

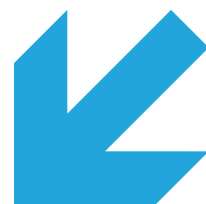
## Nuevas tecnologías

---

Todo lo que necesitas  
saber sobre E-sports  
y las plataformas de  
gaming como  
Twitch y Discord

Explora el **Universo Gamer**

[ticnegocios.es](http://ticnegocios.es)



# Índice

## 01 Introducción

## 02 ¿Qué es un club e-sport?

2.1 ¿Cómo empezar de cero?

2.2 ¿Cómo se crea un club de gaming en España?

2.3 ¿Qué roles son necesarios en un club de gamers?

2.4 La importancia de la marca

2.5 El equipamiento

2.6 Organizar torneos

## 03 3. Las nuevas tendencias en el universo gamer

3.1 Tecnologías más relevantes en e-sports

3.2 Incremento de la colaboración de las marcas con los desarrolladores de videojuegos

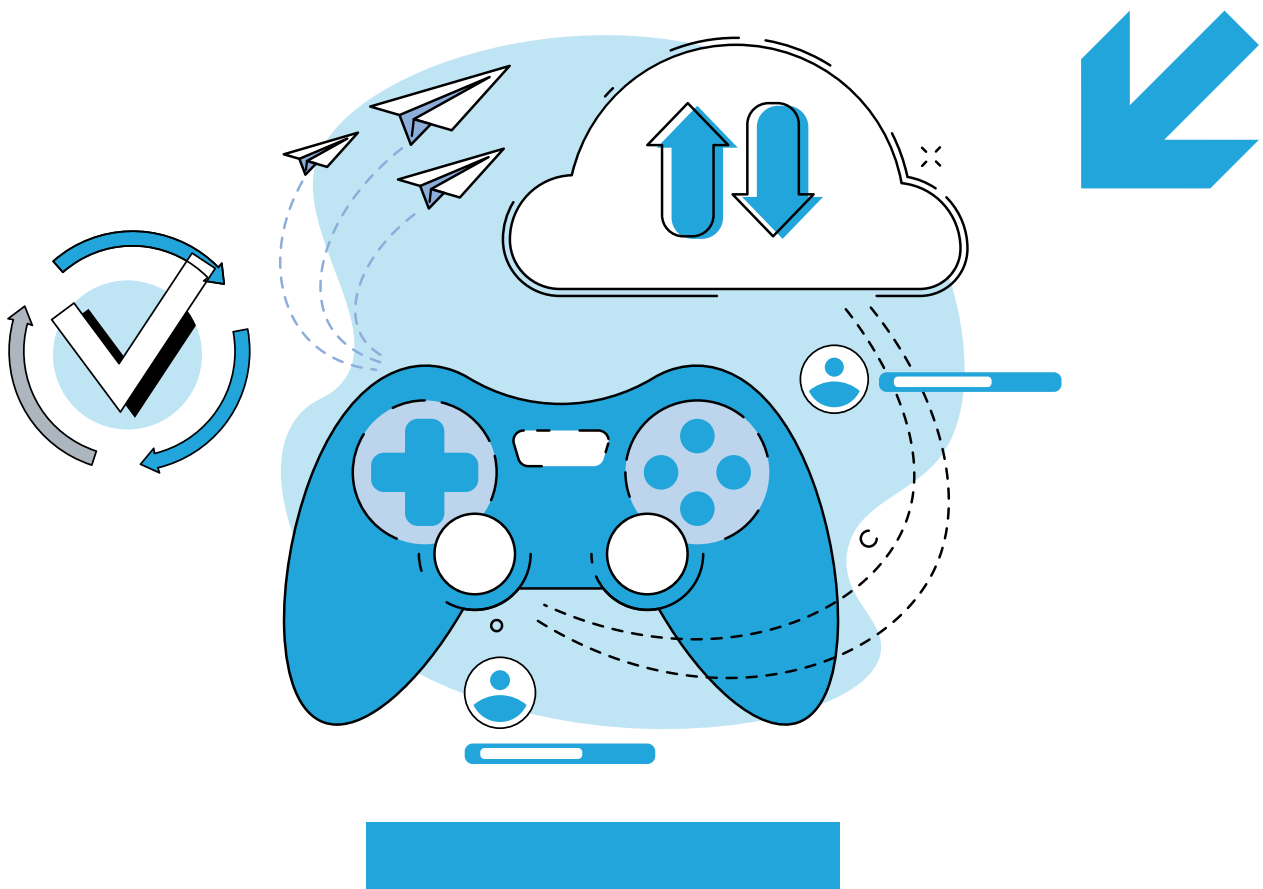
3.3 Sostenibilidad y responsabilidad social

