



-- Desarrollo de estrategia de eSports

Investigación exploratoria

Tomando como base la premisa dirigenal de abordar a las nuevas generaciones con especial atención como objetivo de nuestros esfuerzos comunicacionales, se sugiere la implementación de 2 canales principales:

- eSports
- Streaming

eSports

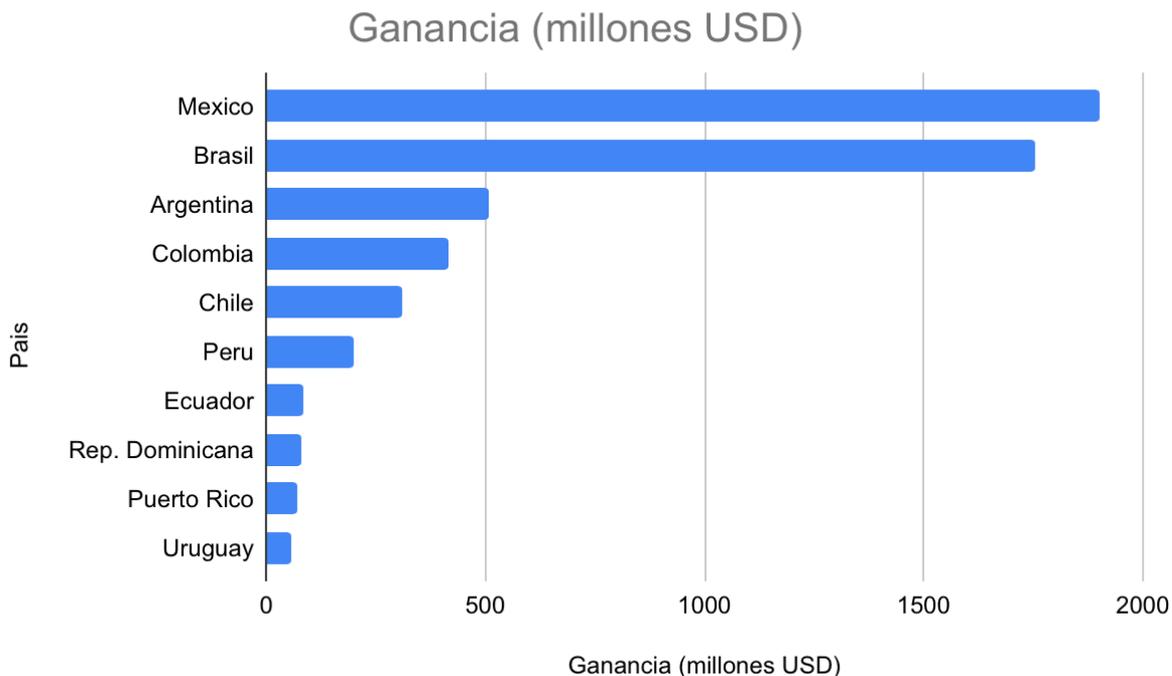
Audiencia y crecimiento en LATAM

Twitch reporta que en 2022 LATAM va a sobrepasar el mercado Norte Americano en término de entusiastas de eSports. El rango etario de 16-24 años compone el 32% de la audiencia. Las principales formas de cooperación son buscando un grupo de streamers (influencers) o creando eventos.

Dentro de esto podemos ver el crecimiento estimado de las audiencias de eSports en LATAM. Actualmente tiene una audiencia de 55 millones (2020) mientras que el crecimiento esperado del 27% que corresponde a un valor esperado de 70 millones de espectadores en el 2022.

América Latina	Valores
Audiencia	55 millones (2020)
Crecimiento Esperado	70 millones (2022)

Mientras que los mercados líderes en eSports en LATAM, por ganancias anuales son Mexico y Brasil, que tienen 1,901 y 1,754 millones de USD respectivamente. Los países que le siguen son: Argentina (507), Colombia (417), Chile (308), Perú (198), Ecuador (86), República Dominicana (79), Puerto Rico (72) y Uruguay (59).



