición del siglo XXI contará con MAPFRE para proteger este nuevo ecosistema y todo lo que le rodea. Supondrá un antes y un después en un sector en pleno crecimiento.

En el año 2018 los eSports (o deportes electrónicos, videojuegos en los que unos jugadores compiten contra otros por internet) han contado con cerca de 400 millones de fans en todo el mundo y la previsión para el año 2020 es que existan 600 millones de personas que sigan o participen en ellos. Han tenido una tasa de crecimiento cuatro veces superior a la industria del fútbol y en este año 2018 han representado un valor de mercado de más de 900 millones de dólares con un crecimiento anual respecto al año 2017 de un 34%.

¿Alguien podría imaginarse estas cifras? Seguro que hasta el punto de ser conscientes, no. Cualquiera de nosotros podría pensar que el mundo de los videojuegos movía mucho dinero, pero cuando leemos que en el año 2020 se espera que este tipo de deportes electrónicos generen un negocio que superará los 1.600 millones de dólares es cuando se toma consciencia de las oportunidades que arroja este mercado.

Cuando se manejan cifras de este calibre en competiciones como un mundial de fútbol o la celebración de la Champion League, parece que en general sorprenden menos. Lo que parece evidente es que los



“LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS COMPARTEN LOS MISMOS VALORES DE INNOVACIÓN, COMPROMISO, SUPERACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO QUE INSPIRAN A MAPFRE”.

“NUESTRO PROYECTO NO ES SER SOLO UNO MÁS EN LOS ESPORTS, SINO **SER UNA PARTE CRUCIAL DEL MISMO, ACOMPAÑANDO AL FAN, CUIDANDO DE SU PASIÓN Y FORTALECIENDO EL SECTOR** LLEGANDO A SER LA ASEGURADORA DE LOS ESPORTS”.

Raúl Costilla, director general adjunto comercial y de canales de distribución de MAPFRE IBERIA



eSports representan una oportunidad clara para acercarse a las nuevas generaciones.

Esa es una de las razones por las que en el marco de la Madrid Games Week, la única Feria del Videojuego y la Electrónica para el Ocio que reúne en España a las principales organizaciones de eSports, así como a los mayores desarrolladores de videojuegos, MAPFRE anunció su apuesta y apoyo a esta industria en España.

La apuesta de MAPFRE en este sector viene de la mano de las principales figuras del ecosistema de los eSports como son ESL —Electronic Sports League, la mayor compañía independiente de eSports del mundo—; LVP —la Liga de Videojuegos Profesional del grupo del sector audiovisual español MEDIAPRO, la principal organización de eSports en lengua hispana— y GGTech, la primera competición de eSports en el ámbito educativo. De esta forma desde MAPFRE se pretende llevar su apuesta mucho más allá de la presencia de marca, con el fin de convertirse en la aseguradora de los eSports.

El mundo de los eSports parece no tener fin y son muchos los países que apuestan por ello, de ahí que la ciudad de Hangzhou, situada al este de China, haya

inaugurado recientemente un gran complejo dedicado a los deportes electrónicos que ha sido bautizado como «la ciudad de los eSports». Con una inversión hasta el momento de 2000 millones de yuans (algo más de 250 millones de euros), contará con una superficie total de 17.000 metros cuadrados. Este nuevo complejo servirá como base para el equipo de League of Legends de LGD de cara a la próxima temporada de la LoL Pro Series (LPL).

Por otro lado Katowice, Polonia, alberga el Intel Extreme Masters, circuito de eSports más antiguo y largo del mundo. Se fundó en el año 2007 y a día de hoy ha abierto sus puertas en 67 eventos diferentes en los que se han repartido más de 8 millones y medio de dólares en premios. Para los equipos profesionales, el IEM Katowice es la «Meca» de los deportes electrónicos, por su enorme repercusión y por el enorme prestigio deportivo que conlleva ganar allí. A lo largo de estos años, IEM Katowice se ha convertido en un evento de referencia para todos los aficionados a los eSports, y es el ejemplo perfecto de los eventos que ESL organiza en todo el mundo.

Como puede comprobarse, el mundo de los eSports parece no tener límites, tal es así que muchas empresas, ante el escenario cambiante de la transformación digital a la que se enfrentan, han



En la rueda de prensa de presentación del proyecto participaron Raúl Costilla, director general adjunto comercial y de canales de distribución de MAPFRE IBERIA, y Néstor Santana, project manager de esports en MAPFRE, junto a los responsables de la liga.

