PALCO23

CLUBES

Vodafone Giants acelera: ‘gadgets’, mirada internacional y contenidos para alcanzar 5,8 millones en 2022

La empresa, valorada en 21 millones de euros, apuesta por tres verticales de negocio: la competición, entretenimiento y creación de contenido y fabricación y comercialización de productos.

Miquel López-Egea
9 oct 2020 - 06:00



Vodafone Giants prosigue su expansión. Good Game Group, el nuevo grupo empresarial dedicado a los eSports en España, matriz del club Vodafone Giants, acelera al calor del boom de los eSports. La compañía se ha marcado el objetivo de crecer hasta un 70% en dos años, mientras piensa ya en su próxima ronda de financiación y mira hacia Latinoamérica y Asia.

Convertido en el mayor grupo de eSports de España, la empresa acaba de transformarse en Good Game Group para diversificar su negocio entrando en nuevos segmentos.

https://www.palco23.com/clubes/vodafone-giants-acelera-gadgets-mirada-internacional-y-contenidos-para-alcanzar-58-millones-en-2022

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.

“Cuando empezamos el proceso de adquisición de otras empresas, pensamos que la manera de organizar todo era crear un grupo que se convertirá en un hólding en el que vayan cayendo los diferentes verticales de negocio”, explica José Ramón Díaz, director ejecutivo de Good Game Group, a Palco23. La compañía tiene más de cien trabajadores, contando a los sesenta jugadores, que tienen entrenadores, managers y nutricionistas.

Las previsiones de la compañía pasan por cerrar 2020 con una facturación de 3,4 millones de euros, en línea con la de 2019. Actualmente, el 95% de los ingresos de la empresa proceden de acuerdos de patrocinio.

El objetivo de Good Game Group para 2021 es sobrepasar los cuatro millones de euros de facturación, mientras que en 2022 quiere situarse entre 5,5 millones de euros y 5,8 de euros. De este modo, en dos años el grupo podría crecer hasta un 70%.

La empresa pretende llegar al ***break even*** en 2022. “Nosotros éramos rentables, pero en eSports se requiere mucha inversión si quieres hacer algo grande para consolidar, estamos en una fase inicial en la que no se puede ganar dinero desde el minuto uno”, subraya. “Es tiempo de invertir y seguir creciendo, es nuestra hoja de ruta escrita; pensamos que no dependeremos de un tercero”, añade.

En paralelo, la empresa piensa ya en una nueva ronda de financiación. El pasado mayo, el grupo cerró una ampliación de capital de tres millones de euros liderada por Grupo Sánchez Cózar, en una operación que valoró la empresa en 18 millones de euros. Asimismo, fuentes de la compañía señalan que, tras las tres grandes adquisiciones realizadas, se calcula que la valoración asciende a 21 millones de euros.

La empresa sigue controlada por sus fundadores, Díaz y Virginia Calvo, que en 2012 se hicieron con Vodafone Giants, aunque el club se fundó cuatro años antes. Por aquel entonces, entraron en el capital Gabriel Sáenz de Buruaga, Alejandro Beltrán, Luis Ferrándiz y el *youtuber* Lolito Fernández como socios.

> **La empresa está valorada en 21millones de euros y en mayo cerró una ampliación de capital de tres millones de euros**

“Cuando cerramos nuestra primera ronda de inversión el objetivo era globalizar 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.

marca, en otros territorios y en el ámbito nacional, pero nos encontramos con el Covid-19", comenta Díaz. "Con lo cual avanzamos con la estrategia de expandirnos territorialmente, nos hemos centrado en hacer crecer nuestra marca de una manera exponencial a todos los niveles", añade.

La compañía prepara la puesta en marcha de un complejo de eSports en Málaga, que se convertirá en la sede central de Good Game Group y estará listo a finales de enero, donde habrá también un estadio y un pequeño estudio con diversos platós. La empresa también plantear abrir otros locales para acoger competiciones de eSports, como el que posee en Barcelona.

Organización en tres verticales
El grupo está estructurado en tres verticales: GG eSports, GG Media y GG Products. GG eSports es el vertical de competición, mientras que el segundo es el de entretenimiento y creación de contenido, y el tercero, el de fabricación y comercialización de productos. En el vertical de eSports, se sitúan los equipos de Vodafone Giants y X6tence, que tienen como objetivo "consolidarse".

Por otro lado, "el vertical de producto es el que más debe crecer, espero que acapare una parte interesante de nuestros ingresos", destaca Díaz. "El negocio se sostiene por el patrocinio, pero consideramos que necesitamos crear nuevas fuentes de ingresos, si la esponsorización crece en número, debe bajar en porcentaje", remarca.

GG Products es la marca de periféricos para *gamers pro* que actualmente incluye ratones, teclados, alfombrillas y auriculares, pero en el futuro se ampliará a sillas, monitores y otros accesorios.

Además, no estará cerrado a Giants: la compañía ha decidido abrirla a todo el ecosistema eSports ***gaming***. "En un Corte Inglés te podrás comprar un auricular de cualquier *influencer*; queremos expandir y comercializar nuestra marca en ámbito global", subraya. "Queremos ampliar la venta de producto tanto *hardware* como toda la línea de moda y diferentes colaboraciones que haremos con marcas de estilo y accesorios", sentencia.

Díaz, propietario también de Atlas Informática, pretende dar el salto a Latinoamérica "más pronto que tarde, donde nuestra marca se podrá comercializar fácilmente". "GG Products empezó en 2019, ahora trabajamos en el desarrollo de nuevos productos, a partir de ahí nos vamos a seguir expandiendo", revela, y asegura que "la distribución es online y retail".

"Vamos a comercializar la marca en diferentes puntos de venta seleccionados, la marca no estará en cualquier sitio y se internacionalizará en 2021", agrega

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.

. Asimismo, la empresa también planea de expandirse a Asia, donde ya cuenta con un equipo de eSports, Rainbow Six.

Por otro lado, “GG Media es donde está nuestro estudio y creamos productos ad hoc para terceros, como *Sportmaníacos*, *Más que LoL* y *BCN Fighters*”. El objetivo “es consolidar la compañía en 360 grados: somos competición, pero también un contenido no generado por un club, sino una plataforma de contenido *on* y *off*, de las nueve de la mañana a las once de la noche; será la mayor plataforma de habla hispana de eSports”.

https://www.palco23.com/clubes/vodafone-giants-acelera-gadgets-mirada-internacional-y-contenidos-para-alcanzar-58-millones-en-2022

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.