

CLUBES

Los eSports de Emonkeyz levantan medio millón de euros y crecen un 25% en 2020

El club podría dar el salto internacional y expandirse a nuevos juegos tras haber potenciado otras vías de negocio como la creación de contenidos para no depender tanto del patrocinio.

Miquel López-Egea
12 abr 2021 - 05:00



Emonkeyz prosigue su expansión. El club de eSports, dirigido por Sergio Moreno, ha levantado alrededor de 500.000 euros en los últimos dos años para seguir con su crecimiento. “La intención es afianzarnos nacionalmente, ser 100% rentables, con un proyecto deportivo fuerte y consistente: nuestra estrategia pasa por en tres años ser de los mejores clubes europeos”, explica Moreno a Palco23. Asimismo, el club podría dar el salto internacional este año, así como adentrarse en otros juegos. En noviembre del año pasado, Emonkeyz ya apostó por un nuevo equipo de Wild Rift, el League of Legends para móvil.

El equipo apostará por diferentes vías de negocio para mantener su crecimiento. De hecho, en enero ya firmó un acuerdo de patrocinio con Kelme para potenciar su **merchandising**. “Queremos no ser tan dependientes de los espónsores y tener una entrada de caja regular, no nos queremos convertir en inflacionistas de una burbuja de los eSports”, afirma el ejecutivo. Con Kelme, el equipo lanzará diversos productos, “una

gama específica para nosotros, más *gamberreta*". "Queremos no estar tan vinculados a la parte deportiva, por lo que sacaremos una línea más casual", insiste el directivo.

"La ronda se ha hecho por esta parte de reestructuración, para posicionarnos entre los cinco clubes más importantes de España", afirma Moreno. En paralelo, el club está profesionalizando su estructura: acaba de contratar a una persona al frente de la estrategia de marketing y comunicación y busca un director de ventas y patrocinios. "Falta un ecosistema profesional entre clubes y asociaciones para que más marcas quieran entrar con nosotros", explica.

En 2020, ha incrementado su facturación un 25% y espera un crecimiento de entre el 50% y el 70%. "Hasta ahora nos hemos financiado con fondos propios o pequeños espónsores, pero esto va a cambiar", asegura. En 2020, el club no pudo esquivar los números rojos, aunque en 2022 conseguirá situarse en beneficios.

El club se organiza alrededor de cuatro áreas de gestión: deportivo, marketing, *academy* y administración. Emonkeyz tiene una *gaming house* en Mollet (Barcelona) con siete habitaciones para jugar y oficinas en Sant Feliu de Llobregat (Barcelona). A largo plazo, podría abrir nuevas instalaciones. Entre jugadores y estructura empresarial, cuenta con cuarenta empleados.

Entre el 70% y el 80% de los ingresos del club proceden de los patrocinios

Fundado en 2012 como Celerius y rebautizado en enero de 2016 como Emonkeyz, es un club *multisquad* que compite en League of Legends, Fortnite, Call of Duty, FIFA y Pokémon. Tiene presencia en los principales dispositivos: PC, *smartphone* y videoconsolas. Está especializado en creación de nuevas audiencias, diseño y producción de actividades publicitarias físicas y online.

Actualmente, entre el 70% y el 80% de los ingresos proceden de los patrocinios. El club potenciará el área de creadores de contenido y también quiere convertirse en una agencia de comunicación de eSports. Emonkeyz ya cuenta con Amazon como tienda oficial, aunque "los ingresos aún son residuales, pero nos da proyección de cara a obtener cierto posicionamiento en el futuro". Asimismo, no como club, sino como sociedad, potenciará el área de *academy* con formaciones o actividades extraescolares, con acuerdos con colegios o empresas.

El club firmó el año pasado un acuerdo con Amazon y con Kelme

Emonkeyz está presente en la Super Liga de League of Legends y tiene un largo historial en los principales Torneos y Ligas Nacionales, entre los que destacan: Liga de Videojuegos Profesional (LVP), ESL Masters España (ESL), La Liga Virtual (FIFA) y otras competiciones, es miembro fundador de la Asociación de Clubes de Esports (ACE) y cuenta con un palmarés de diez campeonatos y ocho subcampeonatos.

Como accionista mayoritario tiene “una familia catalana que tiene diferentes inversiones en España y Europa”, explica Moreno.

El directivo considera que en 2020 “hemos crecido en *streaming* y en redes sociales” pero “no nos imaginábamos echar tanto de menos el presencial, porque es la manera de conectar con la *fan base* y nuestros seguidores, un contacto real”. “Siempre hemos reforzado nuestro estatus con el objetivo de ser importantes a largo plazo y este año hemos hecho una apuesta deportiva firme, ficharemos a jugadores con potencial, que refuercen sus redes sociales, les ayudaremos en la parte de los estudios y les enseñaremos cómo llevar su *streaming*, que sepan que ser competitivo vienen vinculados con ser medianamente mediáticos”, comenta.

Asimismo, Moreno cree que ahora es el momento de “monetizar la *fan base*” y asegura que “nuestro Twitter no tiene tantos seguidores como Giants o Heretics, pero tenemos un porcentaje de interacciones muy alto, por lo que significa que caemos simpáticos: nuestra estrategia pasa por no ser un club prepotente, no queremos estrellas sino gente humilde, trabajadora y con buena actitud”.

“Nosotros nos basamos en la creación de la fan base y nos reímos de nosotros mismos y perdemos, somos un club con un potencial enorme, que apostamos por nuestra imagen sobre todo después de haber hecho una reestructuración interna hace dos años”, afirma, recordando “hay que dar momentos de risas y las otras cosas ya irán surgiendo”. “El club tiene una imagen diferente que el resto del ecosistema nacional”, valora.