

Telepizza regresa a los eSports con el patrocinio de 'Team Queso'

La cadena de reparto de pizzas a domicilio, que había realizado alguna prueba en el pasado, será el patrocinador del primer equipo que participa exclusivamente en competiciones de juegos *mobile*.

Palco23
21 jun 2018 - 14:45

Telepizza regresa a los eSports con el patrocinio de Team Queso

Las marcas de gran consumo cada vez ven más clara la necesidad de entrar en los eSports. La última en hacerlo ha sido Telepizza, que patrocinará al Team Queso durante los próximos tres años. Una de las singularidades del acuerdo es que se trata del primer equipo de deportes electrónicos dedicado exclusivamente a juegos para dispositivos móviles. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos.

“Estamos encantados de haber encontrado al **partner** ideal para nuestra entrada estratégica y a largo plazo en este atractivo y dinámico sector”, ha señalado Jorge Lombardía, responsable de ventas corporativas de Telepizza. El ejecutivo ya anunció a finales de 2017 que estaban definiendo un nuevo plan para este segmento, después de “colaboraciones con PlayStation4 y con Xbox, y nos salimos porque el sector estaba creciendo mucho y desconocíamos el sector”.

Lombardía considera que con esta alianza, en la que ha intermediado Foreseen Media, “conseguimos estar asociados a los momentos de ocio de nuestros clientes” e “introducimos como marca de una manera paulatina en el sector y aportar valor y contenidos”.

Además, sobresale el hecho de que el patrocinio tenga una duración de tres años, pues evidencia “una apuesta a largo plazo” por este negocio y por el *target* que abarca: “personas jóvenes que pasan gran parte de su tiempo de ocio en grupo y que sienten debilidad por los juegos de móvil, un dispositivo con un gran potencial y recorrido, desde el que los clientes de Telepizza ya realiza alrededor del 15% de los pedidos totales”, defiende.

PALCO23

Álvaro G. Buitrago, director general de Team Queso, ha señalado que, debido a su proyecto de expansión, “necesitamos encontrar socios que tengan esta misma ambición y visión de éxito”. “Es el primer acuerdo de esta envergadura entre nuestro club y una empresa no endémica de los eSports líder en su sector”, ha señalado, si bien también cuentan con la marca de arroz Brillante.