

CLUBES

Team Queso abre ronda de un millón en pleno crecimiento

El club de eSports prevé doblar la facturación y alcanzar un negocio de dos millones de euros a finales de 2021. La empresa cerró 2020 en pérdidas por las inversiones.

Miquel López-Egea
30 abr 2021 - 05:00



Team Queso sigue con su proceso de expansión. El club de eSports abrirá una ronda de más de un millón de euros en el segundo trimestre de 2021 que prevé que esté cerrada antes de verano. Con esta entrada de capital, el club prevé crecer en sus nuevas líneas de negocio.

El club cerró 2020 con una facturación de 850.000 euros, igual que el año anterior. Sin embargo, en lo que va de año ya ha superado un millón de euros en facturación y prevé situar este importe en dos millones de euros a final de año.

En el pasado ejercicio Team Queso no pudo evitar los números rojos “por la inversión en nuevas divisiones y creación de nuevos platós de televisión, pero el resultado bruto de explotación (ebitda) mejoró respecto al año anterior”, señala Álvaro González, consejero delegado del club, a Palco23. “El principal reto en 2021 es seguir creciendo, tras una reorganización en 2020 ahora tenemos que diferenciar las líneas de negocio”,

comenta.

“Antes de la pandemia ya empezamos a tomar medidas internas de diversificación en las líneas de negocio como generar contenidos digitales propios de entretenimiento, un plató dentro de la *gaming house*, y la creación de competiciones propias o para terceros , que reparten hasta 100.000 euros en premios”, explica el directivo. “Es la dinámica: ir virando de los eSports a contenidos digitales en *view on demand* o *streaming*”, sentencia. “Vamos a realizar una fuerte inversión en tecnología, ofreciendo más y mejor contenido de entretenimiento”, reitera.

Team Queso apostará por generar contenidos digitales propios de entretenimiento, un plató dentro de la *gaming house*, y la creación de competiciones propias o para terceros

Team Queso fue fundado en 2017 por Álvaro González (Álvaro845) y Alicia Morol, que aún poseen el 80% del club. El 20% restante se reparte entre pequeños accionistas, el directivo Gonzalo Berzosa y el jugador Marco Fernández (WithZack), que estuvieron desde el primer momento en el equipo. De momento, el equipo se ha financiado con la baja generada por el negocio y fondos propios.

El club tiene un staff de 12 trabajadores a tiempo completo y entre jugadores y mánager, alcanza los 45 empleados. Tiene una *gaming house* en Madrid y anteriormente tenía una en Los Ángeles. Entre el 35% y el 40% de los ingresos del club corresponden a patrocinio, mientras que el resto proceden de patrocinios de las propias ligas, derechos audiovisuales y premios. “Somos una industria nueva y hay mucha prueba y error: estamos abriendo un nuevo modelo de negocio y tenemos que probar cosas nuevas”, manifiesta.

“La nueva ronda de financiación está enfocada a consolidar la presencia del club en el sector de los eSports: el equipo está ganando cada vez más presencia en el mercado nacional y somos líderes en la división de móvil”, comenta el directivo.

Team Queso tiene presencia en League of Legends,

Clash Royale, Fortnite, Rocket League, Valorant, Rainbow Six y Pubg

Actualmente, Team Queso tiene presencia en League of Legends, Clash Royale, Fortnite, Rocket League, Valorant, Rainbow Six y Pubg. Este año, por otro lado, ha dejado de competir en Csgo: “lo hicimos siguiendo la dinámica del sector, la idea de la One Tap no fue del todo buena, la mayoría de los equipos estamos pilotando a Valorant”, remarca González. Asimismo, no descarta invertir en nuevos juegos para 2021.

En cuanto a instalaciones, “invertiremos en unas que tengan la versatilidad para poder servir de apoyo y palanca de empuje para la vertical deportiva de eSports”. Además, el club trabaja en una *gaming house* en Argentina, con objetivo de que sea permanente y que lidere sus acciones

El club busca acuerdos con marcas tanto endémicas como no endémicas y anunciará de nuevos próximamente

Por otro lado, el club anunciará nuevos acuerdos de patrocinio próximamente. “Hemos hecho colaboraciones con grandes marcas endémicas y no endémicas, es la línea que queremos seguir abriendo mercado”, explica. “Siempre estamos buscando marcas que quieran tener presencia en el mundo de videojuegos y eSports, queremos ir más allá de acuerdos que no se limiten a tener presencia con un logo, tal como hizo Telepizza”, recuerda. “Lo que buscamos son marcas tanto endémicas como no endémicas que estén abiertas a probar cosas nuevas, a hablar el idioma de las nuevas generaciones”, afirma.

“El Covid-19 es una oportunidad para el que sepa redirigir y aprovechar los cambios en el modelo de entretenimiento; de hecho, la Superliga de fútbol va en esta línea, porque las nuevas generaciones consumen otro tipo de entretenimiento”, afirma González. “El sector de los eSports se está volviendo a reactivar después de haber ganado

notoriedad y relevancia tras la pandemia”, recuerda. Además, el directivo insiste en el hecho de que “el sector se está profesionalizando y mucho: está más profesionalizado de lo que la gente piensa porque no puedes hacer una empresa con cuatro amigos”.