

another

E-Sports y publicidad: ¿Cómo darle *play* a las marcas en el mercado del *gaming*?

Bogotá, Colombia. Abril de 2023. – El mercado del *gaming* se convirtió en un fenómeno mundial que está facturando millones de dólares en ganancias desde la taquilla, la descarga de los videojuegos y que ahora comparte frutos con otros mercados como la industria musical, cinematográfica y deportiva.

¡Comienza el juego!

De acuerdo con estimaciones de [Boston Consulting Group](#), el sector de los videojuegos, así como los *e-sports*, son un negocio que **podría generar este año cerca de 200 mil millones de dólares en ingresos anuales**, lo que representa un 8% de crecimiento desde los 138 mil millones de dólares que generó en 2018.

“Esta brecha se expandió debido a que durante la pandemia uno de los principales escapes al estrés del confinamiento fueron las transmisiones de varias ligas de videojuegos, además de que incrementó la cantidad de jugadores y de creadores de contenido que se mudaron a cuentas de streaming en vivo”, afirma **Mayra Alcántara, Directora de Influencer Marketing de [another](#), agencia global con la oferta más grande de América Latina.**

Según datos del mismo informe cerca de 3 mil millones de personas en todo el mundo fueron consideradas “jugadores” desde el año 2021.

¡Arriba, abajo, combo ganador!

Un ejemplo del poder de convocatoria de esta industria ocurrió en 2019 durante la final de la Copa Mundial *Fortnite*, que se llevó a cabo en el estadio *Arthur Ashe*, en la misma sede del *US Open*. El evento atrajo a 2.3 millones de espectadores y el ganador se llevó a casa cerca de 3 millones de dólares en premios.

En el mercado de habla hispana uno de los mayores exponentes que se ha dedicado a romper récords es el streamer español Ibai Llanos. Las estadísticas revelan que durante su evento de *Box La Velada del Año 2*, que reunió a varios streamers e influencers en el Palau Olímpic de Badalona, en Barcelona, alcanzó un pico máximo de 3.356.074 espectadores, un promedio de 2.427.024 y un total de 8.768.729 usuarios únicos.

En el caso de Colombia, este es uno de los países más fuertes en *gaming*, generando ingresos de más de 1.200 millones de dólares al año. Según *FinancesOnline* se pronostica que haya un aumento de gamers de 2.81 a 3.07 mil millones entre 2021-2023.

¿Cómo ganarle al jefe final desde la publicidad?

La experta de **another** señala que es importante tener en cuenta que la publicidad en los *e-sports* no es igual que en otros medios tradicionales. Los *gamers* y espectadores son una comunidad muy comprometida y no aceptarán publicidades invasivas o que no tengan

another

relación con su interés principal: los videojuegos. *“Por eso, es fundamental que las marcas se acerquen al mercado de los e-sports de forma auténtica, creando contenidos de valor y participando en eventos que les permitan conectar con la audiencia de forma genuina”,* aseveró Alcántara.

Una forma de hacerlo es patrocinando equipos o jugadores profesionales, lo que les da visibilidad y genera una asociación positiva de la marca con los valores y pasión de los *gamers*. También es importante tener presencia en las plataformas de *streaming* de videojuegos, como **Twitch**, donde los *gamers* pasan gran parte de su tiempo y se relacionan con sus comunidades.

La experta en temas de Twitch, publicidad en videojuegos y streaming, Frida Olivares, Influencer Marketing Manager de **another**, comentó que *“existen más de 8 millones de streamers actualmente en el mundo. El español es el segundo idioma para viewers y streamers en activo. Además, Twitch cuenta con más de mil millones de visitas mensuales”*.

En los últimos 2 años ha pasado de una media de 1 millón de *viewers* diarios a más de 2 millones en los últimos meses, y picos por encima de los 4 millones. Los últimos dos *Récord Guinness* de más visualizaciones simultáneas en **Twitch** son de hispano hablantes, el primero con más de 2.4 millones en enero 2021 y el segundo con más de 3.3 millones en junio 2022, indicó Olivares.

Además, el uso de influencers y *streamers* de *gaming* puede ser muy efectivo para las marcas que buscan conectar con el público de los *e-sports*. Estos creadores tienen una gran influencia en la comunidad de *gamers* y pueden ayudar a construir la imagen de una marca y a aumentar su visibilidad. *“Es esencial tener en cuenta la diversidad cultural de Latinoamérica y los países hispanohablantes. Las marcas que quieran tener éxito en el mercado de los e-sports deben tener en cuenta las diferencias regionales y culturales de la región y adaptar su estrategia en consecuencia”,* concluye Alcántara.

-oOo-

Sobre another

Fundada en 2004 por Jaspas Eyears y Rodrigo Peñafiel, **another** es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas, para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. **another** brinda servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creatividad y diseño, Investigación e inteligencia de mercado y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, entretenimiento, salud y bienestar, turismo y corporativo. **another** forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Casa another en Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (FL), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).

Contacto con los medios (Colombia)

Angie Rangel

PR Executive

(+57) 310 775 9395

angie.rangel@another.co