Actualmente, el sector de videojuegos es el que tiene mayor ganancias en la industria digital. Con una ganancia total de 5 mil millones de USD, tiene como crecimiento anual un 13.5% y tiene un 3.6% de los ingresos globales.

Dentro de LATAM se tiene una población de 650 millones de personas de las cuales 411 millones son usuarios de internet y 234 millones son jugadores de videojuegos, correspondiendo a un 36% de la población de LATAM.

eSports en Ecuador:

Se encuentran diversos equipos de eSports en Ecuador, de los cuales los principales están detallados abajo, y los últimos 5 son parte del LG Squad Ecuador.

Equipo	Juegos
Predador	League of Legends
Zatic	LoL , Fortnite
SkullCracker	Varios
Raven	Overwatch, Hearthstone, DOTA 2
Noire Element	LoL, Super Smash Bros
Geekside	Varios
Info Gamers	PUBG, ClashRoyale
CEBCI Esports	FIFA, Fortnite
AGD e-Sports	LoL, DOTA 2, Overwatch, CS:GO

ACES Gaming	Hearthstone, LoL
Descuydados eSports	LoL
Skull Cracker Plan	LoL
God's plan	LoL
Pirate Dream eSports	LoL
Aces Gaming	LoL

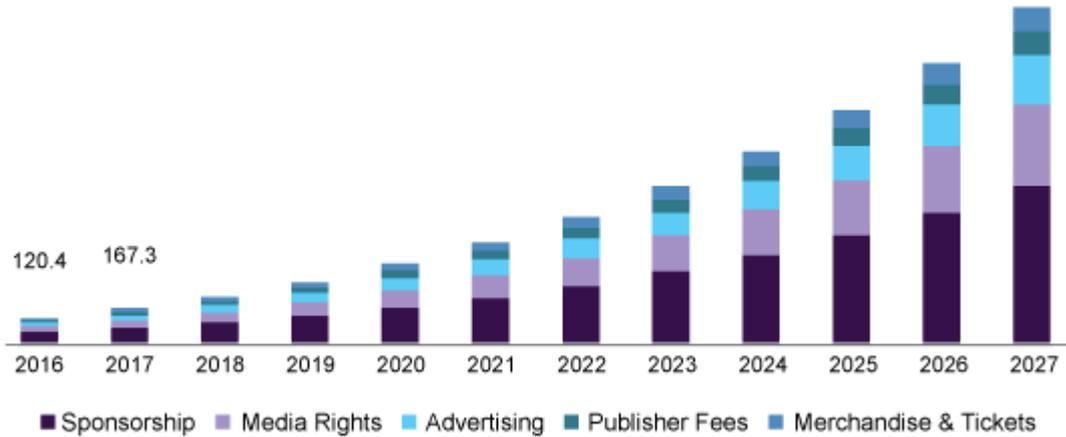
En Ecuador, hay un torneo que se llama “eSports Celerity”, en donde participan los mejores equipos del país. Aparte de ser un torneo, también es una de las comunidades más grandes del eSport en Ecuador. También existe la Liga Ecuatoriana de League of Legends (LoL), que se llama LeL eSports.

Estadísticas - Países con más números de jugadores activos:

Pais	Número de Jugadores Activos
United States	4,334
Germany	973
The Republic of Korea	890
Brazil	852
France	841
China	817
Russian Federation	794
United Kingdom	691
Canada	575
Thailand	517
Japan	500
Poland	479
Vietnam	452
Spain	447
Sweden	437

Estadísticas - Tamaño del mercado de eSports en EEU.UU por fuente de ingreso.

U.S. Esports market size, by revenue source, 2016 - 2027 (USD Million)



Source: www.grandviewresearch.com

Resumen del mercado usando el año 2019 como base

Reporte	Detalles
Valuación del Mercado 2020	USD 1.48 billiones
Revenue forecast in 2027	USD 6.81 billiones
Crecimiento	Tasa de crecimiento anual compuesto de 24.4% desde 2020 a 2027
Año de estimación	2019
Periodo histórico	2016 - 2018
Periodo de estimación	2020 - 2027
Regiones	North America; Europe; Asia Pacific; Latin America; and MEA
Países	U.S.; Canada; U.K.; Germany; Spain; Poland; France; Italy; China; Japan; South Korea; Australia; Brazil; Mexico
Empresas Clave	Activision Blizzard, Inc.; Valve Corporation, Tencent Holding Limited, Modern Times Group (MTG), Electronic Arts Inc.

