

PLAN DE EMPRESA PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA DEDICADA A LOS EVENTOS DEPORTIVOS VALENGAME 2020

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



VALENGAME



ALUMNO: EZEQUIEL PÉREZ-FUSTER HERRERA
TUTOR: GONZALO GRAU GADEA
DICIEMBRE 2021

ÍNDICE

Tabla de contenido

ABREVIATURAS	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	4
CAPÍTULO I. CONTEXTO DEL TRABAJO	5
RESUMEN	6
RESUM	6
ABSTRACT	6
CAPÍTULO II. INTRODUCCIÓN	7
INTRODUCCIÓN	8
EFECTOS DE LA PANDEMIA	9
METODOLOGÍA	10
CAPÍTULO III. LA EMPRESA	11
PRESENTACIÓN	12
OBJETIVO	13
INTERÉS SOCIAL	14
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL	15
ESTUDIO MERCADO	16
ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL	16
ENTORNO ECONÓMICO	17
ENTORNO SOCIAL	18
ENTORNO TECNOLÓGICO	18
ENTORNO AMBIENTAL	19
CAPÍTULO V. MODELO PORTER	20
CONTEXTO	21
ORIGEN	23
OPORTUNIDAD	24
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	25
COMPETIDORES LOCALES	25
COMPETIDORES NACIONALES	26
CADENA DE VALOR	27
ANÁLISIS DAFO	28
CAPÍTULO VI. NORMATIVA DE LOS EVENTOS Y ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS	29
MARCO LEGISLATIVO	30
CAPÍTULO VII. PLAN DE EMPRESA	32
PLAN DE EMPRESA	33
VISIÓN:	35
MISIÓN:	35
OBJETIVOS:	35
METAS:	35
PÚBLICO OBJETIVO	36
PLAN DE MARKETING	37
LOGO Y MARCA	37
VIABILIDAD	37



DESCRIPCIÓN DE EVENTOS	41
DESARROLLO DIGITAL.....	50
RECURSOS HUMANOS.....	54
ESTRUCTURA FINANCIERA.....	55
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES	61
CONCLUSIONES	62
CAPÍTULO IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

ABREVIATURAS

En este trabajo encontrarás palabras clave que facilitan la comprensión del contenido.

AEVI: Agencia Estatal de videojuegos (destaca la actualidad y es el organismo que realiza los anuarios del sector).

NEWZOO: Consultora de videojuegos referente en el sector.

GAMER: jugador habitual de videojuegos, normalmente en un ámbito amateur.

CASTER: Comentarista de videojuegos profesional.

TWITCH: La mayor plataforma de retransmisión en directo que existe en el mundo.

CSD: Consejo Superior de Deportes, organismo estatal que regula el deporte en España.

IAB: International Advertising Bureau (es la mayor asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital)

ANEXOS

A través de los diferentes anexos de elaboración propia se podrá ampliar toda la información necesaria y enriquecerá la comprensión del trabajo final del TFG.

- I. Análisis del sector de videojuegos.
- II. Creación y retransmisión de una competición eSport.
- III. Campus Multideportivo.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DAFO	28
TABLA 2: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS POR ESTRATEGIA.	31
TABLA 3: INE EDADES POR RANDO DEL MUNICIPIO DE VALÈNCIA	33
TABLA 4: REGISTROS DE MEDICIÓN Y CONTROL DE LOS INGRESOS Y NÚMERO DE CLIENTES PREVISTOS.	47
TABLA 5: BALANCE 2019	54

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: RELACIÓN ENTRE SECTORES EN LOS AÑOS 1990.	22
ILUSTRACIÓN 2: INGRESOS GENERADOS POR LOS eSPORTS EN TODO EL MUNDO	23
ILUSTRACIÓN 3: JUEGOS MÁS VISTOS EN LA PLATAFORMA DE RETRANSMISIÓN TWITCH 10/2019	23
ILUSTRACIÓN 4: RELACIÓN ENTRE SECTORES EN LOS AÑOS 2010.	24
ILUSTRACIÓN 5: PUNTO DE CREACIÓN DE NEGOCIO ENTRE SECTORES A PARTIR DEL AÑO 2010.	25
ILUSTRACIÓN 6: IMAGEN DE CORENTIN FICHADO POR EL UD LEVANTE CF	26
ILUSTRACIÓN 7: ESQUEMA DE LA CADENA DE VALOR	27
ILUSTRACIÓN 8: DISPOSICIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN LA WEB	35
ILUSTRACIÓN 9: PLATAFORMAS DE PROMOCIÓN RRSS. INSTAGRAM	36
ILUSTRACIÓN 10: CANAL MOVISTAR+ DE eSPORTS. UBEAT STREAMING LIGA eSPORT.	39
ILUSTRACIÓN 11: INICIO DEL ANEXO II CAMPUS MULTIDEPORTIVO	40
ILUSTRACIÓN 12: VISTA DEL PLANO DE eSPORTS AL BARRI 2.0.	42
ILUSTRACIÓN 13: GRÁFICO TEMPORAL EN GOOGLE DE LA MODALIDAD BALONMANO	43
ILUSTRACIÓN 14: GRÁFICO TEMPORAL EN GOOGLE DE LA MODALIDAD RUGBY	43
ILUSTRACIÓN 15: ESCENARIO DE INGRESOS POR UNIDADES DE NEGOCIO DURANTE EL 2020	45
ILUSTRACIÓN 16: ESCENARIO DE INGRESOS POR UNIDADES DE NEGOCIO DURANTE EL 2021	45
ILUSTRACIÓN 17: ESCENARIO DE INGRESOS POR UNIDADES DE NEGOCIO DURANTE EL 2022	46
ILUSTRACIÓN 18: ESCENARIO DE INGRESOS POR UNIDADES DE NEGOCIO DURANTE EL 2023	46
ILUSTRACIÓN 19: ESCENARIO DE INGRESOS POR UNIDADES DE NEGOCIO DURANTE EL 2024	47
ILUSTRACIÓN 20: VISIÓN DE LA PÁGINA WEB DE INICIO.	49
ILUSTRACIÓN 21: CUADRO DE COMPETICIÓN Y RESULTADOS DE LIGA eSPORT	49
ILUSTRACIÓN 22: NOTICIERO WEB DE LA ACTUALIDAD Y DIFERENTES NOVEDADES.	50
ILUSTRACIÓN 23 UBICACIÓN DE LA OFICINA EN MAPS Y PLATAFORMAS DE SEGUIMIENTO DE VALENGAME	51
ILUSTRACIÓN 24: ESQUEMA DE LOS RECURSOS HUMANOS VALENGAME	52



CAPÍTULO I. CONTEXTO DEL TRABAJO

RESUMEN

Este trabajo aborda la creación de ValenGame, una empresa que da servicio a instituciones locales, federaciones y corporaciones en la promoción de la práctica de modalidades deportivas diversas con un enfoque innovador, integrador y ligado a la salud y el bienestar ciudadano. En un contexto en que cada vez hay más puentes que unen la actividad física con la industria de los videojuegos, ValenGame ofrece la organización de eventos que vinculan la práctica deportiva con competiciones eSports y el fomento de destrezas en el entorno electrónico, diferenciándose así del grueso de empresas del sector en la Comunidad Valenciana. El presente texto incide en las fases de estudio del mercado y la elaboración de un plan de empresa para configurar una completa hoja de ruta para la creación de ValenGame.

RESUM

Aquest treball aborda la creació de ValenGame, una empresa que dona servei a institucions locals, federacions i corporacions en la promoció de la pràctica de modalitats esportives diverses amb un enfocament innovador, integrador i lligat a la salut i el benestar ciutadà. En un context en què cada vegada hi ha més ponts que uneixen l'activitat física amb la indústria dels videojocs, ValenGame ofereix l'organització d'esdeveniments que vinculen la pràctica esportiva amb competicions eSports i el foment de destreses en l'entorn electrònic, diferenciant-se així de el gruix d'empreses del sector a la Comunitat Valenciana. El present text incideix en les fases d'estudi de mercat i l'elaboració d'un pla d'empresa per configurar una completa full de ruta per a la creació d'ValenGame.

ABSTRACT

This work addresses the creation of ValenGame, a company that provides services to local institutions, federations and corporations in promoting the practice of various sports with an innovative, integrative approach linked to health and well-being. In a context in which there are more and more bridges that link physical activity with the video game industry, ValenGame offers the organization of events that link sports practice with eSports competitions and the promotion of skills in the electronic environment, thus differentiating itself from the bulk of companies in the sector in the Valencian Community. This text focuses on the market study phases and the development of a business plan to configure a complete roadmap for the creation of ValenGame.



CAPÍTULO II. INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La actividad deportiva forma parte de la sociedad actual, en que el tiempo libre y el ocio tiene un protagonismo cada vez más relevante, por eso el sector servicios cuenta con el mayor peso económico en España con una aportación del 67,98% al PIB¹. Los acontecimientos deportivos tienen una repercusión que va más allá del propio ámbito del deporte, pues complementa otros aspectos que favorecen el turismo.

Los espectáculos deportivos siempre están en continuo cambio, por sus propias características hace que sean únicos, logra tener una repercusión en la sociedad importante pues genera movimiento de masas, cultura deportiva y actividad económica. (Patricio Sánchez y Ángel Barajas 2012) ²

La organización y celebración de eventos forma parte de la industria deportiva, representando la expresión más visible de su práctica y de la importancia que tiene la misma para la sociedad en general y para los individuos en particular.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) reflejan que en 2018 (último año disponible) la industria del deporte generó de manera directa una actividad económica de 15.768 millones de euros de producción y 195.027 puestos de trabajo a través de más de 37.231 empresas.

Por ámbitos, la facturación de los clubes es la más elevada dentro del impacto directo, ya que estos tienen una repercusión de 5.881 millones de euros, seguida de la de las tiendas especializadas (4.988 millones de euros), las instalaciones deportivas (2.508 millones de euros), los gimnasios (662 millones de euros) y la fabricación de artículos y prendas deportivas (241 millones de euros). Otras actividades, como la promoción de eventos, ligas u órganos reguladores se tradujo en casi 1.487 millones de euros, según los datos extraídos del informe de la consultoría Pwc España. ³

¹ FERNANDEZ, Rosa (2020). *Porcentaje de participación en el producto interior bruto (PIB) de los sectores económicos de España de 2008 a 2019*. En: Statista [en línea] Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/501643/distribucion-del-producto-interior-bruto-pib-de-espana-por-sectores-economicos/> [consulta: 18 enero 2020]

² SÁNCHEZ, Patricio y BARAJAS, Ángel (2012) *Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición*". En: XXI International Congress of AEDEM , Budapest, Hungría, 3-4/9/2012 ISBN 13: 978-84-695-4555-3. Disponible en: <https://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADORES%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf>

³ MANCA, Patricia (2020). *El deporte contribuye al 3,3% del PIB y genera 413.000 empleos*. En: PwC [en línea] Disponible en: <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2020/industria-deportiva-pib-spanol.html> [consulta: 23 noviembre 2020]

EFFECTOS DE LA PANDEMIA

Los efectos de la pandemia han supuesto un duro golpe para la economía global, y ha afectado con especial virulencia a la industria del deporte, que ha sufrido una merma de hasta un 45% en su cifra de negocio. (Palco23) ⁴

El impacto negativo de la pandemia ha afectado de manera notable al desarrollo de actividades deportivas y eventos promocionales, a causa, principalmente, de las restricciones de la movilidad a nivel nacional y regional y de los cambios normativos en la práctica de la actividad física, tanto en espacios cerrados como al aire libre. Estas modificaciones en la norma han implicado, a su vez, a suspensión de torneos, cancelación de competiciones, aplazamiento de eventos, y la drástica disminución de las actividades promocionales.

El deporte es una herramienta que ayuda a la promoción de una vida saludable y la prevención de enfermedades pero esta crisis generará un aumento de la inactividad física y por consiguiente un deterioro de la salud de la población.

