

CLUBES

Overholt (Overactive Media): “España va a jugar un papel fundamental en la industria de los eSports”

Chris Overholt, consejero delegado de la compañía canadiense que adquirió MAD Lions, apuesta por acercarse a la comunidad hispanohablante y reforzar la imagen de marca global del club madrileño.

Álvaro Carretero
25 jun 2019 - 04:59



Overactive Media quiere abrir nuevos mercados y traspasar fronteras. Esa es la principal razón de la reciente adquisición de MAD Lions, con la que espera crecer en Latinoamérica y acercarse a la comunidad hispanohablante de Estados Unidos. Chris Overholt, consejero delegado de la compañía, asegura a *Palco23* que “desde que iniciamos nuestra compañía teníamos la ambición de construir un proyecto global, por lo que este es un gran paso para acercarnos a este segmento de la audiencia”.

A nivel local, la estrategia del grupo canadiense en España pasa por “edificar un proyecto que de sentido a los eSports de este país”, sostiene Overholt. Para ello

decidieron apostar por MAD Lions en lugar de la filial española de Splyce Vipers, la matriz que compite en la LEC, ya que “tienen una imagen de marca más consolidada y nos permitía dirigirnos mejor a estos públicos”, afirma.

El equipo español, que ya había abierto mercado en Latinoamérica con la adquisición del colombiano Zeu5, era un activo más consolidado de cara a la comunidad latina. “Los Vipers tienen un gran éxito, pero hubiera sido muy difícil construir una imagen de marca en torno al club en el mercado español”, explica, sobre la decisión de priorizar la marca de los *leones* en la operación de fusión. “Los valores que han construido son más auténticos en este nicho, donde ya cuentan con una audiencia fiel; además, ya nacieron con la vocación de ser una marca global”, concluye.

MAD Lions tiene una imagen de marca más consolidada que Splyce Vipers en la comunidad hispana

Actualmente, según el fundador de la compañía canadiense, “sólo hay dos clubes de eSports capaces de dirigirse a una audiencia global de habla hispana”, en referencia a G2 y Origen. El equipo fundado por Carlos Rodríguez está entre los diez más valorados según *Forbes*, con un precio de salida de 105 millones de dólares (93,6 millones de euros); el de Enrique Cedeño, por su parte, fue comprado por Astralis el año pasado, otro gigante de los deportes electrónicos, con el reto de devolverle a la LEC y recuperar el terreno perdido.

“Cuando nos reunimos con Jorge (Schnura) y Marcos (Eguillor), cofundadores de MAD Lions, nos explicaron el proyecto que habían desarrollado en Latinoamérica y España y la situación del club entendimos que había una gran oportunidad sobre la mesa”, explica Overholt. El directivo no ofrece cifras sobre la operación, aunque afirma que a partir de ahora “estarán integrados bajo el paraguas de Overactive Media en todos los sentidos”, también el económico.

MAD Lions, cuyo modelo de financiación había consistido en el apoyo de los patrocinadores y en abrir su capital a nuevos inversores, contará a partir de ahora con el respaldo financiero de la entidad canadiense. O, lo que es lo mismo, pone fin a la incertidumbre de volver a quedarse sin recursos financieros. Dicho de otra manera, el nuevo accionista asumirá los costes que no pueden cubrirse con los ingresos, relativos al gasto derivado de los equipos deportivos, el alquiler y mantenimiento de la *gaming house* de Madrid y los proyectos de expansión previstos por el club y la nueva

matriz.

Según Overholt, “España va a jugar un papel fundamental en la industria de los eSports” a corto plazo, pero el desarrollo de esta industria no sólo se debe producir dentro del país sino “en un contexto global”. A medida que el sector se desarrolla también encuentra nuevos nichos de mercado, tal y como ha identificado el gigante canadiense en la comunidad latina de EEUU, que obligarán a los diferentes *players* a tejer alianzas con nuevos socios.