Estadísticas importantes:

Top 5 de eSports por orden de premios más grandes:

1. Dota 2: 231.18 millones de dólares
2. Counter Strike: Global Offensive: 110.69 millones de dólares
3. Fortnite: 99.36 millones de dólares

4. League of Legends: 82.05 millones de dólares
5. StarCraft II: 34.7 de millones de dólares

Datos de crecimiento en la industria de los eSports

1. 61% de crecimiento en tráfico a las plataformas online de streaming
2. 52% de crecimiento de inversión de marcas en eSports

Audiencias que componen el mercado de los eSports en Ecuador

1. 16 a 24 años: 32%
2. 25-34 años: 30%
3. 35-44: 19%
4. 45-54: 10%
5. 55-65: 6%

Todos estos factores permiten detectar una amplia oportunidad de ingreso en el segmento de las nuevas generaciones, lo que otorgará a Deportivo Cuenca la posibilidad de desarrollar un sentimiento de pertenencia sumamente elevado, a la vez que posicionarlo como un club a la vanguardia tecnológica y relacional con sus fanáticos. A su vez, posicionarse como este tipo de club, le permitirá acceder a nuevos mercados económicos y constituir una alternativa sumamente atractiva para sponsors a nivel unidad de negocio y a nivel club.

Etapas del proyecto



Etapa 1: Branding

Dentro de la presente etapa se trabajará en:

- Determinar elementos de soporte audiovisuales de Deportivo Cuenca
- Desarrollo de key visuals para Deportivo Cuenca eSports
- Desarrollo de arquetipos comunicacionales
- Análisis de dialectología
- Desarrollo de calendarios editoriales

- Desarrollo de planificación publicitaria
- Desarrollo de planificación de colaboración con comunidades

Etapa 2: Scouting

Dentro de la presente etapa se trabajará en:

- Desarrollo de plan de captación de talentos para FIFA y Free Fire
- Desarrollo de planificación deportiva: Selección de ligas a participar, cronograma de competiciones, planificación de entrenamientos.
- Modelado de costos de gaming office

Etapa 3: Inicio de competencia

Dentro de la presente etapa se trabajará en:

- Inscripción de equipos en las ligas seleccionadas.
- Desarrollo de plan deportivo en colaboración.
- Implementación de calendarios editoriales.

Etapa 4: Boost

Dentro de la presente etapa se trabajará en:

- Difusión del equipo en prensa
- Desarrollo de línea de merch de equipo de eSports
- Implementación de planificación de colaboración con comunidades
- Implementación de planificación publicitaria

Juegos sugeridos a abordar hasta fin de 2021

Con el objetivo de realizar una correcta inserción de Deportivo Cuenca en el mundo de los eSports, SocialCrew trabajará en inducir al club en dos de los principales videojuegos con mayor nivel de aceptación a nivel local y mundial. Resulta fundamental destacar la importancia de abordar dos mercados en simultáneo como son las consolas y los dispositivos móviles.

FIFA - PS5

Las etapas que componen el desarrollo del proyecto de inserción del equipo de FIFA en Playstation 5 de Deportivo Cuenca son:

- **Scouting de players de Playstation 5**
- **Determinación de planificación en segmento**
La agencia desarrollará un calendario editorial que permitirá distribuir de forma clara el tiempo en streaming de los videojuegos seleccionados, teniendo en cuenta una distribución según prioridades comunicacionales.
- **Búsqueda de sponsors**
Con el objetivo de garantizar la rentabilidad en la unidad de negocios, se desarrollará documentación comercial y se establecerán protocolos de contacto con sponsors para promover la generación de ingresos desde patrocinios.