3.4 Inclusión y diversidad en los equipos de e-sports

# 1. Introducción

Pese a que son muchos los que piensan que el **universo gamer** está de moda, lo cierto es que su protagonismo ha crecido progresivamente junto a Internet. De hecho, para 2024, se espera que alcance los 580 millones de usuarios, lo que lo convierte en una de las fuerzas económicas y culturales más prósperas del mundo digital.

Lógicamente, este fenómeno no escapa a las grandes tecnológicas, ya que es un mercado que mueve enormes cantidades de dinero y atrae a muchos inversores. Con el auge en el avance de las tecnologías, presumimos que viviréis experiencias de juego cada vez más inmersivas, así como una fusión entre lo virtual y lo real nunca vista.





## 2. ¿Qué es un club e-sport?

Es un equipo profesional de personas que se dedican al mundo de los videojuegos y que participan en competiciones de videojuegos multijugador. Los géneros de e-sports más comunes son los de estrategia en tiempo real ([Real Time Strategy](#)) o los de disparos ([shooters](#)), entre otros.

## 2.1

### ¿Cómo empezar de cero?

En primer lugar, debéis decidir en qué juego os vais a centrar. Al principio, es importante que no os disperséis y os focalicéis solo en uno. Lo mejor es que conozcáis su funcionamiento y normas, aunque no los dominéis a la perfección.

En segundo, es buena idea que determinéis dónde vais a jugar. Pese a que son juegos **online**, es conveniente que quedéis periódicamente para hacerlo juntos. Esto quiere decir que, en algún momento, debéis buscar un lugar físico donde reunirnos.



Por último, centraros al principio en las ligas locales o regionales antes de dar el salto a un evento de carácter estatal.

## 2.2

# ¿Cómo se crea un club de gaming en España?

Para empezar, necesitáis partir de un capital inicial elevado. Por tanto, es crucial que, antes de crear la estructura que precisáis, busquéis financiación pública o privada. También adelantaréis mucho si conseguís los primeros patrocinadores y socios que contribuyan a la promoción y al éxito del proyecto.

Una vez solventada la cuestión económica, es el momento de definir la estructura del club y comenzar con la selección del personal. Necesitaréis personal administrativo, institucional y, por supuesto, los miembros de los equipos.

En cuanto a su forma jurídica, es una sociedad limitada o SL y debéis seguir los pasos establecidos para crearla. Algunos de ellos son los siguientes:



- Obtención del certificado de denominación social del Registro Mercantil Central.

- Disponer de 3000 euros para el capital social.

- Abrir una cuenta de empresa en una entidad bancaria en la que depositar el capital social.

- Obtención del NIF del club.

Una vez creada la sociedad, podréis solicitar su inscripción en la Asociación de Clubes de [E-sports](#).



## 2.3

### ¿Qué roles son necesarios en un club de gamers?

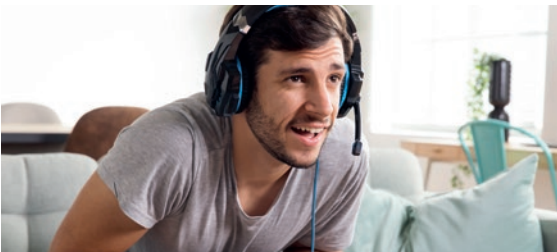
Al igual que cualquier otra empresa, debe contar con profesionales de todo tipo hasta configurar una estructura sólida. En este caso, los perfiles son diversos. Generalmente, debe tener cuatro áreas divididas, a su vez, en departamentos funcionales:

#### Área de administración



Engloba la dirección, el departamento de contabilidad, el de temas jurídicos, mantenimiento, etc.

#### Área deportiva



Abarca una serie de profesionales que se centrarán en el equipo. Incluye al director deportivo, al **team manager**, entrenadores, psicólogos, fisioterapeutas o masajistas, los propios **gamers**, etc.

