PALCO23

COMPETICIONES

MAD Lions: ¿toque de alerta para los nuevos inversores del ecosistema eSports?

Los problemas económicos del equipo de la Superliga Orange han evidenciado las dificultades que aún existen para rentabilizar las operaciones en este sector y que aún son necesarias inversiones a largo plazo por parte de los accionistas y alianzas estratégicas con las marcas.

Álvaro Carretero
30 abr 2019 - 04:57

Los problemas económicos del equipo de la Superliga Orange han evidenciado las dificu

“El único propósito irrenunciable es ser sostenibles económicamente”. Lo avanzaba Fernando Piquer, director de Movistar Riders, hace dos meses en este diario. El sector de los eSports vive un momento de despegue económico, aunque los problemas de MAD Lions, que se enfrenta a una posible desaparición, han puesto de manifiesto la dificultad que entraña sostener un proyecto profesional y generar un retorno inmediato de la inversión. Especialmente si los inversores no anticiparon que el retorno sería a largo plazo y haría falta un apoyo continuado.

En los últimos dos años, la industria de los eSports ha definido el ecosistema competitivo español y se ha preparado para afrontar nuevos retos. Entre ellos, alcanzar un mayor retorno económico por sus propios medios para garantizar la sostenibilidad de los clubes. Para eso, ha hecho falta la llegada de inversores especializados combinada con la aparición de patrocinadores estratégicos como Movistar o Vodafone, por ejemplo.

Actualmente, el presupuesto medio de un equipo de *League of Legends (LoL)* de la Superliga Orange ronda los 200.000 euros anuales, aunque equipos como los propios MAD Lions o Movistar Riders estaban por encima de otros como Penguins. Al coste de competir hay que añadir mantener otros equipos, dentro o fuera de la LVP, el salario del resto de trabajadores, los viajes, alojamientos y dietas, el alquiler derivado de asentarse en una *gaming house* o un *eSports center* y otros gastos propios de cualquier equipo deportivo profesional.

https://www.palco23.com/competiciones/mad-lions-toque-de-alerta-para-los-nuevos-inversores-del-ecosistema-esports

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.

Las dificultades económicas de MAD Lions han puesto de manifiesto la dificultad de generar un retorno a corto plazo

La gran incógnita, por tanto, consiste en descifrar cómo alcanzar un alto nivel competitivo que de visibilidad al club y atraiga patrocinadores y, a la par, no agotar los recursos económicos antes que el proyecto sea sostenible. O, al menos, de que la propuesta de valor sea suficiente para sumar a nuevos accionistas.

Para capitalizar la inversión y generar un retorno a medio plazo se han planteado iniciativas que van desde la monetización de los contenidos a la venta de *merchandising* , aunque los clubes aún trabajan en descifrar la fórmula que les garantice ser autosuficiencientes. Mientras tanto, el modelo de financiación aún se basa en las ampliaciones de capital y la búsqueda de patrocinadores.

En el caso de MAD Lions, logró levantar 2,5 millones de euros en 2018 y alcanzar la élite a nivel nacional en apenas dos años de vida. Sin embargo, la salida de Sergio Yáñez, uno de los fundadores del club, y el elevado coste de mantener su *gaming room* y a algunos de los mejores *gamers*, entre otros gastos, han terminado por llevar al club a iniciar un proceso de reestructuración para intentar salvaguardar su supervivencia. Algunas fuentes, no obstante, dan por hecho el cierre una vez se celebre Gamergy a finales de junio.

Las rondas de financiación y los patrocinadores que sean mecenas del proyecto son las dos principales fórmulas de financiación

Otros equipos como G2, fundado por Carlos Rodríguez y Jens Hilgers en 2014 también se han apoyado en rondas de financiación para impulsar sus proyectos, apoyados por la obtención de plazas para las competiciones internacionales de los principales *publishers*. En febrero de 2019 levantaron 15 millones de euros con el apoyo de directivos de empresas tecnológicas como Yext, Topgolf y el fonde de inversión

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.

Seal Rock Partners, pero también cuenta con el mecenazgo de patrocinadores como Logitech, Aoc, Aourus, Paysafecard, Needforseat, Twitch y eSports Management para financiar su plan de expansión global.

Los casos de clubes como Movistar Riders y Vodafone Giants son diferentes. Ambos han preferido buscar socios que ejerzan de mecenas y pongan su nombre al club en lugar de levantar rondas de capital. De hecho, son los únicos equipos de la Superliga Orange que han logrado este tipo de patrocinio, ya que el acuerdo entre Burger King se ha convertido en patrocinador principal de X6tence pero no ha puesto su nombre al club; otros como el Intech Tenerife Titans lo llevan debido a que cuenta con el respaldo del Cabildo insular.

Vodafone es uno de los pilares fundamentales de su estrategia que, según Virginia Calvo, cofundadora y directora de Giants, se ha marcado como objetivo "convertirnos en una marca global". Con la solvencia económica asegurada y la visibilidad que ofrece competir en torneos internacionales, el club ha podido acelerar en sus planes de expansión y captar a nuevos patrocinadores como Font Vella e incluso crear su propio equipo femenino de *CS:GO*.

> **Vodafone Giants y Movistar Riders han encontrado patrocinadores estratégicos para sostener el proyecto**

Otros como Movistar Riders han decidido postergar su estrategia de expansión para garantizar su estructura competitiva y logística a nivel local. Según Piquer, "podríamos habernos lanzado a Latinoamérica desde hace tiempo", pero el objetivo era "buscar nuevos socios, como Mahou, que tendrán un efecto llamada".

Un caso distinto es el de S2V eSports, que tuvo que cambiar de denominación después de que Asus Rog Army, la compañía que daba nombre al club, decidiera abandonar las competiciones y centrarse en crear contenidos de deportes electrónicos. Con un presupuesto más modesto, el equipo dirigido por Xavier Santcliment ha apostado por talentos en desarrollo a la espera de poder cerrar nuevos acuerdos de patrocinio que inyecten mayor liquidez económica.

Aún está por determinar si el caso de MAD Lions ha sentado un precedente en la industria de los eSports españolas o si será un caso aislado en esta etapa de madurez. Se prevé que los patrocinadores no endémicos continúen su desembarco en los

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.

deportes electrónicos y que las grandes competiciones se integren como un producto de entretenimiento más en la sociedad. Sin embargo, mientras el sector continúa avanzando, la incertidumbre sobre el retorno de la inversión continuará siendo uno de los principales quebraderos de cabeza de los clubes.

https://www.palco23.com/competiciones/mad-lions-toque-de-alerta-para-los-nuevos-inversores-del-ecosistema-esports

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.