Cabe destacar tanto el gobierno central como las administraciones públicas regionales y locales están realizando una política de fomento de la práctica del ejercicio físico para poder prevenir posibles efectos en la salud que puedan conllevar mayor gasto en la sanidad pública, por lo que el deporte está dentro de la hoja ruta de la recuperación de la crisis sanitaria que asola a la población.⁵

En el sector de eventos deportivos se ha tenido que readaptar debido a que su actividad principal ha desaparecido casi al completo ya que los eventos sin público no se pueden realizar en la mayoría de casos o es difícil de organizar, por lo que el ámbito digital, cobra cada vez mayor fuerza y saber reinventarse en el sector es primordial para la supervivencia en estos tiempos.

⁴ Palco23 (2020). *Los eventos deportivos perderán 57.000 millones a nivel global por el coronavirus* En: Palco23 [en línea] Disponible en: <https://www.palco23.com/entorno/los-eventos-deportivos-perderan-57000-millones-a-nivel-global-por-el-coronavirus.html> [consulta: 3 mayo 2020]

⁵ LIZALBE, Enrique (2020). *Beneficios del deporte tras el Covid*. En: Marca [en línea] Disponible en: <https://www.marca.com/blogs/espanasemueve/2020/10/06/beneficios-del-deporte-tras-el-covid.html> [consulta: 6 octubre 2020]

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del Trabajo Final de Grado (TFG) y llevar a cabo los objetivos del Plan de Empresa de ValenGame se han analizado las variables que definirán la ruta estratégica de la empresa para que pueda ser un caso de éxito empresarial.

Se ha estudiado el contexto socio-económico de los próximos años, el incremento continuo de la unidad de negocio en el sector, la cadena de valor de la empresa como de los servicios que se ofrecen.

Se realiza un análisis financiero de la empresa para determinar su viabilidad y solvencia en el sector, así como tratar de las dificultades sectoriales que atraviesan todas las empresas en estos momentos de pandemia.

Las asignaturas que han sido claves para la elaboración del TFG han sido la introducción a la Administración de Empresas, Dirección Comercial, Planes Estratégicos en las Empresas y Análisis y Consolidación Contable.



CAPÍTULO III. LA EMPRESA

PRESENTACIÓN

ValenGame nace de la inquietud por compaginar dos grandes sectores como el deporte y los videojuegos en el que la pasión por la práctica de ejercicio físico y el desarrollo digital se unen para dar un servicio totalmente novedoso y atractivo para las entidades que fomentan y promocionan el deporte.

ValenGame es una empresa que ofrece servicios de espectáculos deportivos (torneos, campus, clinics, promociones deportivas, entrenamientos, etc), con un estilo novedoso de eventos y desarrollo de actividades promocionales, donde el deporte tradicional y el deporte electrónico “eSport” se complementan a la perfección para potenciar mucho más las promociones deportivas, generando un mayor impacto en la sociedad, llevando un paso más adelante la promoción que conocemos en la actualidad.

Los eventos y las actividades de ámbito deportivo desarrolladas por la empresa tienen mayor interés en el público joven, por lo que nos proporciona mayor influencia sobre él. Por ello, los eventos se convierten también en un altavoz para hacer divulgación educativa de los valores del deporte, y para de inculcar hábitos saludables.

ValenGame realiza una apuesta por la implementación de las nuevas tecnologías en un contexto de rápido crecimiento de las tendencias digitales aplicadas al deporte tradicional, lo que está haciendo proliferar las competiciones digitales.

La necesidad de las administraciones públicas de regular un sector totalmente novedoso y desconocido genera una incertidumbre en la clase política , que encuentra obstáculos a la hora de abordar la gran acogida que los espectáculos de este tipo están teniendo entre las generaciones más jóvenes cómo abordar una acogida tan grande de los espectáculos de estas características entre la sociedad. Con un sector del espectáculo deportivo al alza, pero con un cambio totalmente de rumbo, hacia el entorno digital, donde ValenGame ofrece también, servicios de asesoramiento.

Además de los servicios anteriormente mencionados, la empresa ofrece soluciones contra el sedentarismo en la etapa juvenil y sénior, con plataformas de entrenamiento personal y online a través de metodologías para la iniciación de la práctica del ejercicio.ValenGame está compuesto por un equipo de profesionales del sector de la actividad física y de la informática que trabajan por la implementación de soluciones deportivas, siempre desde el fomento a la diversidad y la igualdad.

En definitiva, ValenGame es una empresa que mira al futuro de los eventos deportivos y que aspira a ofrecer actividades que permitan promover de manera transversal la actividad física y los eSports a lo largo de todo el territorio nacional a precios competitivos. El objetivo general de este trabajo final de grado, es desarrollar un plan de empresa de eventos deportivos de ValenGame para el período 2020-2024.

OBJETIVO

Se establecen como objetivos específicos el realizar un análisis de la empresa bajo un enfoque estratégico, elaborar una evaluación del mercado de eventos deportivos español con el fin de determinar sus características y necesidades, especificar la estrategia global de la empresa a largo plazo, determinar la posibilidad de nuevas unidades de negocio y el cambio social que se está generando con el contexto actual de la pandemia.

A través del análisis financiero determinaremos la solvencia de la empresa, estudiaremos el proyecto económico a medio plazo y se estudiará la viabilidad del plan de empresa en el sector con el contexto social y económico que se está produciendo ahora en todo el mundo.

Se definirán los objetivos corporativos, la estructura organizacional y herramientas metodológicas tales como el modelo de las cinco fuerzas de Porter, la cadena de valor y el análisis DAFO que permiten determinar la situación en que se encuentra la empresa. Siendo posible así, la identificación tanto de necesidades internas de la organización como de los clientes y el mercado en general.

Al finalizar podremos obtener una serie de conclusiones de todo lo anteriormente estudiado en el plan de empresa de ValenGame.

Objetivos SMART (SPECIFIC, MEASURABLE, ALCANZABLE, REALIST, TIMEABLE)

ValenGame tiene como objetivo llegar en el año 2024 a dar servicio de streaming a tres federaciones nacionales y participar en al menos una veintena de eventos promocionales al año.

Como otro objetivo destacado resaltamos sobrepasar las 1.000 inscripciones en las diferentes competiciones entre las diferentes disciplinas deportivas ofertadas.

A nivel de facturación tenemos como objetivo haber facturado globalmente más de 250.000€ al finalizar 2024.

Por último, nos proponemos incrementar año tras año un 30% los inscritos respecto al año anterior en ligas eSports y un 10% en campus deportivos.

INTERÉS SOCIAL

Uno de los objetivos de ValenGame es desestigmatizar el joven adolescente 'gamer' que disfruta de su deporte favorito, jugando a través de la consola, en su habitación desde casa, para sacar a luz una nueva manera de practicar deporte.

Es conocido que jugar a videojuegos durante mucho tiempo es malo⁶, pero hacer mucho deporte durante mucho tiempo, también lo es. La cuestión radica en la educación para inculcar hábitos saludables que son alcanzables, gestionando bien el uso de nuestro tiempo y de las actividades cotidianas.

Disfrutar de un videojuego deportivo (rugby, balonmano, tenis) con los amigos y al día siguiente ir a entrenar, es positivo. Las capacidades cognitivas de estrategia posicional, roles de jugadores en el campo, táctica de juego, se complementa perfectamente con la práctica de la modalidad deportiva en cuestión. Si los pilotos de avión y de fórmula 1 utilizan simuladores (videojuegos) Entonces, ¿Por qué no potenciarlo también para otros deportes?

Es aquí donde ValenGame lleva a cabo su aportación a la sociedad, enseñando a los padres, familiares y jóvenes otra manera de disfrutar de los videojuegos, educar en los buenos hábitos, disfrutar de la práctica deportiva en todas sus facetas. Un complemento perfecto para la promoción de la actividad deportiva.

En los eventos que desarrollamos se alterna las actividades físicas donde las personas combinan el ejercicio físico con los videojuegos deportivos y la realidad virtual. Una actividad totalmente novedosa en el mercado, no por su complejidad, si no por su aplicación en el sector deportivo y en el ámbito de la promoción escolar.

⁶ PONT, Elisa (2020). La adicción a los videojuegos entre los adolescentes. En: LaVanguardia [en línea] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200519/481153978057/adiccio-n-videojuegos-transtorno-oms-adolescentes.html> [consulta: 22 octubre 2020]



CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL

ESTUDIO MERCADO

Realizamos un análisis del mercado de eventos deportivos español donde se identificarán los factores que influyen en el entorno de las empresas (PESTEL)

ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL

Los grandes eventos deportivos ofrecen a las localidades que los acoge efectos beneficiosos y perjudiciales. Por un lado, para organizar un evento de cierta envergadura se debe contar con la infraestructura y su construcción conlleva una cierta regeneración del barrio, sobre todo en zonas con menos poder adquisitivo, pues todo ello beneficia tanto en el aspecto estético y de desarrollo económico de la zona, como a nivel social, pues fomenta la participación deportiva y mejora las relaciones sociales. La parte perjudicial es la posible pérdida de valor de todo lo construido, si no hay un proyecto de mantenimiento que sustente todo el esfuerzo económico generado.

En los eventos de promoción que realiza ValenGame son de dimensiones más pequeñas, que permite una preparación menor, adaptando a las demandas del cliente el evento, haciendo que sean mucho más asequible el presupuesto y por lo tanto, más accesible a los servicios que pueda prestar. Esto tiene un gran impacto, más allá de la zona donde se realice, en los pueblos o barrios para los vecinos. La organización de un evento implica la promoción de una zona o una determinada localidad, mediante los medios de comunicación, como de los deportistas o visitantes que se acercan a disfrutar del evento.

En el ámbito digital, los gobiernos están fomentando el uso de las nuevas tecnologías para desarrollar nuevos apartados que favorezcan el crecimiento económico y que estará avalado por fondos europeos en la agenda 2050.⁷

Esto es beneficioso para el sector ya que se está creando una nueva legislación para regular estas actividades.

Sin embargo, todavía, es un sector con escasa regulación. Las administraciones públicas no revisan la calidad de los servicios de eSports. No existe por parte de las autoridades un código de conducta, que sólo es redactado por los organizadores de la competición y entidades privadas.

⁷ Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia del Gobierno de España (coord.)

España 2050: Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo. Madrid: Ministerio de la Presidencia. 2021.

ISBN 978-84-7471-150-9. Depósito legal M-18656-2021.

ENTORNO ECONÓMICO

El aspecto positivo en las localidades que realizan eventos, es el aumento de los ingresos por la afluencia de público tanto local como de las localidades más próximas. La organización de eventos deportivos atrae visitas a la localidad que conlleva nuevos ingresos. Además, los eventos deportivos ayudan al desarrollo económico ofreciendo servicios en momentos de baja demanda, turismo desestacional.

En los pequeños eventos de ciudades y localidades más pequeñas, genera afluencia de público local y actividad económica.

Las previsiones de crecimiento para la economía española se sitúan en un 6,5% según las estimaciones del gobierno de España.⁸

De este modo, aunque la caída de la economía fue muy rápida debido al confinamiento de la población de marzo de 2020, también apreciamos que conforme se están eliminando las medidas restrictivas, también crece la economía en gran medida.

Por tanto, podemos deducir que el crecimiento económico tras la crisis del COVID-19 será rápida.

Según Internacional Advertaising Bureau (IAB) *“La industria de los videojuegos ha vivido una auténtica revolución durante 2019 gracias al auge de los esports o deportes electrónicos, que se han convertido en un fenómeno internacional con un seguimiento que poco tiene que envidiar a los deportes tradicionales. De hecho, esta industria que el año pasado alcanzó 1.100 millones de dólares de ingresos mundiales (un 26,7% más que en 2018), ha cerrado el año con una audiencia mundial de 453,8 millones, según estimaciones de la consultora Newzoo. España no se queda atrás con 5,5 millones de seguidores entre entusiastas y espectadores ocasionales según cifras del Libro Blanco de los esports de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), que indica también un perfil muy definido: hombre (71%) de entre 21 y 35 años (>50%), trabajador a tiempo completo (60%) y consumidor de contenidos online frente a los medios tradicionales”*⁹

Por todo ello, la perspectiva de futuro es muy alentadora, debido a que se está propiciando un entorno favorable para el desarrollo de las actividades que ValenGame puede llevar a cabo teniendo oportunidades en un sector, que a corto plazo, va a tener mucha demanda.

