

## CLUBES

# Arctic Gaming pasa de pantalla y apunta al millón de euros de facturación en 2021

El club cerrará el año con unos ingresos de 650.000 euros, seis veces más que en 2019, y prevé diversificar sus vías de negocio en la próxima temporada con nuevas acciones.

M. L-E.

9 dic 2020 - 04:56



Arctic Gaming prosigue con su crecimiento. El club granadino de eSports fundado en 2016 prevé alcanzar el millón de euros en facturación en 2021, tras cerrar 2020 en torno a 650.000 euros de negocio. El año pasado, el club facturó 100.000 euros. En 2019, el club cerró una ronda de financiación liderada por el empresario Cristian Llorens y Raúl Berdonés, presidente ejecutivo del grupo de comunicación Secuoya. Luis García es su cofundador y consejero delegado y posee el 25% del accionariado.

El 70% de los ingresos del club proceden de los patrocinios. “Este año hemos conseguido buenos resultados deportivos, por lo que hemos ingresado por esta vía”, ha subrayado García a Palco23. En esta línea, el futuro del equipo pasa por “la generación de contenidos y de nuevas comunidades y plataformas como Valorant”. Además, tiene presencia en México, dónde también espera crecer.

La empresa cuenta con nueve empleados en la gestión del equipo, además de once jugadores, cuatro creadores de contenidos y cuatro en staff deportivo

. En cuanto a juegos está presente en League of Legends y en Valorant y se plantea crear un equipo para Fortnite. “Estamos hablando con más patrocinadores para 2021”, comenta Garcia, que reconoce que “estamos intentando diversificar a otros negocios con campañas de abonados u organización de competición de abonados, para obtener otras vías de monetización externa”.

## El equipo se fusionó con G2 Esports a principios de año para League of Legends

En esta línea, Arctic Gaming ha apostado por dar a los seguidores una herramienta con la que se sientan identificados creando competiciones internas en las que participan los miembros del equipo, los creadores de contenido y los seguidores. “Lanzamos un torneo abierto al público”, sentencia.

“De cara al año que viene el objetivo es buscar la rentabilidad del sector, otros ingresos recurrentes además del patrocinio, demostrar a los agentes externos que, a pesar de las dificultades, hay nivel mundial para que nuestro sector siga creciendo y sea más estable”, manifiesta. “Tenemos que seguir creciendo en cuanto a patrocinios y que los otros deportes nos vean como una oportunidad”, añade.

El equipo se alió con G2 Esports a principios de año para League of Legends. Este está gestionado por Arctic Gaming, pero cuenta con la colaboración de G2 Esports con el objetivo de que los fans de ambas organizaciones se sientan identificados con el nuevo equipo. “El acuerdo ha ido muy bien, la marca tiene mucho potencial y nos hemos ido desarrollando, era un proyecto *amateur* y ahora hemos cosechado grandes éxitos deportivos”, comenta y recuerda que, “en cuanto a contenidos, resultados y marca el año ha sido sobresaliente”.

Sobre la pandemia, el ejecutivo afirma que “nos ha afectado sobre todo en cuanto a eventos presenciales, hemos pasado de estar a tres o cinco eventos presenciales, con stand, a no hacer nada”. Por lo tanto, “hemos tenido que activar los eventos a través de nuestros creadores de contenidos”. “Afortunadamente, no hemos sufrido como otros, somos una industria digital y el consumo ha aumentado al estar más tiempo en casa, ya que se consume más *gaming* y más eSports”, afirma el cofundador de Arctic Gaming.