#### Área de comunicación y relaciones institucionales



Sus profesionales son los encargados de buscar patrocinios y de relacionarse con las marcas y los medios de comunicación. En definitiva, se centran en conseguir financiación para el equipo. También puede recaer sobre ellos la imagen del club.

## 2.4

### La importancia de la marca

Debéis trabajar a conciencia la marca. Proyectar una imagen positiva os va a ayudar a lograr financiación y seguidores. Con ella, añadís valor al equipo, así que es importante que os detengáis a pensar en los colores que os representan, el logo y la personalidad. Pensad en que será aquello que os identifique. Por otro lado, debéis definir los valores que representáis porque marcarán la diferencia con respecto al resto de equipos. Os podéis centrar en uno troncal y, luego, ir definiendo los adyacentes. Serán determinantes para el éxito y el respaldo del equipo en el ámbito social. De la misma forma, son muy útiles para atraer a buenos jugadores que se sientan identificados con ellos.

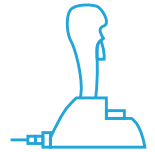
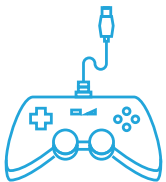
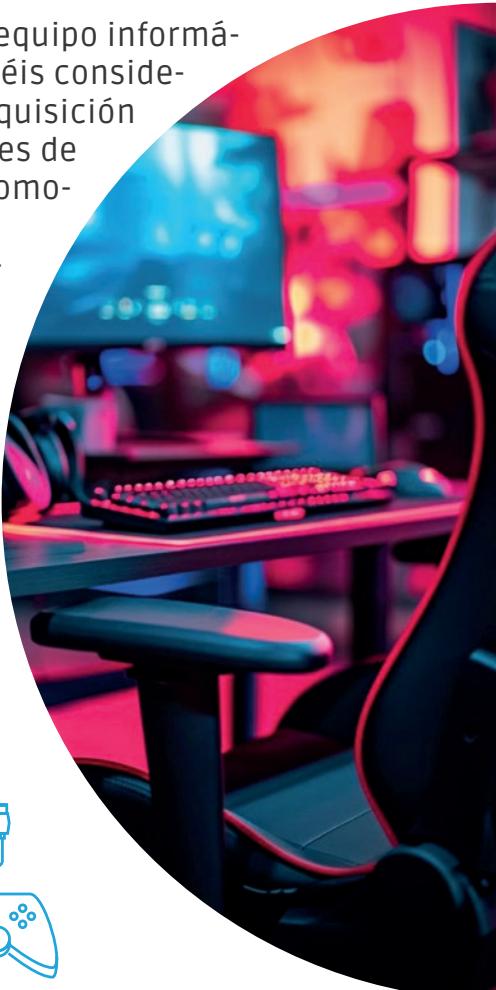
Para hacerlo bien, intentad ser creativos y no dudéis en acudir a diseñadores para que plasmen gráficamente lo que deseáis.

## 2.5

### El equipamiento

Disponer de buenos equipos informáticos es fundamental para el éxito de los jugadores. Pensad que, en muchos juegos, la rapidez es vital. En general, suelen conseguirse a partir de los patrocinios, pero, sin duda, sea como sea, tenéis que centraros en que los vuestros sean punteros. Asimismo, puede ser obligado que contéis con informáticos en plantilla.

Junto al equipo informático, debéis considerar la adquisición de sillones de **gamer** homologados. Los jugadores pasarán mucho tiempo sentados y cuanto más ergonomía ofrezcan, mejor.



## 2.6

### Organizad torneos

Es una buena manera de daros a conocer en vuestro entorno y de crear afición. Además, podéis organizar actividades para niños, pues os proporcionarán una cantera maravillosa junto a los ingresos.

Los deportes electrónicos estimulan los reflejos, el trabajo en equipo, la disciplina y la capacidad de estrategia. Son cualidades muy valiosas en la sociedad e imprescindibles para los profesionales del futuro.



# 3. Las nuevas tendencias en el universo **gamer**



Son muchas y de naturalezas completamente diferentes. Os hacemos un repaso.