⁸ Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. [9 abril 2021] https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/210409_np_macro.aspx

⁹ IAB Spain. [13 enero 2020] <https://iabspain.es/etiqueta/esports/>

ENTORNO SOCIAL

La construcción de instalaciones, la remodelación de las antiguas y la mejora de la imagen de la localidad hace que todos los ciudadanos se beneficien de la ejecución de los eventos deportivos. Con el fomento de la práctica deportiva y las relaciones sociales que todo ello genera, la sociedad mejora en bienestar y salud.

También facilita a la sociedad el acceso a la participación en deportes minoritarios, hasta la fecha desconocidos y fomento de la diversidad.

Cada vez hay una mejor percepción de los eSports como alternativa. Tanto es así, que los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 han acogido por primera vez una competición de eSports en las modalidades de béisbol, ciclismo, remo, vela y automovilismo.¹⁰

Cada vez hay una mejor percepción de los eSports como alternativa. Deporte incluido en los Juegos Olímpicos de Tokio. Además existe una correlación entre la simulación de los deportes electrónicos con la práctica real de los mismos. Aumento del interés por el deporte a través del canal digital. Generación de nuevos líderes que surgen en el ámbito digital.

ENTORNO TECNOLÓGICO

La generación de nuevos productos en el sector digital y la innovación impulsada por las nuevas tendencias hacen que el desarrollo tecnológico sea cada vez mayor. La introducción de nuevas tecnologías en los eventos, posibilita el acceso a esta, que además de ser conocida tiene la posibilidad de formar a personas que trabajen directamente o no en estos proyectos y que puedan ir desarrollándola para el ámbito del territorio.

La pandemia del COVID-19 ha generado una aceleración en el proceso de digitalización de la economía y de la manera de trabajar en general. En el caso de los eSports, el año 2020 supuso una gran fuente de entretenimiento en la sociedad, que además cada vez conoce mejor cómo manejar los dispositivos electrónicos.

¹⁰ Juegos Olímpicos. COI [21 abril 2021]

<https://olympics.com/es/noticias-relacionadas/olympic-virtual-series-everything-you-need-to-know>

También han crecido mucho las redes sociales, las suscripciones a plataformas de televisión a la carta y en general cualquier tipo de contenido digital.¹¹

La adaptación a las nuevas tecnologías está presente en toda la sociedad por lo que desarrollar un proyecto empresarial relacionado con el sector de los videojuegos en estos momentos tecnológicos, es adecuado, por lo que podemos observar el auge que está teniendo y que ValenGame puede aprovechar.

ENTORNO AMBIENTAL

Los eventos deportivos son generadores de muchos residuos, pero estos suelen estar muy localizados por lo que una estrategia adecuada limitaría mucho su impacto en el medio natural. Habilitando zonas concretas para determinadas actividades en el que se departamentaliza el impacto ambiental. Además, se está utilizando nuevos métodos de ofrecer los productos y materiales, que permiten la sostenibilidad del evento y ofrecen mensajes de conciencia al visitante y a la población en general.

En este sentido, tal y como se ha aprobado por el Ministerio de Transición Ecológica al lanzar el gobierno a las Cortes el proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados para impulsar una economía circular y baja en carbono el 18 de abril de 2021.¹²

Además, los deportes electrónicos tienen la ventaja de que son energías más limpias en cuanto no requiere desplazarse del lugar de origen. El uso de internet está democratizado y prácticamente toda la población tiene acceso al mismo. De este modo se están evitando muchos desplazamientos en vehículos cuyo consumo de energías fósiles y emisión de CO₂ también se reduce considerablemente. Permite conectar jugadores de lugares remoto sin apenas realizar grandes desplazamientos.

¹¹ Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2020). Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España 2020 (Ed. 2020). Madrid: Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. <http://doi.org/10.30923/ContDigEsp-2020>

¹² Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-remite-a-las-cortes-el-proyecto-de-ley-de-residuos-y-suelos-contaminados-para-impulsar-una-econom%C3%ADa-circular-y-baja-en-carbono/tcm:30-526349>



CAPÍTULO V. MODELO PORTER

El modelo PORTER es una herramienta que nos permitirá estudiar y analizar la competencia dentro del mercado de eventos deportivos español. Este modelo estratégico nos permitirá analizar las cinco fuerzas del modelo clásico de Porter que son: competidores potenciales, productos sustitutos, rivalidad en el mercado, poder del comprador y poder del proveedor.¹³

CONTEXTO

Para entender el plan estratégico de ValenGame hay que ver históricamente que había y hacia dónde nos queremos dirigir. El sector del deporte comparado con el de los videojuegos no tenía relación alguna en los años 90.¹⁴ No había ningún punto en común por el cual, hubiera interés entre unas entidades y en las otras, pues se trataban de mercados completamente distintos, que no tenían ninguna relación entre sí.

En el Anexo I Análisis del Sector de videojuegos se ha desarrollado un análisis más detallado.

En la figura I podemos observar la distancia de los sectores. El único punto en común que podemos encontrar es la actividad lúdica del consumidor, ya que podía jugar a un videojuego que sea parecido al deporte que pudiera practicar.



Ilustración 1: Relación entre sectores en los años 1990. Elaboración propia.

En la actualidad, gracias a la mejora de la tecnología (gráficos, procesadores, diseños, la velocidad internet) el auge de los videojuegos desde el 2010 hasta el día de hoy, ha

¹³ Porter, M. (2010). Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. Pp. 8-33.

¹⁴ MESONEROS, Sergio (2019). eSports: pasado y presente de las competiciones de videojuegos . En: Fundación Telefónica [en línea] Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/esports-pasado-y-presente-de-las-competiciones-de-videojuegos/> [consulta: 10 mayo 2019]

presentado un aumento considerable de suscriptores, duplicando la cifra de negocios respecto al 2015, y convirtiéndose en un mercado muy amplio y rentable para las compañías.



Ilustración 2: Ingresos generados por los eSports en todo el mundo. Consultoría Newzoo.

El avance tecnológico ha sido tan significativo en los últimos años que las desarrolladoras de videojuegos han logrado simular de manera muy verosímil las caracterizaciones de los jugadores (ejemplo; RUGBY20, FIFA, NBA2K20) como los comandos de juego, haciendo que el consumidor sienta la competición al mismo nivel de pulsaciones que si estuviera en un terreno de juego.

Es en estos momentos, cuando gracias a la rápida conexión a internet en los videojuegos y al uso de las distintas plataformas de retransmisión surge la creación de nuevos sistemas de competiciones a nivel planetario, conectando entre sí a millones de jugadores.



Ilustración 3: Juegos más vistos en la plataforma de retransmisión Twitch 10/2019. Consultoría Newzoo

ORIGEN

En este contexto sociocultural, a partir del 2018 surgen competiciones con grandes premios, de cuantías económicas importantes, y ante una pérdida de valor del deporte tradicional, debido a que la audiencia ha dejado de consumir deporte tradicional a favor de otras actividades, entre ellas, videojuegos deportivos, las grandes entidades deportivas tradicionales comenzaron a realizar un cambio en la estrategia de marketing, pues han detectado que el futuro de la audiencia está en los eSports.¹⁵

Según la revista **Palco23** diario líder en información económica del negocio del deporte en España, que informa sobre este sector con la publicación de noticias, reportajes, análisis, entrevistas y artículos de opinión ha comentado en el [artículo](#) *“La industria del deporte ha crecido en los últimos años aupada por la consolidación de sus competiciones como producto de entretenimiento y la mayor penetración de estilos de vida que sitúan la actividad física dentro de la rutina diaria de las personas.*¹⁶

Nos podemos cuestionar, ¿y cómo hemos llegado hasta aquí? Un factor que ha influido de manera clave en que esto sucediera ha sido la incorporación de equipos y jugadores profesionales de eSports a clubes de gran relevancia como el Barcelona CF, Levante U.D. Betis, por lo que ha incrementado de manera exponencial el público joven, generando nuevos abonos de aficionados a los estadios y la incorporación de un nuevo nicho de mercado para las entidades deportivas que amplía las ventas de merchandising como el aumento del número de los aficionados.



Ilustración 4: Relación entre sectores en los años 2010. Elaboración propia.

Carlos `Líber`Díaz ha tratado sobre la incorporación de los clubes referentes a nivel mundial se alinean con empresas de los eSport para crecer en un sector de alta demanda juvenil¹⁷

¹⁵ ANTÓN, Marcos. Deporte tradicional vs. Esports: la comparativa. En: Marca [en línea] Disponible en: <https://www.marca.com/esports/2019/12/01/5de37734e2704e20928b4575.html> [consulta: 1 diciembre 2019]

¹⁶ LÓPEZ, Pablo. 2019: el año en el que el deporte libró un pulso a la economía en España. En: Palco23. [en línea] Disponible en: <https://www.palco23.com/entorno/2019-el-deporte-libra-un-pulso-a-la-economia.html> [consulta: 23 diciembre 2019]

¹⁷ DÍAZ, Carlos. En: AS [en línea] Disponible en: https://esports.as.com/industria/FC-Barcelona-Tencent-impulsar-esports_0_1385561438.html [consulta: 28 agosto 2020]

OPORTUNIDAD

Durante al 2020, con la incidencia de la Covid-19 ha hecho que el aumento de los eSports haya tenido un gran impacto durante la cuarentena, poniendo en evidencia la necesidad de regular un mercado emergente que está en constante crecimiento y que está introduciéndose en el sector a golpe de talonario por las grandes marcas.



Ilustración 5: Punto de creación de negocio entre sectores a partir del año 2010. Elaboración propia.

Es por ello que el sector del deporte y los videojuegos han llegado a converger en un punto crítico y estratégico, siendo este punto clave objeto de estudio para el plan de empresa de ValenGame.

Los grandes acontecimientos deportivos ya no son sólo físicos.

El periódico nacional El País publicó antes de la Eurocopa 2020 un gran artículo donde hacía referencia en el que el fútbol de ficción comienza a inspirar al fútbol real y empieza a tener influencia no sólo en la manera de ver la publicidad en los estadios de fútbol si no hasta que cámaras utilizar en los campos de fútbol, simulando casi a la perfección la visión que tiene un joven jugando a un videojuego.¹⁸

Se hace patente como el mundo virtual está creando tendencia y logra cambios en la manera de ver y de interesarse por el deporte real, logrando así atraer de nuevo el público más juvenil.

¹⁸ SABATÉS, Rober. CUANDO EL FÚTBOL DE FICCIÓN INSPIRA AL FÚTBOL REAL.

En: ElPaís [en línea] Disponible en:

https://elpais.com/deportes/2020/08/06/es_laliga/1596705905_290123.html [consulta: 25 agosto 2020]

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Hay grandes compañías en el sector de los eventos deportivos y en los eSports, pero apenas existen empresas que ofrezcan servicios similares a lo que ValenGame propone.

En la Comunidad Valenciana las competiciones de eSports van encaminadas a deportes de masas, como es el caso de la FIFA o la NBA. Además la organización de estas competiciones se realiza de forma no profesional, siendo en la mayoría de casos promovidas por los propios clubes deportivos para obtener algún tipo de beneficio.

En el caso de ValenGame, tenemos un nicho muy específico destinado a otro tipo de deportes y con una filosofía distinta. ValenGame se diferencia de otras empresas de eSports por haberse especializado en deportes minoritarios con modalidades deportivas como el ciclismo online, tenis, ajedrez o el rugby.

COMPETIDORES LOCALES

Como bien mencionamos anteriormente, son muy grandes las empresas que existen a nivel local que se dediquen a los eSports. Destacan el caso de la sección de esports del Valencia C.F. o del Levante U.D.

- VCF eSports: la sección deportiva del Valencia C.F. dedicada a los eSports surgió en el año 2016. Cuenta en la con un equipo de FIFA y otro de Fornite, aunque también han participado en ediciones de League of Legends (LOL) @VCFeSports
- Levante UD eSports: el club decano del fútbol de la ciudad de Valencia también ha creado una sección de deportes electrónicos. En este caso han sido pioneros en FIFA 20, donde han tenido fichajes que han sido campeones en ligas europeas de este videojuego.¹⁹



Ilustración 6: Imagen de Corentin fichado por el UD Levante CF. Levante UD.