Free Fire - Mobile

Las etapas que componen el desarrollo del proyecto de inserción del equipo de Free Fire en dispositivos mobile de Deportivo Cuenca son:

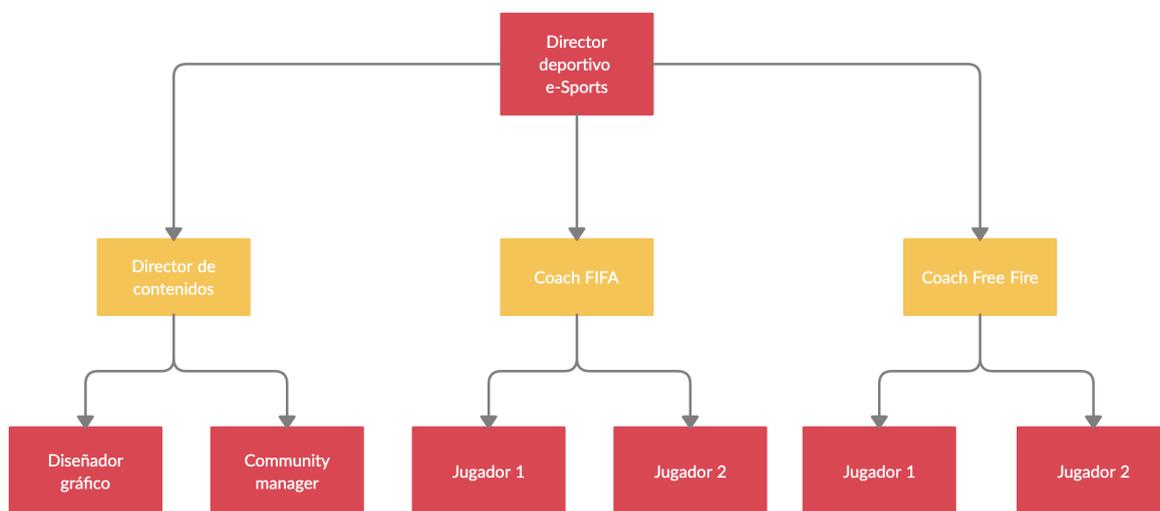
- **Scouting de players mobile**
- **Determinación de planificación en segmento**

La agencia desarrollará un calendario editorial que permitirá distribuir de forma clara el tiempo en streaming de los videojuegos seleccionados, teniendo en cuenta una distribución según prioridades comunicacionales.

- **Búsqueda de sponsors**

Con el objetivo de garantizar la rentabilidad en la unidad de negocios, se desarrollará documentación comercial y se establecerán protocolos de contacto con sponsors para promover la generación de ingresos desde patrocinios.

Organigrama deportivo sugerido



Estrategias

Social media

Atención. Interés. Deseo. Acción. Así es cómo conectamos con la gente y construimos estrategias beneficiosas.

En una época en la que el cerebro del consumidor está suficientemente entrenado para detectar e ignorar los anuncios, la importancia de un mensaje preciso adquiere un papel cada vez más importante.

Además, las personas no visitan las redes sociales para recibir contactos de marca intrusivos. Las visitan para comprometerse con sus intereses.

El equipo trabajará en generar tantas oportunidades de conexión con la audiencia como sea posible a través de las herramientas disponibles en el mercado.

Desarrollo de perfiles

El equipo de SocialCrew desarrollará perfiles de redes sociales para Deportivo Cuenca con el objetivo de centralizar la comunicación de eSports. De esta manera, el club contará con un nuevo canal en el cual promocionar toda la actividad referente a:

