

COMUNICADO DE PRENSA

ponsescueladenegocios.com

Esta nueva forma de entretenimiento digital afecta a varias áreas del derecho, entre los que destaca la propiedad intelectual, el administrativo y del trabajo

Los eSport, una oportunidad para las marcas y un reto para los despachos

- José Carlos Erdozain (PONS IP): "Los eSport son una actividad situada en un claro limbo jurídico, es aconsejable establecer una regulación ad hoc que clarifique la situación"

Madrid, 13 de febrero 2018.- PONS Escuela de Negocios, división de PONS especializada en soluciones de formación executive, y League Of Lawyers, primera consultora de negocio y estrategia orientada hacia los *eSport*, ha reunido en la **Fundación PONS** a representantes del ámbito de la gestión de marcas y patrocinio en empresas, a profesionales del Derecho, medios de comunicación y a expertos académicos en esta nueva forma de entretenimiento digital con el objetivo de analizar la situación, retos y oportunidades desde el punto de vista normativo, jurídico y también de negocios que para las marcas el ecosistema *eSport* ofrece en la actualidad en España.

Miriam López Ramal, directora académica del Master en Propiedad Industrial e Intelectual y del de Representación de Artistas y Deportistas de PONS Escuela de Negocios, dio la bienvenida a los asistentes e hizo hincapié en que la realidad de los eSports está creando una demanda de perfiles profesionales especializados tanto en el ámbito de la propiedad intelectual como en el de la representación de los egamers, "lo que obligará a las entidades de formación a adaptar la formación a esta nueva realidad".

Los eSport, un reto jurídico de primer orden

El cofundador de la consultora League of Lawyers, **Juan Antonio Orgaz**, moderó la mesa de debate jurídica para analizar este fenómeno desde el plano normativo/administrativo, laboral, civil/mercantil y de propiedad intelectual.

Durante su intervención Orgaz puso de manifiesto que los eSports son una realidad compleja que afecta a varias áreas del derecho como la propiedad intelectual, el derecho de la publicidad, civil y mercantil, administrativo, fiscal, del trabajo, del juego, entre otros muchos. Un entorno que parte del sector del videojuego y que pasa a ser un espectáculo de masas, comunicado a través de medios nuevos y tradicionales y estructurado a través de competiciones, equipos y jugadores profesionales. "Si se regula adecuadamente y se facilita el desarrollo de la actividad va a promover que el ecosistema de los eSport sea un foco de talento y emprendimiento", reclamó el miembro de League of Lawyers.

COMUNICADO DE PRENSA

ponsescueladenegocios.com

Los eSports según Orgaz, *"necesitan prudencia y reflexión por parte de los legisladores"* matizó *"pequeños cambios podrían ayudar mucho a su desarrollo del mismo modo que otros cambios mal orientados que podrían dificultar enormemente su prometedor futuro en nuestro país"*.

El sector de los videojuegos competitivos requiere de apoyo por parte de profesionales provenientes de otros sectores maduros como el audiovisual y el deporte, que trabajen conjuntamente con los del sector de los eSports y videojuegos, para acelerar su rápido crecimiento e impulsar aceptación por la mayoría de la población, aumentando tanto su relevancia social como económica explicó el cofundador de League of Lawyers.

Por su parte **Adrián Todolí**, profesor de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social en la Facultad de Derecho de la Universidad de Valencia, definió el marco laboral de las relaciones entre los jugadores, los representantes y los clubs. Todolí destacó que *"actualmente existe regulación de los eSports pero es claramente mejorable. Si se aplicara la regulación laboral de los deportistas profesionales, se podría establecer cláusulas de rescisión a los jugadores de eSports, lo que incentivaría la inversión"* matizó.

Todolí también señaló que a los jugadores de los eSports les beneficiaría tener una asociación profesional que representara sus intereses conjuntos. *"Los jugadores deben ser conscientes del valor de mercado que ellos mismos tiene para negociar mejores salarios. Aquí los representantes pueden ayudarles mucho"*, concluyó. El valor del jugador es increíble y es tarea del representante hacérselo saber para poder negociar y exigir.

José Carlos Erdozain, director de la Asesoría Jurídica de **PONS IP**, habló sobre las "actuaciones" de los jugadores y la posible protección desde el ámbito de la propiedad intelectual e industrial de su actividad. *"Debemos cuestionarnos cuál es la mejor protección para el tipo de actividad de los eGamers. Creemos que es más apropiado hablar de derechos de imagen, ya que es dudoso que los jugadores desarrollen una actividad artística en sentido propio. No obstante, se trata de una actividad situada en un claro limbo jurídico, por lo que es aconsejable establecer una regulación ad hoc que clarifique la situación del sector"*, concluyó el responsable de la firma de propiedad intelectual e industrial.

Por último, **Alberto Palomar**, profesor Titular de Derecho Administrativo de la **Universidad Carlos III de Madrid** y magistrado de lo Contencioso-Administrativo, analizó el marco de intervención administrativa en los eSports, así como los vínculos con el derecho deportivo. Durante su intervención explicó las dificultades de trasladar la categorización jurídica de los deportes tradicionales y remarcó que se necesita una regulación internacional para el desarrollo de las competiciones y dotar de una estructura jurídica adecuada a las relaciones entre organizadores y equipos.

