

Mediapro culmina la compra de la LVP por 22 millones de euros

El grupo audiovisual ha finalizado la compra de la empresa Fandroid, propietaria de la Liga de Videojuegos Profesional, de la que ya tenía una participación mayoritaria.

Palco23
15 may 2019 - 17:00

El grupo audiovisual ha finalizado la compra de la empresa Fandroid, propietaria de la Liga de Videojuegos Profesional, de la que ya tenía una participación mayoritaria.

Mediapro culmina la compra de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP). El grupo audiovisual, que ya poseía una participación mayoritaria del 50%, ha adquirido el 100% de Fandroid, la empresa propietaria de la liga.

En 2016 Mediapro compró una participación mayoritaria por 4,6 millones de euros y, desde entonces, ha ido ampliando su presencia en el capital hasta alcanzar la totalidad. En sus últimas cuentas publicadas, en 2017, Fandroid facturó 6,5 millones de euros.

Para 2018 las previsiones eran hacer crecer los ingresos un 40%, hasta alcanzar diez millones de euros. Además de la Superliga Orange, la LVP también organiza Gamergy junto a Ifema, un evento dedicado a los eSports que en 2017 tuvo unas pérdidas de medio millón de euros.

Mediapro, que tenía una participación del 50% inicialmente, ha comprado el 100% de la LVP

Actualmente, la LVP cuenta con sedes en Madrid, Barcelona, Reino Unido, Argentina, Colombia y México y tiene presencia en más de treinta países. Aproximadamente el 50% de su audiencia procede del extranjero, y en 2018 superó los 28,6 millones de espectadores acumulados, un 64% más que el año anterior.

En Argentina, Chile y Perú la idea del grupo era que se pusieran en marcha las

primeras ligas profesionales este año, mientras que en México, donde empezaron a trabajar en 2017, ya arrancó durante el último año. En España, la LVP organiza la Superliga Orange, donde se disputan los videojuegos *League of Legends (LoL)*, *Clash Royale* y *Counter Strike (CS:GO)*.

Las últimas finales de la Superliga Orange de *League of Legends* entre Splyce Vipers y Origen BCN consiguieron un pico de espectadores de 56.000 usuarios concurrentes , mientras que la final del año pasado apenas alcanzó los 23.000. Además, otros 2.000 aficionados estuvieron presentes en el Cartuja Center, donde se disputó el encuentro.

En la competición trabajan más de 120 personas, la mayoría de las cuales se ubica en la sede de Barcelona. La idea de la organización era que a finales de 2018 se alcanzasen los 170 trabajadores, un aumento del 47%.