

CLUBES

Mad Lions 'ruge' entre inversores: el club de eSports ultima una ronda de más de dos millones de euros

La entidad, fundada el pasado julio, consigue convencer a varios *business angels* no relacionados con los deportes electrónicos. La idea de los fundadores es seducir a un público *mainstream* para crecer durante los próximos años.



Guillermo G. Recio
29 ene 2018 - 05:00

Con la primera parte de la inversión consiguieron entrar en la Superliga Orange de League

Del IE Business School a los eSports. El mundo de los deportes electrónicos agrupa cada día a más profesionales con experiencia en otros sectores, y muestra de ello es el club Mad Lions, fundado el pasado julio y que ultima una nueva ronda de financiación que le permitiría superar los dos millones de euros captados.

El cofundador y director comercial de la entidad, Marcos Eguillor, explica a *Palco23* que todo surgió cuando Jorge Schnura, exalumno suyo en el IE, "se puso en contacto

conmigo” con la idea de lanzar un proyecto de eSports. A la iniciativa también se unió Sergio Yañez, presentado por Eguillor al haber sido también su pupilo en otro curso.

“El 1 de junio de 2017 se empieza a gestar la idea”, mientras que el 27 de julio se constituye la empresa con el primer tramo de la ronda de financiación, que aproximadamente se situó en un millón de euros. Ahora, en los próximos días se cerrará el segundo tramo de la ronda, con un importe acumulado que superaría los dos millones de euros, aproximadamente.

Esta inversión procede de *business angels*, ya que “buscamos inversores de perfil profesional, que nos aporten valor más allá de capital, es decir *smart money*, con conocimiento en sectores diversos y con contactos”. Con la primera parte de la inversión consiguieron entrar en la Superliga Orange de *League of Legends (LoL)* mediante la compra de la plaza de Origen.

Con la primera parte de la inversión consiguieron entrar en la Superliga Orange de *League of Legends*

A pesar de esta oportunidad para acceder directamente a la máxima categoría de los deportes electrónicos en España, “tenemos planes para seguir creciendo de manera orgánica”. “Nuestro objetivo competitivo es conseguir y mantener una posición elevada en Superliga Orange y en otras competiciones internacionales”, señala.

El club no sólo cuenta con una escuadra en *LoL*, sino que también tiene equipo de *Clash Royale*, *CS:GO* y *Fifa*. En *Clash Royale*, por ejemplo, “tenemos una nueva plantilla de primeras posiciones en el mundo. Nuestro objetivo a corto plazo es conseguir la plaza de ascenso a la Superliga Orange”, indica Eguillor.

La filosofía de Mad Lions es “conseguir que los eSports sean una alternativa de entretenimiento para el público general con contenido más abierto, mientras cuidamos a los seguidores y fans actuales de los eSports con contenido muy específico para ellos”. Por ello, parte de sus objetivos estratégicos en el desarrollo internacional se esperan en el medio plazo.

El objetivo del club es conseguir tener mayor masa crítica y mayor alcance geográfico. “Nos estamos planteando diferentes iniciativas: cómo potenciar al fan, tener instalaciones fuera de España (no necesariamente una *gaming house*) o representación en otros mercados, pero todavía es pronto”, detalla el emprendedor.

La gaming house de Mad Lions cuenta con una sala de entrenamiento, gimnasio, oficina

Image not found or type unknown

El club alquila una casa a las afueras de Madrid como su centro neurálgico.

De momento, el club cuenta con una casa alquilada de 1.000 metros cuadrados a las afueras de Madrid, donde tienen una *gaming room*, 16 habitaciones y cuartos de baño, zonas comunes (cocina, salón, aseos, etc.), gimnasio, oficina, sala de reuniones, plató de televisión, dos salas de *streaming*, y 2.500 metros de jardín con piscina, pista de

pádel, almacén y garaje.

En cuanto a sus empleados, Mad Lions cifra en torno a 30 trabajadores contando con jugadores, entrenadores y personal del *back office*. También cuentan con “una persona de perfil *influencer* dedicada al cuidado de la imagen e interacción del club y los jugadores con la audiencia en Instagram, otra para Twitter y otra para YouTube”, ya que no sólo se centran en los canales habituales de los *gamers*, sino que aspiran a llegar a un público más *mainstream*.

La idea es atacar a las marcas de gran consumo, que ya empiezan a entrar en masa en el mundo de los deportes electrónicos por su acceso al público joven, aunque son conscientes de que todavía falta mucho por llegar a un *target* objetivo perfecto. El directivo explica que uno de sus mayores logros ha sido tener un valor publicitario equivalente a 3,1 millones de euros en medios impresos y digitales entre el 1 de septiembre y el 31 de diciembre de 2017.

La *gaming house* de Mad Lions cuenta con una sala de entrenamiento, gimnasio, oficina, sala de reuniones, plató de TV

“Ahora estamos buscando un responsable de patrocinios y no tiene que ser del mundo eSports”, abriendo la puerta a todos aquellos relacionados con el mundo del deporte tradicional, por ejemplo. Eguillor señala que una de las claves del proyecto es que tanto los inversores como los fundadores tienen “amplia experiencia en otros sectores como el audiovisual, contenidos, digital, *software*, consultoría estratégica, *social media* y gamificación”.

Sobre el presupuesto de competir en la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), y más concretamente en su máxima división, la Superliga Orange en el caso de *LoL*, el sector sitúa un gasto medio de 250.000 euros por temporada. El directivo explica que trabajan “siguiendo la estrategia de la filosofía *Agile* y metodología *lean start-up*, mediante la que reaccionamos en tiempo real al mercado y necesidades, lo que tiene impacto en la asignación económica”.

El club es consciente de que se han realizado muchas inversiones “en adecuación y lanzamiento de actividades e infraestructuras, pero vigilamos mucho nuestro gasto mensual y tomamos decisiones tácticas que nos permiten controlarlo”, apunta Eguillor. Los emprendedores saben que se trata de una carrera de fondo y por ello son el primer club que ha llegado a un acuerdo estratégico con una universidad (UCAM) para profesionalizar la industria

PALCO23

| , algo anhelado por todos los actores de los eSports.