COMUNICADO DE PRENSA

ponsescueladenegocios.com

Los eSport, una oportunidad para las marcas

Por su parte, responsables del área de Marca de Vodafone España y Mahou-San Miguel dieron su punto de vista, junto a la directora de MARCA eSports en otra de las mesas dedicada al papel de las marcas, su estrategia de posicionamiento y el valor de patrocinio en los eSport. Coordinada por Francisco Asensi, cofundador y socio de League Of Lawyers, una de las conclusiones principales fue que la importancia sobre el contenido y profesionalización del sector, requisito fundamental para la entrada de las grandes empresas en el ecosistema eGamer.

Ignacio Martínez, del área de Marca de Vodafone, destacó dos pilares claves para ellos, por un lado la presencia en el territorio de un equipo aspiracional y la creación de audiencias propias. Martínez explicó como crearon su propia plataforma "eSports Vodafone" y cómo le dieron un punto de notoriedad y digital al mismo tiempo. Asimismo remarcó que hasta hace poco era difícil la permanencia a largo plazo de los pro gamers en un equipo y que la profesionalización de los clubes y los jugadores ha permitido más vínculo con la marca.

Karen Biain, directora de MARCA eSports, señaló que fueron el primer medio que apostó por los eSport. Una apuesta que supuso crear un equipo, una redacción paralela y crear un site ad hoc. Su objetivo era crear un site con contenido y dirigirse a la masa, ser los generalistas dentro de los eSport, no convertirse en un nicho de los gamers.

"Nuestro target no son los 3M de consumidores de eSport, son los 15M de consumidores de videojuegos, potenciales consumidores de los eSport" explicó. Biain también comentó que "hay que adaptarse al entorno en el que estamos. De hecho, muchas marcas y centrales de medios nos han reconocido nuestra apuesta por los eSport lo que supone una seguridad para las marcas" comentó.

Por otro lado, **Daniel Oliva**, director de Marca de Mahou-San Miguel, recordó que su producto está muy enfocado al patrocinio. Su oportunidad surgió a raíz de su acuerdo con *Team Heretics*, un equipo que además encarna los valores de la marca. Asimismo, explicó que, a pesar de estar en una fase inicial, hay un buen balance entre los perfiles de jugadores profesionales y de youtubers.

Los eSport, factor de impulso en el desarrollo de la industria de videojuego

Según los datos del **Libro Blanco de DEV 2017** publicado por la Asociación española de empresas productoras y desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento, la industria española del desarrollo de videojuegos ha entrado, por primera vez en los últimos años, en una fase de consolidación gracias entre otro fenómenos, al impulso de los eSport.

La facturación de la industria española alcanzó en 2016 los 617 millones de euros, un 21 % más que 2015. Es posible estimar una previsión de crecimiento anual del 23,6 % (CAGR 2016-2020), lo que supondría alcanzar en 2020 los 1.440 millones



COMUNICADO DE PRENSA

ponsescueladenegocios.com

de euros de facturación. De la misma manera, el empleo directo en el sector creció un 20 %, sumando 5.440 profesionales en 2016.

Sobre PONS Escuela de Negocios

PONS Escuela de Negocios es la división de PONS especializada en ofrecer soluciones de formación y gestión para el sector empresarial. Con un amplio catálogo formativo tanto presencial como in company o e-learning, PONS Escuela de Negocios ofrece planes formativos a medida en las principales áreas del conocimiento más demandadas por los profesionales. Cuenta con más de 10 años de experiencia acreditada ante las principales empresas del sector de las telecomunicaciones, financiero, bancario así como asegurador.

Desde 2005, PONS Escuela de Negocios convoca el Máster especializado en Propiedad Industrial, Intelectual y Nuevas Tecnologías, referencia en el sector, así como el Máster en Representación de Artistas y Deportistas, que en el curso 2016-2017 cumplió su cuarta edición. Igualmente participa en el programa de formación denominado "Innovation Practitioners" destinado a gestores de I+D+i.

Sobre League of Lawyers

League of Lawyers (LoL) es la primera consultora de negocio y estrategia orientada hacia el nuevo entretenimiento y los eSports. League of Lawyers reúne conocimiento jurídico, de negocio, digital y audiovisual para crear la primera propuesta integral de servicios especializados para la industria del entretenimiento nacida sobre las mismas bases que el primer gran fenómeno de entretenimiento interactivo de este siglo: los eSports. Los servicios de LoL residen simultáneamente en lo clásico y en lo innovador. Por una parte podemos acompañar a los medios y productores de contenidos a cruzar el puente de la transformación digital y posicionarse entre una audiencia que ha cambiado y en un universo nuevo de generación de ingresos que supone mayor complejidad jurídica y de desarrollo del negocio. Por otra parte nuestro mundo es el del entretenimiento interactivo, los eSports y el transmedia donde aún queda gran parte del relato por escribir y donde contar con un conocimiento especializado es esencial.

Información de contacto:

Juan Luis Antolín
Director Comunicación PONS
Glorieta Rubén Darío 4, 28010 Madrid
Tel.: (+34) 91 7007600c
Móvil: (+34) 629655240
jlantolin@pons.es
[@somosPONS](#)

1Esta información puede ser usada con fines informativos sin necesidad de publicar su fuente