Pero no se dedican a la promoción del deporte si no, a la generación de ocio para seguir captando un público joven.

¹⁹ Levante Unión Deportiva. <https://www.levanteud.com/es/info/corentin-maestro-thuillier-nuevo-proplayer-del-levante-ud-esports>

COMPETIDORES NACIONALES

Una empresa de referencia en lo que a los eSports se refiere es [Team Heretics](#).

La empresa con sede en Leganés cuenta con secciones de Fornite y Counter Strike, realizan competiciones, formación de jugadores y espectáculos de eSports. La DreamHack con sede en Valencia organiza en grandes salones festivos de eSport y organizan competiciones, con jugadores de procedencia de toda Europa. Tour Esport organiza con más de 1.000 jugadores de todo el mundo en Benidorm los torneos de fútbol más relevantes de España, Costa Blanca Cup con un presupuesto que ronda el millón de euros.

Como conclusión podemos afirmar que las grandes compañías apuestan por los videojuegos de masas como es el caso de FIFA y Fortnite o eventos deportivos con mucha popularidad. Además, este tipo de actividades mueven mucho dinero, con lo cual observamos que se trata de empresas de gran tamaño con presupuestos muy elevados.

No podemos afirmar que sean competencia directa, ya que se dirigen a un público objetivo más específico y están centrados en la competición de la élite de los eSports o deportes populares, frente al enfoque de ValenGame, que busca la promoción de los valores de los deportes minoritarios también a través de eventos promocionales y lúdicos no competitivos. .

En España además están distribuidos los derechos de los eSports por Movistar eSports, donde se pueden ver retransmisiones de Fornite. ValenGame dista de luchar por esos mismos servicios, ofreciendo un discurso más ético y promocional del deporte, donde el deporte tradicional y el digital confluyen para lograr que la práctica deportiva sea cada vez mayor.

Aún así pensamos que no debemos de perder de vista este tipo de organizaciones, pues son referentes dentro de nuestro sector.

CADENA DE VALOR

La cadena de valor describe las categorías de actividades dentro y en torno a la organización, que conjuntamente crea el servicio.

Las actividades primarias se encuentran directamente involucradas con la entrega del servicio.

Las actividades de apoyo ayudan a mejorar la efectividad y eficiencia de las actividades primarias.

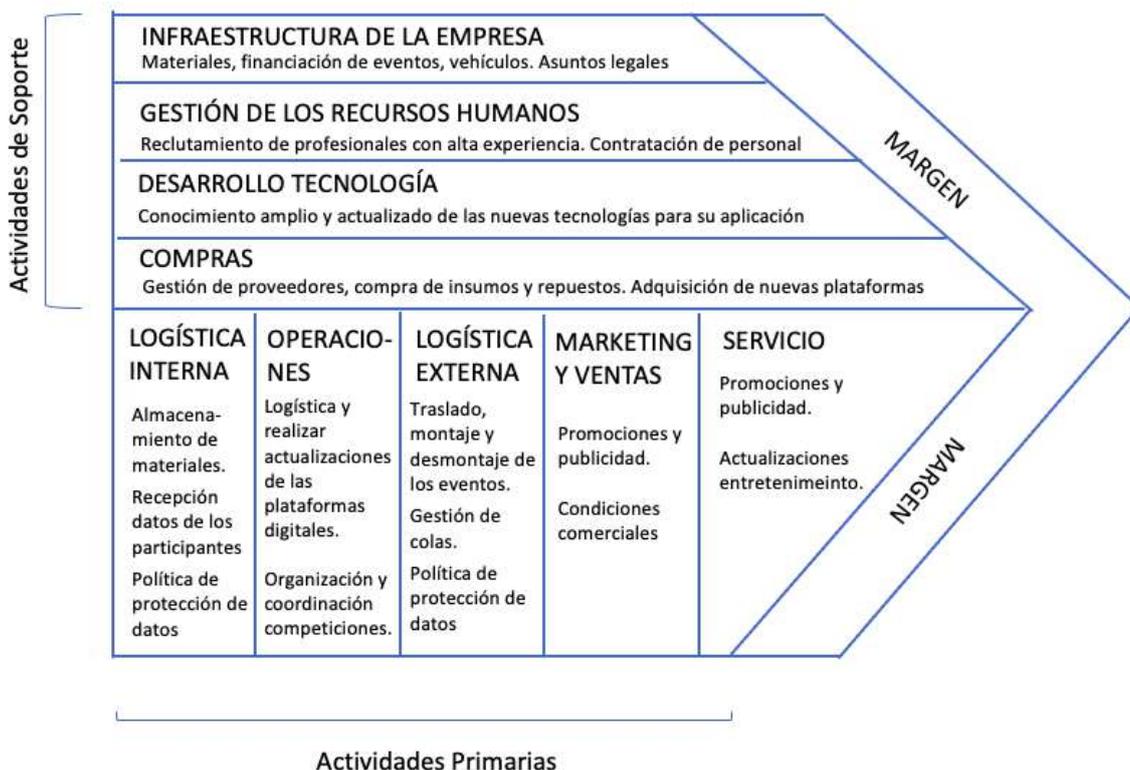


Ilustración 7: Esquema de la Cadena de Valor. Elaboración propia.

ANÁLISIS DAFO

Procedemos al diseño de la matriz DAFO (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) de ValenGame, herramienta que permite apoyar a la compañía bajo estudio con el fin de conocer las decisiones a futuro, así como las ventajas competitivas de la compañía bajo estudio.

Los encabezados de la matriz son un buen marco de referencia para establecer las estrategias a seguir, la posición y dirección de la empresa, así como la propuesta de negocios e ideas que se le está proporcionando a la compañía.

Matriz DAFO

Tabla 1: Matriz DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Inseguridad en la administración pública en la contratación de eventos, pues no ubican correctamente la actividad empresarial en el CNAE correspondiente. ● Eventos esporádicos, falta recurrencia en las actividades. ● Falta de instalaciones para almacenar materiales valiosos. ● Alto coste de los productos digitales ● Falta de contactos con las grandes marcas. ● Estigma al videojuego. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Grandes compañías en el sector que abarcan muchos campos de los eventos. ● Nuevas regulaciones que no diferencian entre sectores: servicios de producción y retransmisión de contenido, con eventos deportivos. ● Facilidad de copiar los servicios. <ul style="list-style-type: none"> ● Período económico difícil para el sector deportivo y ocio juvenil. ● Ciberseguridad.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Productos atractivos. ● Excelentes servicios. ● Precios competitivos para el mercado. ● Solidez empresarial. ● Capital humano valioso y ético. ● Genera valor a las entidades. ● Acceso de uso de licencias digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Conocimiento del sector. ● Un mercado emergente en el que aún caben muchas más empresas. ● Oportunidades de negocio tanto para eventos físicos como online. ● Grandes inversiones en eventos. ● Transformación digital en el deporte tradicional. ● Conciencia en la sociedad.



CAPÍTULO VI. NORMATIVA DE LOS EVENTOS Y ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS

MARCO LEGISLATIVO

En cuanto a la normativa que regula los eventos deportivos y los espectáculos con público podemos decir que cuenta con un marco legislativo muy desarrollado ya que el deporte está integrado en el sistema educativo con el fin de fomentar el aprovechamiento libre, la educación extraescolar y la educación física, entre otras.

La actividad deportiva requiere de profesionales formados al máximo nivel en la materia que nos ocupa, así como una normativa que garantice la seguridad ciudadana y los derechos que le asisten a los espectáculos.

Entre los más destacados, haremos mención a los principales que velan por la seguridad integral de las personas con la formación de profesionales en el sector, el uso adecuado de los datos personales y su privacidad, la prevención de la violencia, entre otros.

Las leyes que actualmente regular el sector las encontramos en los apartados siguientes.

-La Ley Orgánica 4/2015 sobre Protección de la Seguridad Ciudadana.²⁰

-La Ley 5/2014 de 4 de Abril de Seguridad Privada y sus reglamentos de desarrollo.²¹

-El Real Decreto 1247/1998, de 19 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 796/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento para la Prevención de la Violencia en Espectáculos Deportivos.²² donde se logra persuadir a las bandas o masas de aficionados que viajan por el mundo con una mentalidad fanática y genera malestar en la ciudad y en las inmediaciones de los estadios donde se realiza la práctica deportiva, logrando sancionar a las entidades que fomentan estas prácticas o incluso clausurar los eventos que no toman medidas preventivas para que no se produzcan comportamientos violentos.

²⁰ Título: LEY ORGANICA 4/2015 DE 30 DE MARZO DE PROTECCION de la SEGURIDAD CIUDADANA

Editorial: Editorial Dykinson, S.L. Año: 2015 ISBN 13: 9788490853955

²¹ Título: LEY DE SEGURIDAD PRIVADA Y REGLAMENTO

Editorial: Independently published Año: 2019 ISBN 13: 9781798003381

²² Título Real Decreto 1247/1998, de 19 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 769/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento para la Prevención de la Violencia en los Espectáculos Deportivos. Referencia: BOE-A-1998-15140

-La Ley Orgánica 7/2006, de 21 de noviembre, de protección de la salud y de lucha contra el dopaje en el deporte.²³ donde se fomenta la disputa justa entre los participantes y en igualdad de condiciones.

-La Ley 19/2007, 11 de julio contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte.²⁴

- El Real Decreto 203/2010, de 26 de febrero por el que se aprueba el Reglamento de Prevención de la Violencia, el Racismo y la Xenofobia y la Intolerancia en el Deporte.²⁵ como podemos destacar en el último real decreto, donde la norma pretende inculcar en la sociedad los valores que se puede aprender a través de la práctica deportiva como el respeto, la humildad, la solidaridad, el compañerismo, el juego en equipo por nombrar unos pocos, que reflejan el desarrollo de una sociedad. El afán de superación, el esfuerzo, el sacrificio son fiel reflejo del tipo de educación que se pretende establecer dentro de una sociedad. Fomentando la tolerancia cero a las malas conductas cívicas.

La mala praxis, la falta de respeto, la violencia están tipificadas y por tanto castigadas en la regulación del deporte y los espectáculos al público, al tratarse de un elemento fundamental para la educación de las personas, de ahí, su importancia.

En cuanto a los eSports, al no haber una consideración oficial por las administraciones públicas como deporte, son las entidades privadas y asociaciones las que regulan la organización de eventos y espectáculos por lo que están supeditas a otros reglamentos que no son tan exigentes, pero por lo general, tiende a ser parecido, pues se regula las buenas prácticas, la competición desleal, o incluso, en caso de apagón digital, existe reglamento que regula en estos casos cómo proceder para que no hayan prácticas irregulares en la competición.

²³ Título: Ley Orgánica 7/2006, de 21 de noviembre, de protección de la salud y de lucha contra el dopaje en el deporte. Referencia BOE-A-2006-20263

²⁴ Título: Ley 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Referencia BOE-A-2007-13408

²⁵ Título: Real Decreto 203/2010, de 26 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de prevención de la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Referencia BOE-A-2007-13408



CAPÍTULO VII. PLAN DE EMPRESA

PLAN DE EMPRESA

Procedemos a determinar los objetivos estratégicos enfocados a la mejora de la calidad en el servicio en base al plan estratégico realizado y las estrategias planteadas.

Estos objetivos ayudarán a anticipar el cambio y servirán para unificar e integrar las decisiones y hacerlas coherente.

Los objetivos estratégicos alineados a la calidad en el servicio apoyarán a los empleados desde la dirección por el cual servirá para formular nuevas oportunidades, evitar las amenazas, impulsar las fortalezas y superar las debilidades que apoyen a satisfacer las expectativas de los clientes, por cada objetivo estratégico en el mapa estratégico actualizado, se proporciona una macro visión de las estrategias planteadas para la compañía bajo estudio.

ValenGame ha desarrollado el trabajo teniendo en cuenta las tendencias cambiantes que se producen actualmente en la sociedad y con una visión objetiva de lo que puede aportar a la sociedad gracias a los diferentes servicios que posteriormente han sido desarrollados con mucho detalle.

Este plan de empresa cuenta con unos cimientos sólidos basado en el conocimiento del sector y el desarrollo profesional que esto implica, siendo necesaria la participación de personas cualificadas para poder llevar a cabo el trabajo a buen fin.

