

ENTORNO

La matriz de Dream11 levanta 400 millones de dólares y eleva su valoración hasta 5.000 millones

La ronda de financiación de la compañía india ha sido liderada por Tiger Global, ChrysCapital, TPG Growth, Steadview Capital y Footpath Ventures.

Palco23

25 mar 2021 - 13:48



Dream Sports convence a los inversores. La compañía matriz de la aplicación de *fantasy gaming* Dream11, socia de LaLiga, levanta 400 millones de dólares en una nueva ronda de financiación para apoyar sus planes de expansión.

La compañía con sede en Bombay prosigue con su proyecto de convertirse en una “empresa de tecnología deportiva de extremo a extremo” en el que es el segundo mayor mercado del mundo en su sector.

TCV, D1 Capital Partners and Falcon Edge han liderado la ronda de financiación, en la que también han participado inversores de la compañía como Tiger Global, ChrysCapital, TPG Growth, Steadview Capital y Footpath Ventures.

La operación valora la compañía en 5.000 millones de dólares, el doble que en septiembre del año pasado, cuando fue valorada en 2.500 millones de dólares en el marco de una ronda de 225 millones de dólares.

Desde diciembre de 2019, Dream11 es patrocinador regional de LaLiga en Asia, fruto del primer acuerdo de patrocinio regional de la patronal del fútbol español en India, acompañado del nombramiento del jugador de críquet Rohit Sharma como embajador de la competición. En septiembre del año pasado renovaron el acuerdo, ampliándolo hasta el fin de la temporada 2020-2021.

El primer patrocinador regional de LaLiga en India crece con una nueva ronda de financiación

“La pandemia ha obligado a los aficionados a los deportes a buscar formas innovadoras de mantener vivo su espíritu y *Fantasy Sports* es una de esas herramientas que está ganando un terreno en India”, explicó José Antonio Cachaza, director general de LaLiga India en el momento de la ampliación del contrato.

La empresa, fundada en 2012, cuenta con 450 empleados y es patrocinador principal de la Indian Premier League. La aplicación acumula más de cien millones de usuarios, y consiguió los derechos audiovisuales de la competición este verano, relevando a la empresa china de telefonía Vivo.