

CLUBES

Dux ultima otra ronda para abrir un 'gaming house' y saltar a Latinoamérica en 2021

La empresa de eSports abrirá un *hub* dedicado a la creación de contenidos en Madrid y prevé expandirse a Latinoamérica, donde ya tiene dos jugadores.

Miquel López-Egea
26 oct 2020 - 04:55



Dux Gaming busca más recursos para seguir creciendo. El club de eSports, que ha roto con el modelo tradicional del sector dando el salto al fútbol tradicional tras entrar el pasado junio en el capital del Internacional de Madrid Boadilla, prepara una ronda de financiación para la primera mitad de 2021, después de que el pasado verano entraran en la compañía los futbolistas Thibaut Courtois y Borja Iglesias.

Entre los planes de la compañía fundada en 2018, especializada en juegos de simulación deportiva, está el salto al mercado internacional. En concreto, la entidad quiere expandirse a Latinoamérica, donde ya tiene dos jugadores en Argentina y Brasil. "Es un mercado donde las audiencias son compartidas, es un paso claro; esperamos hacer cosas allí pero no es lo único", señala a Palco23 Mario Fernández, consejero

delegado del club, quien no ha querido detallar el importe buscado en la ronda de financiación ni ninguna magnitud económica del club.

Asimismo, la empresa abrirá una **gaming house** en Madrid, que será “un **hub** dedicado a la creación de contenidos, donde el club de fútbol tendrá presencia y espacios”, explica. “Estamos valorando diferentes vías de negocio, tanto en los videojuegos como en el mundo real para ofrecer un buen paquete a la gente que está interesada en meterse tanto en el mundo de los eSports como en el del deporte”, añade.

La empresa tiene acuerdos con Twitch y Adidas y una parte de sus ingresos provienen de las producciones

Los accionistas mayoritarios del club son el piloto Jordi Torres y el emprendedor Xavi Robles, mientras que Courtois, Iglesias, Carles Santaló **Kolderiu** y Mario Alonso Gallardo (**Dj Mario**) son socios minoritarios. “Dux nace con la intención de ser un club rentable y lo es, está en beneficios”, comenta Fernández. “Además siempre invertimos nuestro presupuesto en crecer de una forma lógica y razonable; casi siempre que damos un paso adelante hay una marca o una estrategia clara detrás para que los beneficios acaben llegando antes o después”, añade.

En este sentido, las principales líneas de negocio del club son los patrocinios, pero también “es muy importante los contenidos con nuestros talentos”. “Tenemos muy buen acuerdo con Twitch desde hace un mes, y otro con Adidas; también generamos contenidos para marcas, un porcentaje pequeño viene de las producciones”, asegura. De hecho, el club anunció el viernes que la plataforma Twitch emitirá los partidos en casa del DUX Internacional de Madrid en abierto a través del canal de Twitch del club.

El club tiene a siete personas dedicadas al equipo de Fifa, siete al de NBA y cinco al de **racing** además de ocho personas más que se dedican a la organización y coordinación de la empresa. “La idea es crecer en el próximo año en este aspecto”, remarca Fernández. “Lo último que hemos hecho ha sido meternos en el mundo del motor y queremos explorar esa vía y nuevas áreas de negocio”, apunta.

La entidad prevé contratar a más personal durante

el próximo año

En cuanto al modelo del club, comenta que “Dux es el primer club de eSports del mundo que hace el cambio inverso porque lo normal es que los clubes de fútbol abran sus departamentos de eSports”. “Nunca se había dado el caso de que un club de eSports se metiese en deporte real y nosotros hemos comprado participaciones del Internacional de Madrid Boadilla; en este acuerdo decidimos que se cambiaba, el nombre, la imagen del club y los futbolistas vestirán la misma camiseta que el club de eSports y el escudo”, explica.

“Tenemos participaciones, no es un acuerdo de patrocinio, simplemente es un acuerdo entre dos clubes que se unen para llevar toda su afición digital al mundo real”, revela. Mientras Dux pilota del departamento comercial y la imagen del club deportivo, el Internacional de Madrid Boadilla se encarga del área deportiva deportiva”, añade. “Vienen cosas muy buenas para las dos partes, integrándonos poco a poco y convirtiéndonos en ese club infinito que existe en el mundo real y virtual”, reitera.

Por otro lado, Fernández descarta dar el salto a otros videojuegos: “Solo queríamos competir en títulos deportivos o que imitasen el deporte real: por razones de club, los deportes los valores los asumimos como club, y porque los contenidos deportivos los puede disfrutar todo el mundo, tanto la gente más joven como los más mayores, porque conocen las reglas del deporte”. “Queremos trabajar los contenidos para llegar a las audiencias que parten del club de eSports, el mundo de los eSports deportivos se han acelerado mucho con el confinamiento”, manifiesta.