Tabla 2: Objetivos estratégicos por estrategia.

Estrategias	Objetivos Estratégicos
Desarrollo de servicios de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevos servicios que respondan a las exigencias del mercado • Mejorar la imagen corporativa y las instalaciones de las oficinas que lo requieran. • Adaptar el servicio ante el cambio climático, tomando en cuenta el servicio brindado. Por ej: Uso de automóviles eléctricos, minimizar plásticos en los eventos
Eficiencia en el recurso humano	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutar monitores que aporten valor al servicio y sean titulados. • Desarrollar programas de capacitación técnica y de competencias al personal, manejando un entrenamiento especial para el personal de diseño, así como para los casters y técnicos.
Mejorar relación recursos humanos, clientes y organización	<ul style="list-style-type: none"> • Promover programas de integración en los departamentos de responsabilidad, así como esquemas de reconocimientos que brinden mayor arraigo y motivación
Mejorar precios y servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la oferta de servicios y optimizar procesos para lograr ajustar nuestros productos a un precio altamente competitivo
Eficiencia operacional con tecnología especializada	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar en infraestructura y equipo informático. • Hacer más eficiente la utilización del capital de la compañía
Sistema de atención diferenciado	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar tiempos de respuesta al cliente en las áreas de inscripción a torneos o eventos de otra índole. • Seguimiento de los participantes y feedback continuo. • Mejorar el servicio que se otorga a los consumidores, así como los diferentes prestadores de servicio y/o agentes de la empresa, tomando en cuenta el servicio post venta en caso de algún percance.
Diseño de un plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Eficientizar los procesos de servicio mejorando los planes de contingencia en la organización, y reforzando las estructuras que lo necesiten
Toma de decisiones basadas en estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un área especializada en programas de fidelidad y conservación de clientes, mediante tecnología especializada en CRM (Administración de relaciones con el cliente, por sus siglas en inglés)
Mejorar el Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la captación de clientes a través de nuestra marca, publicidad de nuestros servicios. Seguimiento de las tendencias dentro del mundo del eSport y la competición deportiva para rediseñar nuestras campañas de marketing digital en tiempo real y posicionar nuestra marca dentro del imaginario colectivo como punta de lanza de la innovación en el sector

Para poder hacer frente de forma óptima a todos los imprevistos que puedan suceder se requiere que todos los componentes que forman parte de la empresa conozcan perfectamente la visión, misión de la empresa, así como el objetivo y meta de ValenGame.

Visión:

La prioridad de ValenGame es ser el referente nacional en el desarrollo de eventos deportivos innovadores y éticos. El mundo del deporte y las administraciones podrá confiar en una corporación líder que cuenta con los profesionales más preparados para convertir la promoción deportiva en una experiencia didáctica y lúdica inmejorable.

Misión:

Aunar la promoción deportiva a la innovación asociada a los videojuegos para generar eventos deportivos diferenciados que den respuesta a las necesidades de administraciones públicas y empresas del sector del deporte. Optimizar calidad y precios, y trabajar siempre bajo procedimientos éticos y con un firme compromiso con la difusión de los valores del deporte y la vida saludable para posicionarnos como un referente dentro del sector

Objetivos:

ValenGame tiene como objetivo llegar a dar servicio de streaming a tres federaciones nacionales y participar en al menos una veintena de eventos promocionales al año.

Metas:

Alcanzar un nivel alto de fidelización de los clientes, por el cual los servicios se renueven cada temporada.

Valores:

El trabajo en equipo, el compromiso con la sociedad, la generación de hábitos saludables, el uso responsable de las nuevas tecnologías, inculcar la buena praxis dentro de las competiciones (fairplay) y el uso de energías limpias no contaminantes en el deporte a través del uso responsable de los materiales y las tecnologías.

Público objetivo.

El público objetivo al que nos dirigimos es muy amplio. En el mundo de los eSports podemos encontrar un target que vaya desde los 10 años hasta los 35, según la agencia estatal de videojuegos (AEVI)²⁶. Además no se distingue entre un público femenino o masculino.

Nos centramos en población juvenil residente en la ciudad de Valencia y área metropolitana.

Los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) reflejan los siguientes datos a 1 de enero de 2014 (últimos datos disponibles).²⁷

Tabla	Gráfico	Mapa			
		10-14	15-19	20-24	
Ambos sexos					
46250-Valencia		35.785 ²⁷	34.532 ²⁷	39.332 ²⁷	

Tabla 3: INE edades por rango del municipio de Valénci.

Los usuarios de ValenGame son apasionados tanto de los deportes como de la tecnología.

Aunque en la actualidad siguen siendo los hombres quienes mayoritariamente forman parte de este sector, cada vez se está reduciendo más la diferencia de la práctica por parte del público femenino, a través de nuevas jugadoras referentes. Casi la mitad de las personas que afirmaron jugar a videojuegos en 2020 se identificaron como mujeres (47% en 2020 frente a un 45% en 2019) según los datos obtenidos en el Anuario AEVI 2020.

Distinguimos dos tipos de público dentro de ValenGame:

Por un lado, sabemos que los más mayores del segmento, edades comprendidas de los 18 a los 35 años, participan solos en las actividades ofrecidas.

Sin embargo, son los más pequeños quienes atraen también a sus padres o tutores a nuestras actividades. De este modo también alcanzamos a este nicho, ya que en muchas ocasiones terminan apuntándose a nuestros eventos.

²⁶ [Anuario Agencia Estatal de los Videojuegos \(AEVI\)](#)

²⁷ [Instituto Nacional de Estadística](#)

PLAN DE MARKETING

A través del plan de marketing se elabora un documento donde se recoja la situación de la empresa, los objetivos que pretende alcanzar en el futuro próximo y el camino que debe recorrer para lograrlos.

Para todo ello, es clave conocer la situación de la empresa y los recursos de los que dispone.

LOGO Y MARCA

El logo de la empresa ha sido diseñado y registrado en el Registro de Patentes y Marcas, cuenta con la aprobación para su uso, por lo que va a ser la seña distintiva a todo el público.

VIABILIDAD

La empresa cuenta con un patrimonio de 20.000 euros y contamos con el personal suficiente para realizar los eventos programados durante el período del plan de empresa 2020-2024 en los diferentes eventos: Esports al Barri, Campus Deportivos y de eSport. Para ello contamos con activos digitales: Instagram, Twitch, Youtube, Twitter y Whatsapp.

La página web es utilizada para promoción de contenidos de Valengame. Noticias de próximos eventos, registro en las actividades (tanto online como offline), servicio de alquiler de material deportivo, tienda, zona de patrocinadores y portal de usuario.



Ilustración 8: Disposición de los servicios ofrecidos en la web

La web ha sido encargada a la empresa Sednamedia SL por sus aplicaciones a la gestión de las competiciones que se desarrollan en torneos nacionales y cuenta con un desarrollo de seguimiento y resultados óptimo para el mercado, gestionando formularios de inscripciones y pagos telemáticos que favorecen la entrada y compra de nuestros servicios.

La web ha sido realizada a medida para que el consumidor puede disponer de la mejor experiencia posible y con un diseño novedoso y fácil de usar.

Las diferentes plataformas de redes sociales para la empresa están desarrolladas para los fines establecidos con el fin de generar engagement.

Instagram: promoción de eventos de Valengame, así como fotografías de los participantes de nuestras actividades, noticias del sector. El contenido es orgánico al 100%, y trata de promocionar internamente a la empresa. Redirige también hacia el canal de youtube y a la página web.

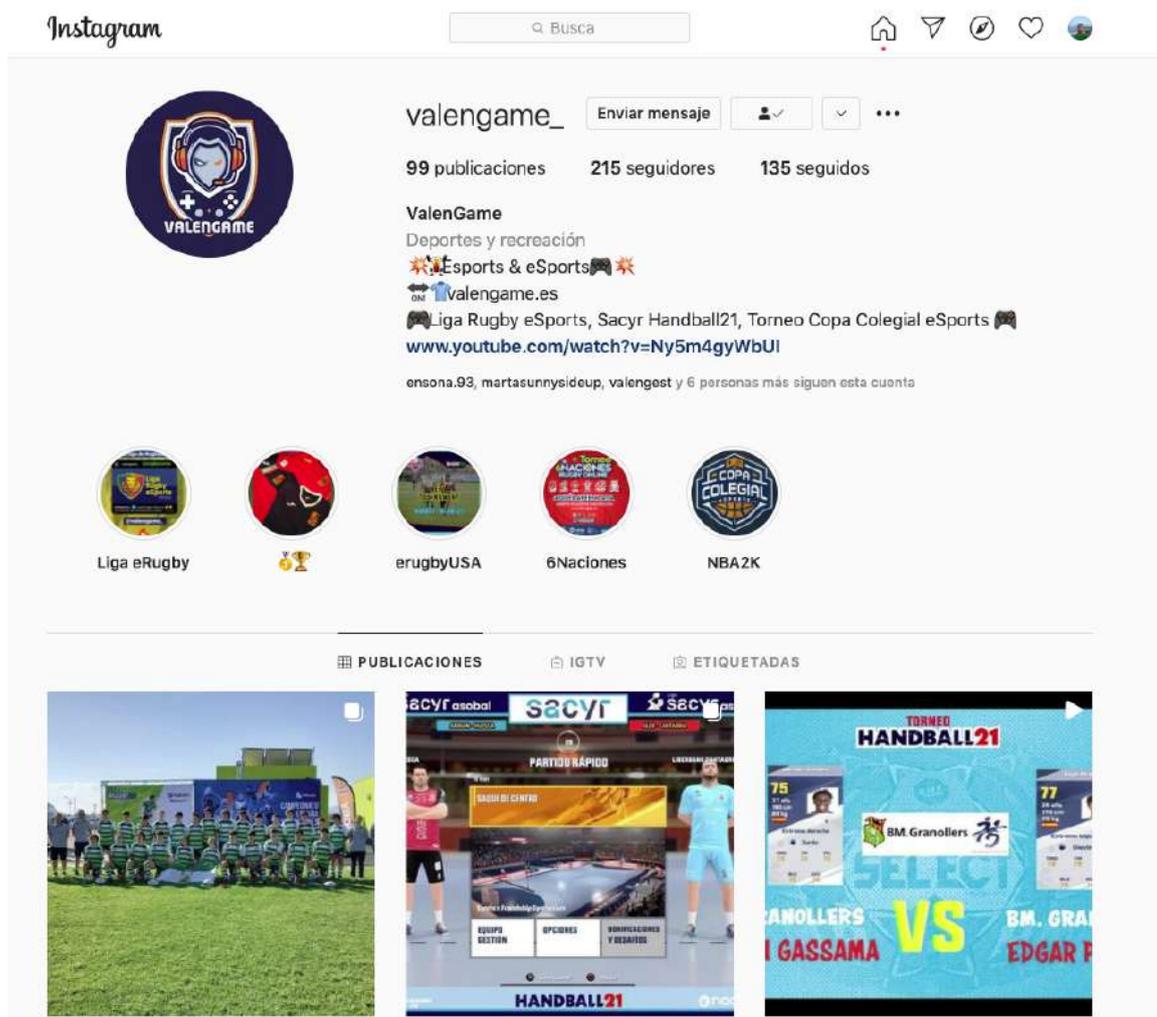


Ilustración 9: Plataformas de promoción RRSS. Instagram

Youtube: utilizamos una cuenta con el objetivo de retransmitir partidos de eSports organizados por Valengame, así como retransmitir encuentros de los campeonatos que resultan de interés para nuestro público (campeonato de España de selecciones autonómicas de rugby)

Twitch: Un canal de streaming de contenido efímero. Solamente se utiliza para retransmitir encuentros de Valengame y que no tengamos la intención de guardar en el histórico. Es una plataforma de retransmisión diaria para las personas o empresas que generen este tipo de contenido.

Twitter: A través de este canal podemos realizar la publicación en vivo de los resultados de encuentros y enlaces de inscripción, que redirige a los demás canales de la empresa.

Whatsapp: para poder contactar y facilitar la atención al cliente final.

