PALCO23

CLUBES

‘Know how’ financiero para los eSports: el responsable de Fundera crea su propio club

Diego Soro, fundador de Fundera y Tender, está detrás de Esports Gaming Cream, empresa dedicada a la gestión de eSports y representación y formación de jugadores.

A.Pijuán
27 mar 2018 - 04:56

El jugador Gerard Piqué, el piloto Dani Clos, dos de los socios fundadores de Akamon, Barcelona Open Banc Sabadell y, ahora, el fundador de Tender y Fundera. La fiebre de los eSports continúa atrayendo a nuevos jugadores en España, en un momento en el que sus previsiones de crecimiento apuntan a más de 900 millones de ingresos en 2018. El último en llegar es Diego Soro, impulsor de Fundera y Tender, que pide sitio en la industria con su nueva empresa, según avanza hoy el diario económico del negocio digital y las tecnologías del futuro Kippel01.

El directivo ha constituido la sociedad Esports Gaming Cream, que con un capital social de 10.000 euros, tiene como objeto social el “fomento y gestión de eSports y juegos electrónicos”, así como “la representación y formación de jugadores”, y la

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

“captación y obtención de patrocinios para actividades relacionadas con eSports y juegos electrónicos”.

Soro ha creado la sociedad junto a otros inversores para asegurar que el equipo de deportes electrónicos Cream eSports cuente con los recursos suficientes para participar en diferentes torneos, tal y como explica el propio empresario en el vídeo de presentación del equipo publicado en YouTube. Se desconoce a qué inversores se refiere Soro. Según consta en el Registro Mercantil, la sociedad inició operaciones a finales de 2017 y tiene como socio único al directivo.

El equipo, no obstante, dio sus primeros pasos en España hace más de un año a través de la participación en diferentes competiciones de *Clash of Clans*. Unos meses después, decidió apostar por *Clash Royale* y tomó forma con la absorción del equipo de Gladius Gaming para participar en las competiciones más importantes tanto en el mercado español como en Latinoamérica. La sede de Cream eSports está en Madrid.

> **Soro ha constituido la sociedad junto a otros inversores para reforzar el equipo Cream eSports**

El equipo está capitaneado por Antonio *Red Commander* Fernández, que es también uno de los capitanes de la selección española de *Clash Royale*. Según este, uno de sus objetivos a corto plazo con Cream eSports era armar un equipo con garantías para afrontar el clasificatorio de la Superliga Orange (propiedad de Mediapro y patrocinada por Orange). El equipo también cuenta con el programa *Talento*, que se encarga de captar diferentes jugadores, y así como un programa de entrenamiento internacional.

Soro lleva más de doce años vinculado con el sector tecnológico. El ejecutivo inició su carrera en Accenture, donde trabajó en el análisis de sistemas de información para empresas del sector retail. A lo largo de su trayectoria, el emprendedor también ha pasado por las consultoras Rose Vision y Exente, además de ejercer de docente en EOI, la aceleradora Wayra y trabajar como mentor en la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2014, Soro decidió poner en marcha dos nuevos proyectos: Fundera y Tender. El primero es una plataforma que pone a disposición del usuario toda la información relativa a las líneas de financiación pública para las empresas. También relacionado con el acceso a la información se encuentra Tender, un agregador de licitaciones públicas

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

activo en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

eSports: un negocio de más de 900 millones
El negocio de los eSports ha ganado músculo en los últimos años y parece estar cogiendo fuerza a velocidad de crucero. Según los últimos datos de la consultora Newzoo, la industria de los deportes electrónicos generará 906 millones de dólares (733,15 millones de euros) en 2018, lo que supone un incremento del 38,2% en comparación con el año anterior.

Los patrocinios y la publicidad serán dos de las principales vías de ingreso de los eSports en el presente ejercicio. En el primer caso, los ingresos generados por los acuerdos comerciales ascenderán a 359,4 millones de dólares (290,8 millones de euros) y se dispararán un 53,2% en comparación con el año anterior. En el segundo caso, la publicidad generará una facturación de 173,8 millones de dólares (140,64 millones de euros), un 23,8% más que en 2017.

La industria de los eSports cerró 2017 con un negocio de 655 millones de dólares (530,04 millones de euros) y un alza del 33%. El objetivo para 2021 pasa por facturar 1.650 millones de dólares (1.335,2 millones de euros), lo que implicaría un crecimiento del 27,4% desde 2016, según la consultora.

El potencial de esta industria se ha visto reflejado en la cantidad de inversores que ha conseguido en los últimos años. El retorno de estos proyectos, no obstante, está aún por ver: la rentabilidad será uno de los principales retos del sector de los eSports, según *Newzoo*. Para ello es necesario que los clubes de mayor recorrido empiecen a monetizar su base de aficionados, algo a lo que ayudará la “escolarización” de los deportes electrónicos con la entrada de esta disciplina en universidades e institutos.

McDonald’s patrocinará el torneo de deportes electrónicos de LaLiga

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

En los últimos meses, actores como Telefónica, Mediapro e incluso McDonalds han subido su apuesta por la industria de los deportes electrónicos. La semana pasado, e l grupo de telecomunicaciones anunció el lanzamiento de la Movistar Riders Academy , un proyecto de formación de talentos a través del equipo al que da nombre desde hace un año.

También a mediados de marzo, Mediapro decidió cruzar el charco con un nuevo proyecto en Reino Unido, el cual está liderado por Sergi Mesonero, cofundador y director de estrategia de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP). Si bien la compañía no tiene previsto crear una nueva LVP en el país británico, sí tiene previsto empezar a organizar diferentes torneos. En el caso de McDonalds, la compañía ha llegado a un acuerdo con LaLiga para patrocinar su torneo de deportes electrónicos (cedido a Mediapro). Además de la cadena de restaurantes de comida rápida, el torneo tendrá como socios a El Corte Inglés, Allianz, Hyundai y Orange.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.