## 3.1

### Tecnologías más relevantes en **e-sports**

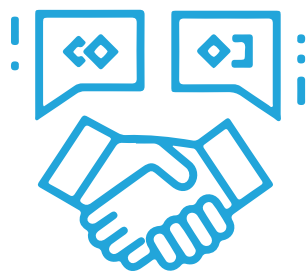
En realidad, todas son importantes y todas intervienen en los juegos de nueva generación. Sin embargo, para no centrarnos exclusivamente en este punto, os citaremos dos:

#### ■ **Inteligencia artificial:**

Las empresas desarrolladoras están poniendo el foco en generar experiencias más personalizadas y adaptadas a los gustos y preferencias de cada **gamer**. Sus posibilidades son infinitas a la hora de recrear escenarios, ambientes o conversaciones que se pueden ajustar a todos los gustos. De este modo, ofrece experiencias de juego únicas. Igualmente, en aquellos juegos en los que la aleatoriedad es una pieza crucial, la IA crea patrones más seguros y transparentes.

#### ■ **Realidad virtual y realidad aumentada:**

La futura generación de juegos brindará experiencias nunca vistas y traspasará los límites de las pantallas. Los dispositivos cada vez serán más accesibles, así como el número de juegos que implementa la realidad virtual. Por su parte, la realidad aumentada es una gran fuente de inspiración para nuevas tendencias que fusionarán entornos reales con virtuales a través de los dispositivos móviles.



## ↘ 3.2

### Incremento de la colaboración de las marcas con los desarrolladores de videojuegos

Los patrocinios y espónsores son determinantes en el mundo **gaming**. Hoy en día, muchas empresas españolas apoyan al sector de los videojuegos. Y si sois jugadores habituales, también es frecuente que encontréis la publicidad **in-game**.

Son marcas que incluyen sus productos y servicios directamente en los juegos, a veces, con el fin de financiar alguna ventaja o bonus. Por consiguiente, contribuyen a esa experiencia única y relevante del **gamer**. Ya os decimos que ese enfoque de **marketing** es verdaderamente provechoso para esas marcas.



## ↘ 3.3

### Sostenibilidad y responsabilidad social

Si bien entre los seguidores de los **e-sports** hallaréis a personas de todas las edades y sexos, es cierto que los miembros de la generación Z ocupan un lugar preponderante. Aunque los valores ecologistas y sociales ya impregnan toda la sociedad, con su conciencia, el acento es aún mayor.

En consecuencia, es común ver iniciativas cuyo objetivo es eliminar o minimizar la huella de carbono de los eventos. Además, existen campañas que tratan problemas sociales, sobre la paz en regiones en conflicto, etc. En esta dirección, los **e-sports** suelen participar de forma activa y aportar cierto compromiso.



## 3.4

### Inclusión y diversidad en los equipos de e-sports

Muchos de los videojuegos de multijugadores tienen alcance internacional y son numerosas las nacionalidades que pueden estar representadas en los equipos o ser mixtos. Esto refuerza las relaciones y cualquier evento geopolítico externo despierta sentimientos solidarios entre los jugadores.

Del mismo modo, en este ambiente no solo se juega. A menudo, los equipos disponen de salas virtuales para planificar las estrategias o construir alianzas con otros equipos en Twitch o en Discord. En otras palabras, se abren canales que facilitan la comunicación y el establecimiento de lazos fraternales entre las personas.

Asimismo, en los equipos profesionales, se prevé una mayor diversidad tanto en la representación de género como en la etnia en 2024. Esta tendencia, sin duda, generará un cambio significativo que repercutirá en la constatación de una gran variedad de talentos y perspectivas.

Las nuevas tecnologías ofrecerán innovadores escenarios que, para ser relevantes, necesitarán planes multicanales y transversales de estrategias de [marketing](#).





En la actualidad, el universo **gamer** se posiciona como uno de los sectores más atractivos para los inversores y tiene un potencial de crecimiento elevado. Las tecnologías disruptivas contribuyen a ello porque suelen ser el gran campo de prueba. La profesionalización de los equipos da cuenta de su valor y proliferan los clubes de jugadores a lo largo y ancho de todo el país. Tienen estructuras de pymes y son personas jurídicas. Por otro lado, se financian a través de los socios, subvenciones públicas y, sobre todo, patrocinios y publicidad. Si os gustan los videojuegos, cread un equipo profesional porque haréis una buena inversión.



**Tecnología**  
para los negocios