ACTIVOS NO DIGITALES

Consolas para las competiciones: tenemos un total de diez PS4, con sus correspondientes 10 pantallas, 6 uds de 45" y 4 uds de 58". Estructuras y/o soporte para 10 módulos. De este modo Valengame tiene la independencia de organizar estos torneos físicamente y de manera periódica.

Furgoneta de empresa: con la adquisición reciente de un vehículo L2H2 nos permite la movilidad de nuestros activos a los diferentes eventos a lo largo del territorio y en los casos necesarios se dispone de un segundo vehículo L3H2.

Despacho: Situado en la ciudad de Valencia donde se gestiona toda la administración relevante de la empresa y depósito de los activos para realizar los eventos. Además se ha implantado el teletrabajo por lo que facilita la gestión y administración de la empresa.

INTANGIBLES

Acuerdos de colaboración con otras entidades, como la federación de kárate, hockey, triatlón, pádel, ajedrez, que nos cede equipamiento deportivo en la celebración de nuestros eventos.

Servicios: Nuestros servicios de eventos según catálogo, tienda online de camisetas, accesorios gaming, alquileres de estructuras para lonas publicitarias o carpas. En este apartado se puede consultar el [catálogo valengame para la temporada 2020-2021](#)

Eventos deportivos: Los eventos deportivos se celebran en distintas ubicaciones de la ciudad de Valencia. Con el objetivo de acercar el deporte al barrio, se utilizan emplazamientos como plazas o parques para el disfrute de los vecinos, fomentando las relaciones sociales entre ellos. Es una actividad multideportiva ya que colaboran distintas secciones deportivas, como es el caso del kárate, el ajedrez o el rugby (entre otros). El

ayuntamiento de Valencia es el cliente de esta actividad, pues quien aporta los recursos económicos para la celebración de los mismos. El papel de las federaciones deportivas está en aportar material necesario, así como los monitores que estarán presentes durante el evento. Desde Valengame nos encargamos de la coordinación.

Algunos ejemplos son “Esports al Barri” que se celebraron durante el año 2020. Estos eventos se celebran una vez al mes, en localidades distintas de la ciudad.

Ligas y torneos eSports: en esta situación, son las empresas y asociaciones quienes contactan con Valengame. Somos organizadores de competiciones deportivas online tanto para empresas como para otras federaciones deportivas. Los eventos en este caso son variables en función de las necesidades del cliente, ya que disponemos de competiciones semanales, mensuales e incluso anuales.

Contamos con varios eventos simultáneos, coincidiendo varias competiciones en un mismo período de tiempo. La aportación económica también varía por la tipología de cliente y duración del evento.

Campus deportivos: celebrar entre dos y tres al año. Clientes centrados en núcleos familiares. Es el principal negocio de la empresa. Una vez se ha captado al público con las ligas eSports o la organización de eventos deportivos, el objetivo principal es que se inscriban en los campus deportivos. Además, este tipo de actividades se destaca del resto por la fidelización de clientes que estas generan, pues una persona que disfruta del campus suele repetirla, con un hermano/a pequeño, amigos y familiares y esto es lo que genera recurrencia al negocio, consiguiendo ampliarlo con las ligas eSport que se desarrollan durante el año.

Alquiler y tienda de material deportivo: se ofrece la posibilidad de alquilar de material en cuanto a estructuras; truss para photocoll, arcos de entrada a meta, carpas o material deportivo; tarimas, minicampos de césped artificial, porterías, etc.

El papel de los colaboradores es fundamental para la consolidación de una empresa que nace en un entorno social de pandemia, por lo que el ayuntamiento de Valencia, la federación española de rugby, la federación valenciana de rugby y nacon, hace fácil el desarrollo de las actividades que se han ido realizando y está dentro del plan de empresa.

DESCRIPCIÓN DE EVENTOS

Estrategia para la creación de una Liga eSport de Rugby temporada 2020-2021.

¿por qué nace el proyecto?

Para atraer a los jóvenes adolescentes hay que tener en cuenta cuáles son sus gustos y aficiones, los eSports están en pleno auge por lo que ante la poca promoción deportiva en las localidades que se está produciendo por estos años de pandemia, surge la necesidad de buscar nuevas vías para promocionar el deporte, que no sean de manera presencial.

¿a quién va dirigido?

El producto está dirigido a todo el público en general pero también a los gamers, como al amante del deporte en cuestión, pues es una manera de afianzar un seguidor a una actividad con la que disfruta.

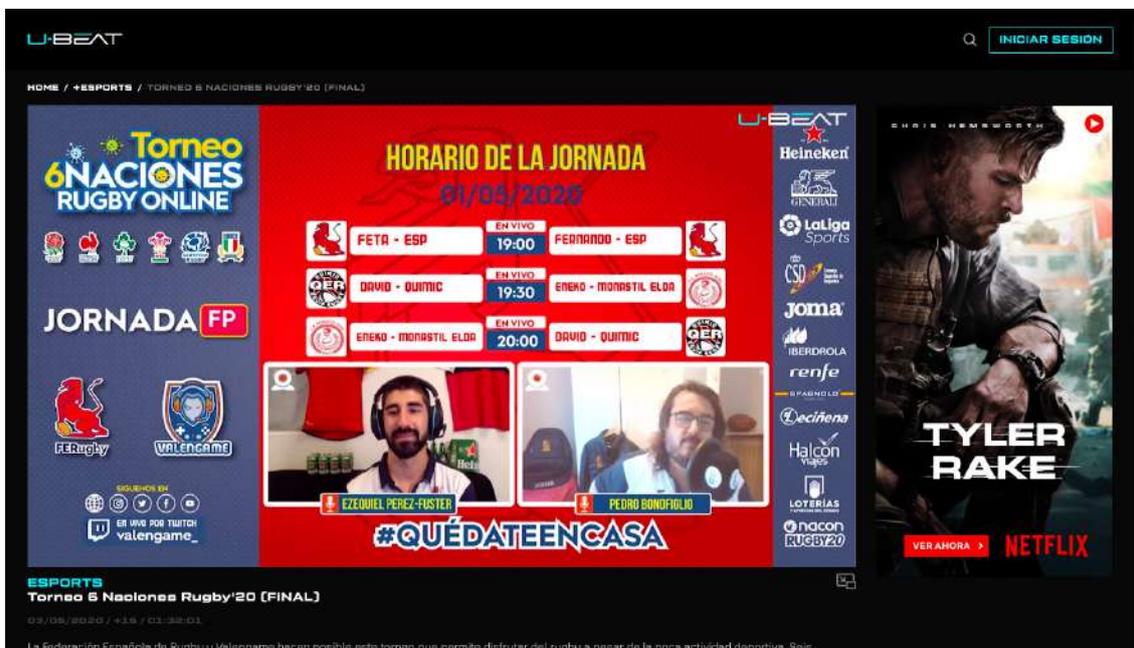


Ilustración 10: Canal Movistar+ de eSports. UBEAT Streaming Liga eSport.

¿cuál es la finalidad?

Generar atracción a los posibles nuevos seguidores y ofrecer servicios a los aficionados que encuentran en este tipo de actividades una manera de seguir disfrutando del deporte con gente de otros lugares del territorio.

En el Anexo II Creación y retransmisión de una competición de eSport se ha desarrollado con más detalle.

Creación de campus multideportivo para adolescentes donde el deporte tradicional y el deporte digital junto con las nuevas tendencias generan el mejor escenario para disfrutar una experiencia del mejor nivel.



Ilustración 11: Inicio del Anexo III Campus Multideportivo

¿por qué nace el proyecto?

Disfrutar de una experiencia novedosa donde un adolescente pueda combinar sus aficiones deportivas con sus gustos tecnológicos, para ello, aprovechando los períodos vacacionales de los centros educativos, se ofrecen servicios que permitan a los jóvenes tener una experiencia diferente a los campus deportivos que se vienen desarrollando por las entidades federativas o clubes.

¿a quién va dirigido?

A grupos de edades de infantil y primaria que necesitan desarrollar sus capacidades cognitivas, psicomotrices y sensoriales.

¿cuál es la finalidad?

Ofrecer un servicio que se adapte a los gustos de muchos jóvenes deportistas y gamers que en la actualidad no se encuentra.

En el Anexo III Campus Multideportivo se ha desarrollado con más detalle.

Esports al barri 2.0 transforma el deporte en la calle.

¿por qué nace el proyecto?

Acercar el deporte minoritario a los barrios de la ciudad a través de pequeños stands, donde los ciudadanos pueden acudir a conocer nuevos deportes que tienen acceso en el barrio y disfrutar de una jornada totalmente deportiva.

¿a quién va dirigido?

Deporte para pequeños, jóvenes, adultos y mayores, un formato que encaja en cualquier población por sus características, pues ofrece actividades para todas las edades, abarcando así todo tipo de público.

¿cuál es la finalidad?

Visibilizar la variedad de deportes y de deportistas que se practica en el barrio y alrededores y atraer o hacer accesible el deporte a los viandantes que durante el evento se acerquen. Es una puesta en valor de la práctica deportiva como elemento fundamental para el bienestar de la sociedad.



Ilustración 12: Vista del plano de Esports al Barri 2.0.

En el Anexo IV Esports al barri 2.0 se ha desarrollado con más detalle.

Entre los diferentes servicios de eventos, contamos también con alquiler de estructuras y materiales para empresas y particulares

¿por qué nace el proyecto?

Ante la demanda de eventos y la complejidad del almacenamiento de materiales y los recursos logísticos de cada evento, ValenGame ofrece la posibilidad de poner en alquiler los materiales y estructuras.

¿a quién va dirigido?

A particulares o empresas que necesitan ampliar sus servicios y no cuentan con los recursos suficientes para ellos.

¿cuál es la finalidad?

Facilitar a empresas emergentes la ejecución de sus proyectos como a particulares acceder a un material costoso en unas condiciones muy cómodas y accesible que facilita en gran medida la imagen y la profesionalidad de un evento.

Ligas eSports

Ligas de balonmano: dos al año. Inscripciones gratuitas pagadas por el patrocinador principal (Sacyr patrocinador oficial de la Federación Española de Balonmano). 64 participantes y una duración de 4 meses, intercalándose con otros torneos en formato fin de semana. Facturación entre 5.000 y 6.000€. Temporada entre septiembre y octubre. Coincide con el inicio de la temporada (septiembre octubre) y navidades (lanzamiento de los videojuegos).

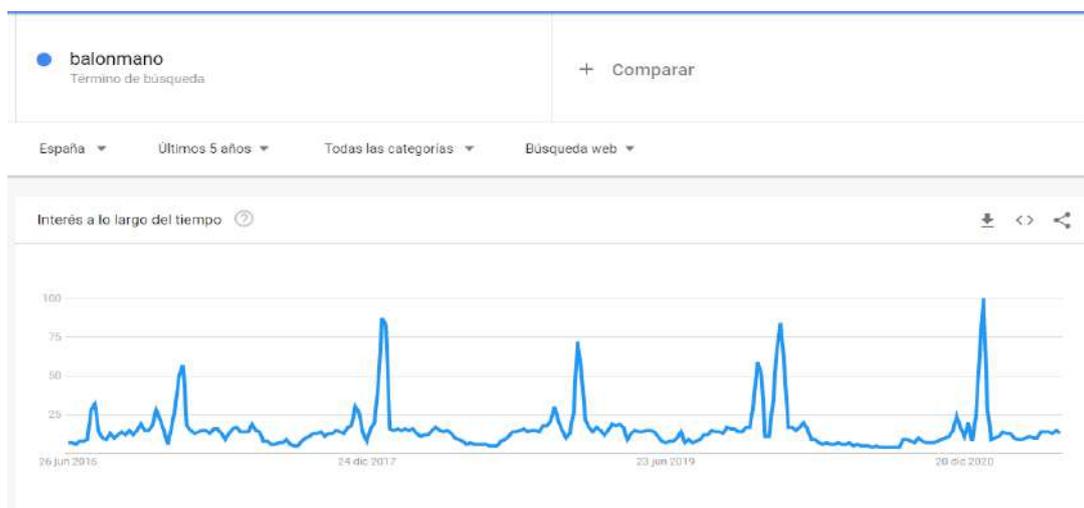


Ilustración 13: Gráfico temporal en google de la modalidad Balonmano

Ligas de rugby: una liga al año. 4-5 torneos. Previsión: 12.000€ de facturación. Desde octubre hasta marzo. 64 personas.