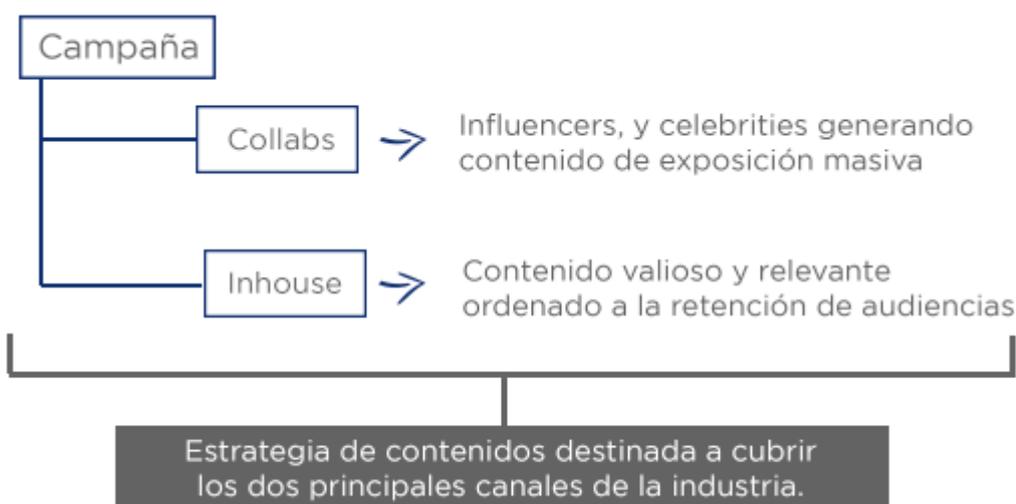
- Vida profesional de deportistas pertenecientes a la unidad de eSports.
- Cobertura de torneos y competencias del equipo en cada videojuego.
- Interacción con la comunidad a través de pautas interactivas
- Transmisión de los torneos y competencias del equipo a través de streaming en Twitch
- Lifestyle gamer alrededor del nuevo equipo de Deportivo Cuenca

Los presentes perfiles desarrollados respetarán la identidad comunicacional del club y realizarán adaptaciones gráficas correspondientes a los códigos visuales del mundo de los deportes electrónicos. Para ello, se trabajará en un **brand kit** específico de eSports y streaming para Deportivo Cuenca.

Calendario editorial

En SocialCrew entendemos la importancia de permitir a Deportivo Cuenca alcanzar nuevas formas de llegar a su comunidad, por ello, desarrollaremos un calendario de marketing orientado a distribuir temporalmente todas las activaciones de marketing a realizar. Todas las acciones estarán sujetas a aprobación por parte del cliente con el objeto de mantener alineados los objetivos comerciales con la planificación digital.

Para asegurar una comunicación efectiva, se buscará desarrollar campañas específicas para cada aspecto a tratar en el plan de comunicación. De esta manera, Deportivo Cuenca tendrá una cobertura integral que garantizará la máxima exposición posible bajo una gama de contenidos altamente relevantes para el objetivo en cuestión.



El equipo de SocialCrew trabajará enfocadamente en conectar a fanáticos de los eSports y de Deportivo Cuenca a través de la correcta transmisión del tono, valores y sentimientos que hacen al club, conectándolos en activaciones creativas englobadas en campañas de marketing.

Collabs

Streamers: Las comunidades streamers componen un ítem fundamental en el desarrollo y posicionamiento de un equipo de eSports establecido en la industria. Ellas trabajan dedicadamente en promover los mensajes del equipo, transmitir el sentimiento de pasión, alentar a sus deportistas y asegurar una exposición masiva de la institución.

Bajo la presente planificación, el equipo de marketing y comunicación de Deportivo Cuenca trabajará en establecer relaciones con las principales comunidades streamers de Ecuador y Latinoamérica, como así también, se buscará desarrollar un equipo posicionado bajo una modalidad aspiracional que busque captar la atención de propios y ajenos. Para lograr esto, el departamento de marketing y comunicación buscará construir un equipo creíble en términos de cercanía con su comunidad y posicionar a la nueva dirigencia como un equipo directivo que busca insertar al club en los principales mercados emergentes.

Relatores: Los relatores (O bien llamados “casters”) son aquellas reconocidas figuras del ecosistema de los eSports que relatan las partidas de cada deporte electrónico. Ellos constituyen una figura sumamente atractiva para las instituciones perteneciente al segmento ya que son quienes validan a las instituciones que incursionan en el mundo.