LOS ESPORTS HAN TENIDO UNA TASA DE CRECIMIENTO CUATRO VECES SUPERIOR A LA INDUSTRIA DEL FÚTBOL

LOS VIDEOJUEGOS SIRVEN PARA ENTRENAR LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN TIEMPO REAL Y BAJO PRESIÓN, MIENTRAS SE DESARROLLAN HABILIDADES COMO LA COLABORACIÓN Y EL TRABAJO EN EQUIPO

LA APUESTA DE MAPFRE POR LOS ESPORTS ES UN NUEVO PASO EN SU CONTINUO DESAFÍO POR LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR SEGUROS

apostado por organizar experiencias de eSports con sus empleados. Piensan que los videojuegos sirven para entrenar la resolución de problemas en tiempo real y bajo presión, mientras se desarrollan habilidades como la colaboración y el trabajo en equipo.

El simulador de MAPFRE —Simtruck— con 12 puestos virtuales, se desplazó hasta las oficinas de Majadahonda para que durante un día, empleados de MAPFRE se convirtieran en pilotos de la MAPFRE Racing Series. Así pudieron vivir la experiencia con RFactor2 en carreras de diez minutos, probando su habilidad al volante.

Está claro que la apuesta de MAPFRE por los eSports es un nuevo paso en su continuo desafío por la innovación en el sector seguros.



LA APUESTA DE MAPFRE PARA CONSOLIDAR SU POSICIONAMIENTO EN GRANDES CIUDADES

La entrada de MAPFRE en los eSports se enmarca en la Iniciativa Estratégica Corporativa Grandes Ciudades, cuyo sponsor es José Manuel Inchausti, CEO Territorial de MAPFRE IBERIA. Esta iniciativa nace con el objetivo de incrementar la cuota de mercado en los grandes núcleos urbanos, mediante el desarrollo de nuevos modelos de comercialización y de relación con el cliente, que nos permitan posicionarnos en los entornos y experiencias de cliente que caracterizan a la gran ciudad.

Inicialmente, la iniciativa estratégica se está desarrollando en Madrid y Barcelona, siempre sobre un modelo exportable para su implementación en otras grandes ciudades de países donde MAPFRE tiene presencia. En una primera fase, se llevó a cabo una intensa labor para identificar oportunidades y se seleccionaron 53 programas en torno a cuatro grandes públicos: clientes, no clientes, particulares, y autónomos y pymes. Veinte de estos programas son verticales, de segmento o nicho, como por ejemplo Rentas Altas y Directivos, Extranjeros Residentes, Movilidad Internacional, Deportes-Wellness-Estilos de Vida, Gamers, Mascotas o Pymes. Y 33, proyectos horizontales, tales como Modelos de Oficina MAPFRE, Modelos de Distribución Digital o Plataformas de Distribución Masiva.



ESL

MAPFRE será el principal partner de ESL Racing Series, el equivalente a la Fórmula 1 de deporte electrónico. Contará con los mejores equipos profesionales nacionales.

“ESL Racing Series es la demostración de la apertura que están viviendo los eSports en los últimos años con la entrada de empresas icónicas que no estaban vinculadas tradicionalmente a este sector.”

Héctor Calvo,
managing director de
ESL Spain & LatAm



LVP

League of Legends y Clash Royale serán los protagonistas. El decidido apoyo de MAPFRE por la Superliga Orange demuestra el interés de la compañía por impulsar los juegos más consolidados del sector.

“La entrada de grandes compañías en el ecosistema de los eSports es una prueba más del desarrollo y grado de madurez con el que cuenta este sector”.

Álvaro Argüelles, socio
y director comercial de
la Liga de Videojuegos
Profesional (LVP).



GG TECH

MAPFRE tendrá una presencia destacada en las principales competiciones de eSports para universitarios (University Esports) y Centros Educativos (IESports).

“Nuestras Competiciones se crearon para difundir y defender, entre los jóvenes, una serie de valores orientados a reforzar la responsabilidad, la integración social, el compañerismo, el respeto, el trabajo en equipo o la búsqueda de nuevos retos.”

José Parrilla, CEO
y fundador de GGtech
Entertainment