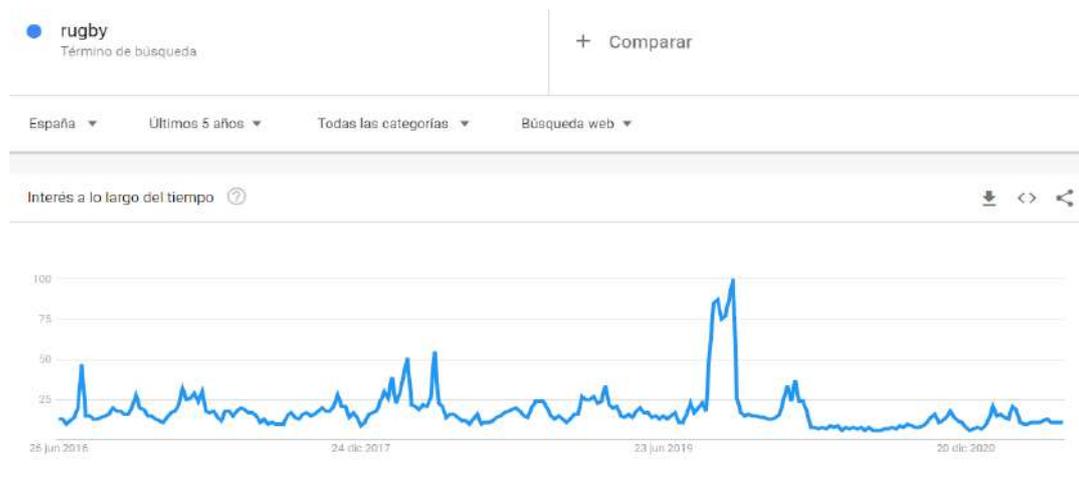


Ilustración 14: Gráfico temporal en google de la modalidad Rugby

Torneos de tenis: 3-4 torneos en colaboración con la federación valenciana de tenis. Previsión de facturación de 3.000€ y 50 personas apuntadas.

Circuito de gaming con la diputación de Valencia. Época digital. Zona de eSports en el Ayuntamiento de Paterna para practicar deporte y hacer eSports.

Eventos (esports al barri): activándose en octubre con las carreras populares. 10 eventos (uno al mes, excluyendo los meses de verano). 15.000€ de facturación. Evento abierto al público.

Campus deportivos: campus polideportivos con deportes minoritarios. actuar como punto de conexión con otras federaciones deportivas. Generar sinergias. Transferencias entre un deporte y otro. Campus en pascua y en verano. Hasta 100 niños por campus. Entre 6.000 y 10.000€.

En los siguientes apartados podemos consultar la previsión de las actividades de ValenGame con las que pretendemos alcanzar los objetivos establecidos en el plan de empresa. Se tendrán en cuenta los criterios realistas, así como la estacionalidad detectada en el análisis previo. Podemos encontrar una tabla por cada año que se tendrá en cuenta este estudio. Se ha considerado con nuestras acciones la evolución correspondiente a cada año. En nuestro ejercicio, colocaremos la facturación estimada en cada evento que se prevea que sea oficial (excluyendo los servicios que estén en “negociación” o “por desarrollar”).

LEYENDA



2020	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ligas eSports												
Balonmano												
Rugby												
Tenis												
Eventos												
Esports al barri												
Paterna Game												
Campus deportivos												
Escuela de pascua												
Escuela de verano												
Otros												
Alquiler												
Tienda												

Ilustración 15: Escenario de ingresos por unidades de negocio durante el 2020

Previsión de facturación en 2020: Alcanzar una facturación de 65.000€ (Inicio de la actividad después de la pandemia)

2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ligas eSports												
Balonmano												
Rugby												
Tenis												
Eventos												
Esports al barri												
Paterna Game												
Campus deportivos												
Escuela de pascua												
Escuela de verano												
Otros												
Alquiler												
Tienda												

Ilustración 16: Escenario de ingresos por unidades de negocio durante el 2021

Previsión de facturación 2021: Alcanzar una facturación de 211.000€ (inclusión de los eventos deportivos en el plan y negociando con más federaciones)

2022	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ligas eSports												
Balonmano												
Rugby												
Tenis												
Eventos												
Esports al barri												
Paterna Game												
Campus deportivos												
Escuela de pascua												
Escuela de verano												
Otros												
Alquiler												
Tienda												

Ilustración 17: Escenario de ingresos por unidades de negocio durante el 2022

Previsión facturación 2022: Alcanzar una facturación de 231.000€ (Incorporando nuevas federaciones, negociando nuevas vías de negocio a través del alquiler de materiales y consolidando las actividades recurrentes de la empresa)

2023	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ligas eSports												
Balonmano												
Rugby												
Tenis												
Hockey												
Eventos												
Esports al barri												
Paterna Game												
Campus deportivos												
Escuela de pascua												
Escuela de verano												
Otros												
Alquiler												
Tienda												

Ilustración 18: Escenario de ingresos por unidades de negocio durante el 2023

Previsión facturación 2023: Alcanzar una facturación de 239.000€ (Incorporando aulas de eSport en alguna localidad con gran densidad poblacional y manteniendo las actividades principales del plan)

2024	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ligas eSports												
Balonmano												
Rugby												
Tenis												
Hockey												
Eventos												
Esports al barri												
Paterna Game												
Campus deportivos												
Escuela de pascua												
Escuela de verano												
Otros												
Alquiler												
Tienda												

Il·lustració 19: Escenario de ingresos por unidades de negocio durante el 2024

Previsión facturación 2024: Alcanzar una facturación de 250.000€ (Aquí se trata de mantener las actividades desarrolladas en el plan de empresa de ValenGame)

MEDICIÓN Y CONTROL

Teniendo en cuenta las previsiones que comprenden el período 2020-2024, podemos proyectar una serie de resultados a final de los años propuestos.

En la siguiente tabla se encuentran las estimaciones en función de la previsión de eventos en el periodo:

Tabla 4: Registros de medición y control de los ingresos y número de clientes previstos.

Año	Facturación	Registros ligas eSports	Registros en campus deportivos
2020	65.000€	578	300
2021	211.000€	750	330
2022	231.000€	975	363
2023	239.000€	1260	400
2024	250.000€	1638	440
TOTAL	996.000€	5201	484

Para los ejercicios del estudio, nos fijamos en las siguientes métricas con el fin de determinar objetivamente hasta qué punto se cumplen las expectativas.

- Registros en ligas eventos reales vs Registros estimados
- Fidelización de clientes
- Ticket medio
- Facturación real vs Facturación prevista

Una vez hemos tenido en cuenta las previsiones, procederemos a hacer las comparativas entre lo que estamos obteniendo y lo que pensábamos que íbamos a obtener. Previsión vs Realidad.

Las medidas de contingencia a aplicar serían entre otras incrementar el número de plazas por evento.

Una vez cerremos el año, podremos observar si los objetivos se están cumpliendo o no y que estrategias seguir para poder llegar a cumplir los objetivos establecidos, bien sea a través de reformular las actividades ofertadas, realizar una estrategia más intensiva en marketing digital o para reestructurar los costes reduciendo las actividades que no proporcionen rentabilidad suficiente a la empresa.

Tendremos que conocer si contamos con la fidelización de nuestros clientes, pues sería un indicador muy favorable para determinar si las actividades han tenido el éxito esperado por el cual el consumidor final está dispuesto a repetir la experiencia.

En la hipótesis hemos empleado un escenario optimista pues son objetivos ambiciosos para estos años de incertidumbre, pues actualmente seguimos inmersos en un cambio continuo de normativas y toques de queda en función de la incidencia acumulada por el covid-19 en cada localidad que se celebre un evento.

DESARROLLO DIGITAL

Creación de una plataforma digital WordPress donde se vayan subiendo todas las noticias, junto con los vídeos promocionales de la empresa y el contenido de los eventos.



Ilustración 20: Visión de la página web de inicio.

Donde aparecen también las actualizaciones de las competiciones resultados de las jornadas, enfrentamientos, clasificaciones y próximos eventos.

Ilustración 22: Noticiero web de la actualidad y diferentes novedades.

Una estructura web consolidada con todos los apartados legales como el uso autorizado de cookies, ley de protección de datos, cómo contactar con la empresa y como poder seguirnos en las diferentes plataformas sociales como twitter, Instagram, twitch y whatsapp.

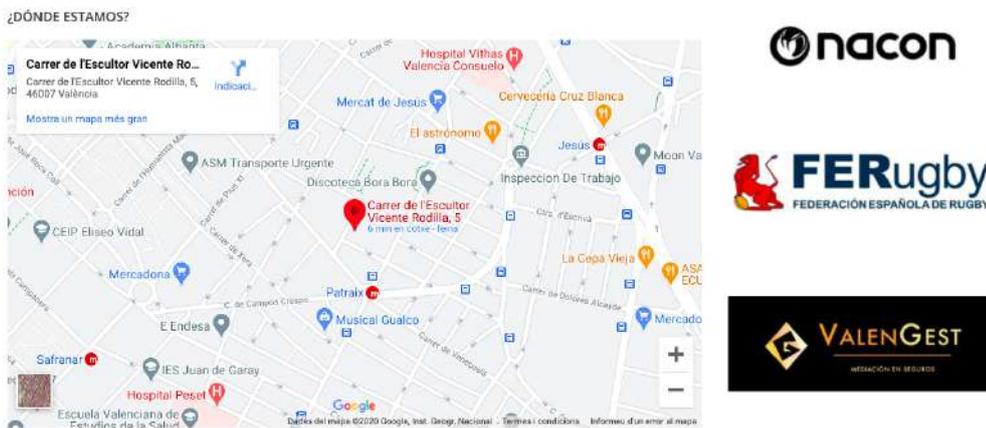


Ilustración 23: Ubicación de la oficina en maps y plataformas de seguimiento de ValenGame

Además, aparece la ubicación de la sede de la empresa, horarios de apertura como las rrrs de la empresa donde se puede seguir las actualizaciones.

En los activos digitales de la empresa también contamos con perfiles en redes sociales:

- Instagram: perfil en el que se recogen los eventos realizados por ValenGame. Es un perfil informativo sobre qué actividades pone en práctica la empresa, como por ejemplo vídeos sobre la liga de rugby de eSports. También hace de perfil divulgativo sobre la versión analógica de los deportes como es el caso del campeonato de España de selecciones autonómicas.
- Twitch: vídeo promocional de ValenGame y retransmisión de un partido de eSports.
- Whatsapp: canal para interactuar con los jugadores de manera especial, jugadores/as destacados.
- Twitter: tweets y retweets sobre actividades de la empresa y eventos relacionados con el deporte.
- Youtube: retransmisión de partidos de rugby (campeonato de España de selecciones autonómicas) y partidos de eSports.

Se ha realizado un vídeo promocional de ValenGame para poder captar la atención de los clientes y ver de manera clara los servicios que se ofrecen:

<https://www.youtube.com/watch?v=Qbv3WagGMtg>

VIAJE DEL CONSUMIDOR

ValenGame se da a conocer gracias a tener colaboraciones con la página web de la liga ASOBAL o de la federación española de rugby, donde nos anunciamos a través de noticias y artículos que redirigen hacia nuestro sitio web.

Además también somos conocidos por nuestros canales en redes sociales, donde nuestro contenido alcanza a personas interesadas en lo que ofrecemos en Valengame.

También la marca Nacon tiene una colaboración estrecha con nuestra organización, al desarrollar el videojuego con el que trabajamos.

El público que entra a través de estos canales en su mayoría se interesa por las competiciones de eSports que ofrecemos. La motivación del usuario es conocer más en detalle las particularidades de los torneos: fechas, plazos de competición, horarios de jornadas y premios.

Comienzan utilizando la parte digital de Valengame para más adelante asistir a las competiciones analógicas de deportes como rugby o balonmano, promovidas por instituciones públicas o entidades deportivas.