SocialCrew trabajará en establecer relaciones cercanas con los principales relatores del segmento en miras de difundir los mensajes del club a través de ellos, como así también de asegurar un correcto flujo de comunicación periodístico entre el club y los públicos.

Equipos: La interacción con otros miembros pertenecientes a la comunidad es un ítem clave para reafirmar la posición de Deportivo Cuenca como institución deportiva en el mundo digital. El responsable de comunicación del club trabajará en establecer relaciones con otros equipos de las ligas en pos de establecer estrategias win-win en términos de comunicación y exposición. Dentro del listado de potenciales activaciones posibles en esta premisa podemos encontrar:

- Desafiar a otros CMs en challenges virales en redes sociales como Twitter e Instagram
- Trabajar la previa de cada encuentro de eSports generando conversación con nuestros rivales a través de redes sociales.
- Generar colaboraciones de contenido cruzadas en transmisiones en vivo en cada partido con el objetivo de capitalizar a los viewers cautivos durante cada partido del equipo.

Entidades: Las ligas y asociaciones en las cuales tomará parte Deportivo Cuenca son jugadores fundamentales a la hora de validar nuestra inserción en el medio. El equipo de

SocialCrew trabajará en establecer relaciones cercanas con los representantes de cada liga con el objetivo de velar por los intereses del club y su audiencia. Además, se trabajará en proponer activaciones en equipo dentro de las campañas de marketing planteadas que permitan al club ganar un lugar privilegiado.

Comunidad: La viralidad de las estrategias planteadas está basada en metodologías de growth marketing que buscarán apalancarse en dos pilares fundamentales: Fanáticos de los eSports y fanáticos de Deportivo Cuenca. El objetivo en este ítem será nuclear a ambos clusters de fanáticos en un único sentimiento y, desde él, reforzar la nueva era deportiva. Además, el desarrollo de un equipo de eSports permitirá a Deportivo Cuenca asociarse a los principales exponentes locales y regionales.

Prensa

Portales del segmento: El equipo de marketing de Deportivo Cuenca trabajará dedicadamente en establecer contacto con los principales portales del segmento de los eSports, como así también con medios periodísticos afines. Al hacer esto, se construirán bases de datos para futuras colaboraciones que permitirán

Blogs: La prensa escrita cumple un rol fundamental en el sustento a una estrategia orgánica de difusión de contenidos. De tal forma, el equipo de SocialCrew establecerá contacto con magazines del segmento para poder comunicar las novedades pertenecientes al equipo, sus integrantes y las competencias en curso. Además, se buscará utilizar dichas notas para

Vlogs: Las mismas comunidades que trabajarán en generar contenido en transmisiones en vivo serán las que participarán en la generación de contenidos audiovisuales que serán publicados en los canales de YouTube e Instagram pertenecientes a Deportivo Cuenca eSports, como así también en los canales de dichos generadores de contenido.

Planificación deportiva

Calendario deportivo

Se desarrollará un calendario deportivo orientado a visualizar y planificar los principales encuentros, torneos y competencias del equipo de eSports de Deportivo Cuenca. El mismo estará sujeto a modificaciones dependiendo las competencias en las que el club tome parte, así como también el presupuesto asignado a la unidad de negocio.

Gaming office



Un ítem fundamental en la implementación de un equipo de eSports es el desarrollo de una gaming office que permita a los jugadores contar con un espacio en el cual entrenar, participar en competencias y generar contenidos.

SocialCrew trabajará en un modelado de costos una vez determinada la envergadura del proyecto para asegurar la viabilidad del mismo. Dentro de los principales ítems que componen al equipado de una gaming office contamos con:

- 4 computadoras de escritorio con sillas gamer y periféricos gamer (HyperX, Redragon, Logitech, Razer)
- Desarrollo de espacio de esparcimiento para deportistas
- Decoración de spot de fotografía y filmmaking para generación de contenido y streaming.

**Muchas gracias,
El equipo de SocialCrew**