En este caso, nuestro público tiene una alta fidelidad, ya que suelen repetir en otras acciones. En los canales digitales además son muy participativos, pues el target es muy activo en redes sociales y tiene un elevado interés en los premios.

RECURSOS HUMANOS

La estructura organizativa de ValenGame es horizontal, lo cual facilita el contacto de la dirección de la empresa con los trabajadores. Existe una corta cadena de mando y un amplio abanico de control de la gestión. Los distintos departamentos de la compañía atienden tareas muy específicas por lo que cada trabajador tiene independencia en la resolución de problemas.

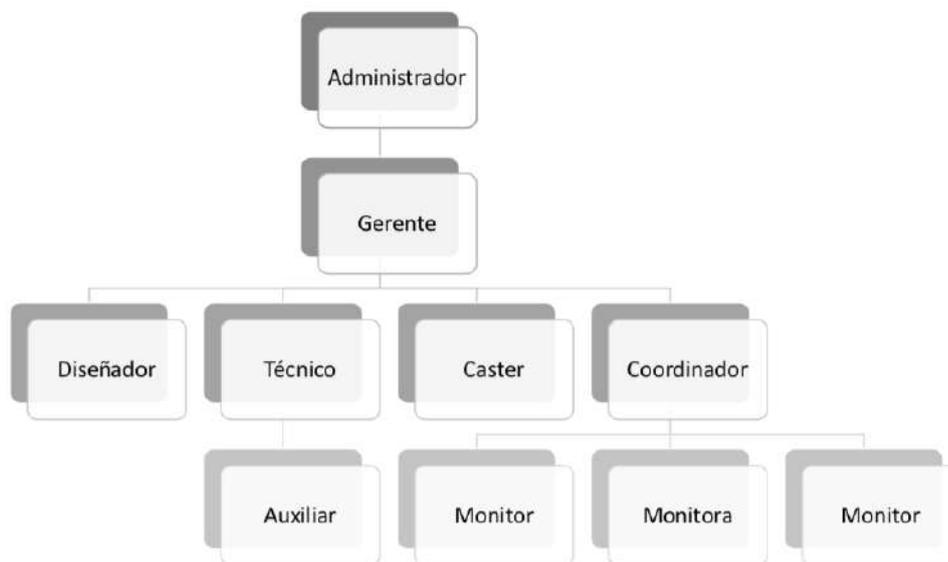


Ilustración 24: Esquema de los recursos humanos ValenGame

Disponer de personal cualificado para cada puesto, desarrollando las funciones específicas del mismo genera una especialización de la misma, generando sinergias en las reuniones de trabajo que facilita la resolución de conflictos y la puesta en marcha de nuevas ideas. Esta estructura de trabajo empodera al trabajador y motiva a mejorar cada día. Siendo un pilar fundamental de ValenGame el desarrollo integral de las personas que forman parte de la empresa.

Desarrollo del perfil de cada puesto.

Administrador: responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar la entidad en su estrategia empresarial. Revisa la inversión y la contratación de servicios de la empresa.

Gerente: Ejecuta el plan de empresa, se encarga de buscar los recursos humanos necesarios para realizar los servicios, además de la supervisión de las labores como de la ejecución eficiente de los servicios.

Diseñador: Realiza las creatividades de la empresa y se encarga de que la empresa tenga buena visibilidad en los medios como en los productos ofertados.

Técnico: Realiza las labores de conexión, actualización y mantenimiento de los equipos informáticos, como del montaje de estructuras, encargado de la investigación y uso de las tecnologías aplicadas a los eventos, como generación de archivos digitales para contenidos web y rrss.

Auxiliar: Ayuda al personal técnico en la conexión y montajes de estructuras, como en la gestión y almacenamiento de datos, generación de contenido para rrss.

Caster: Comentarista/Narrador de los eventos a realizar, mayormente a través de plataformas de streaming como Twitch o Youtube.

Coordinador: Encargado de la inscripción de participantes, adapta los eventos y las competiciones a las dimensiones adecuadas, enlaza el público con la organización y gestiona el grupo de monitores.

Monitores: Se requiere de la presencia de monitores para el correcto desarrollo de los eventos y competiciones, se encargan de la gestión de colas para las diferentes actividades como de la supervisión del buen funcionamiento de los talleres que se realizan.

Colaboradores y voluntarios

Las personas que participan activamente y se involucran en los eventos que más le hace disfrutar permite que las empresas como ValenGame pueda contar con gente que desinteresadamente colabore y apoye la actividad desarrollada para poder ofrecer a las personas que acuden o disfrutan del evento una gran experiencia.

Desde ValenGame se toma muy en cuenta estas personas que apoya al equipo de recursos humanos para poder disponer de ellos en cualquier momento que salgan grandes eventos y sea necesario contar con más personal y también, para disfrutar de la pertenencia a una organización profesional, pues les aporta conocimientos y contactos con personas o empresas que de otra manera no podrían haber logrado

ESTRUCTURA FINANCIERA

Una vez mencionado todas las herramientas que dispone ValenGame para realizar un plan de empresa objetivo y alcanzable, vamos a estudiar si de verdad, es posible lograr una empresa con viabilidad financiera y que cuente con una política de

inversión-financiación equilibrada y por tanto, sostenible en el tiempo para los intereses de la misma.

Balance a 31 de diciembre de 2019 y 2020

Tabla 5: Balance 2019-2020

BALANCE VALENGAME		
	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	-	4.849,55
1. Inmov. Intangible	-	-
2. Inmov. material	-	4.849,55
Terrenos y construcciones	-	-
Instalaciones técnicas y otros inm. Material	-	4.849,55
3. Inv. inmobiliarias	-	-
4. Inv. en empresas del grupo y asociadas a l/p	-	-
5. Inv. Financieras a l/p	-	-
6. Activos por impuesto diferido	-	-
7. Deudas comerciales no corrientes	-	-
ACTIVO CORRIENTE	-9.257,35	- 623,51
1. Act. no corrientes mantenidos para la venta	-	-
2. Existencias	-	-
3. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	-9.681,04	- 4.151,80
Clientes por ventas y prest. de serv. a c/p	-	127,67
Deudores varios	-9.681,04	- 4.279,47
4. Inv. en empresas del grupo y asociadas a c/p	-	-
5. Inv. Financieras a c/p	-	-
6. Periodificaciones a c/p	-	-
7. Efectivo y otros act. líquidos equivalentes	423,69	3.528,29
TOTAL ACTIVO	-9.257,35	4.226,04

	2019	2020
PATRIMONIO NETO	-8.937,07	-1.138,86
1. Fondos propios	-1.138,86	-1.138,86
1.1. Capital	3.000,00	3.000,00
Capital escriturado	3.000,00	3.000,00
1.3. Resultado de ejercicio anteriores	- 7.023,36	-11.937,07
1.4. Resultado de ejercicio	- 4.913,71	7.798,21
2. Ajustes por cambio de valor	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	-	-
1. Provisiones a l/p	-	-
2. Deudas a l/p	-	-
3. Deud. con empresas del grupo y asociadas a l/p	-	-
4. Pasivos por impuesto diferido	-	-
5. Periodificaciones a l/p	-	-
6. Acreedores comerciales no corrientes	-	-
7. Deuda con características especiales a l/p	-	-
PASIVO CORRIENTE	- 320,28	5.364,90
1. Provisiones a c/p	-	-
2. Deudas a c/p	-	2.642,64
Otros activos financieros	-	2.62,64
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	- 320,28	2.722,26
Acreedores varios	- 320,28	1.546,62
Otras deudas con las Administraciones Públicas	-	1.175,64
3. Deud. con empresas del grupo y asociadas a c/p	-	-
Otras deudas con las Adm. Públicas	-	-
5. Periodificaciones a c/p	-	-
6. Deuda con características especiales a c/p	-	-
TOTAL PN Y PASIVO	- 9.257,35	4.226,04

PyG VALENGAME

A) OPERACIONES CONTINUADAS	2019	2020
1. Importe neto cifra negocios	14.906,00	20.072,56
2. Variación exist. de prod. term. y en curso	-	-
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	-	-
4. Aprovisionamientos	-	-
5. Otros ingresos de explotación	-	-
6. Gastos de personal	- 3.749,49	- 3.169,66
7. Otros gastos de explotación	- 15.620,22	- 8.295,67
8. Amortización del inmovilizado	-	- 809,02
9. Imputación de subv. de inmov. no financiero y otras	-	-
10. Excesos de provisiones	-	-
11. Deterioro y rtdo por enajenaciones del inmov.	-	-
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	- 450,00	-
13. Otros resultados	-	-
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	- 4.913,71	7.798,21
14. Ingresos financieros	-	-
15. Gastos financieros	-	-
16. Variación del valor razonable en instrum. financieros	-	-
17. Diferencias de cambio	-	-
18. Deterioro y rtdo por enajenación de instr. financieros	-	-
A2) RESULTADO FINANCIERO	-	-
A3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	- 4.913,71	7.798,21
19. Impuestos sobre beneficios	-	-1.949,55
A4) RTDO DEL EJERC. PROCED. DE OPERAC. CONTINUADAS	-	5.848,66
A5) RESULTADO DEL EJERCICIO	- 4.913,71	5.848,66

Para comprender la estructura financiera de ValenGame hemos de tener en cuenta que la empresa comenzó su ejercicio económico en el 2014, pero más allá de algún servicio que haya realizado, ha sido muy escasa la actividad desarrollada.

A partir del 2019, la empresa da un giro y comienza a impulsar nuevos servicios, dando inicio al desarrollo de su actividad económica.

Debido a las características de la empresa de reciente creación, en el balance del 2019, ValenGame no contaba con activos no corrientes, al no tener posesión de instalaciones, oficinas o cualquier elemento que fuera categorizado para tal fin, por lo que el activo total está compuesto mayormente por el importe del apartado de clientes deudores con una partida de - 9.681,04€.

Para la comprensión de esta partida, destacar que estos deudores comerciales se originan en el servicio realizado a final del año por lo que en el balance aparece como un posible problema de gestión de cobro pero lo cierto es que se ejecuta al finalizar el servicio, al principio del año.

El patrimonio neto está compuesto por el capital social de 3.000€ y por los resultados negativos de ejercicios anteriores que arroja una cifra de -7.023,36€, que sumado al resultado negativo del año 2019, por valor de -4.913,71, el patrimonio neto y el pasivo total de ValenGame asciende a -9.257,35€.

Los resultados negativos de ejercicios anteriores no son significativos para la viabilidad de la empresa, debido a que se trata de los honorarios del administrador de la empresa que desde el 2014 no ha podido cobrar, por lo que se ha generado esas pérdidas.

En cuanto comparamos la estructura financiera del 2019 con el año siguiente podemos observar grandes cambios. Por un lado, observamos una inversión en activos no corrientes, por valor de 4.894,55€ con la adquisición de carpas, estructuras portátiles, material tecnológico.

El cobro de deudores comerciales disminuye a -4.279,47€, reduciéndose casi 50% del balance anterior.

La empresa cuenta inicialmente con poca liquidez, cifrado en 423,69€ en el 2019 pasando a tener en el año siguiente 3.528,29€. Esto es un indicativo de que la empresa ha podido materializar la gestión de cobros del año anterior, generando bastante liquidez, que a su vez favorecerá las políticas de crecimiento de ValenGame.

En cuanto al aumento del patrimonio neto en el 2020 respecto al año anterior, viene influenciado por varias partidas. Por un lado, la partida más grande del balance, como ha sido las pérdidas generadas en ejercicios anteriores, debido mayormente a los honorarios del administrador que ha ido arrastrando hasta la fecha, y por otro lado los resultados de explotación positivos por valor de 7.798,21€ que es el punto clave de la empresa por el cual ValenGame comienza a dar unos resultados positivos en el 2020.

El ratio de endeudamiento de la empresa es 1,27 en el 2020 lo que puede dar a entender que es un dato elevado y negativo para la empresa pues se trata de una deuda a corto plazo, pero viendo el importe de la deuda que es de 5.346,90€ y que no es con bancos, si no una parte es para la administración pública por valor de 1.175,64€, otra partida de 1.546,62€ a proveedores que no exigen el pago inmediato y por último deudores financieros, pero no con entidades financieras, si no con socios de la empresa, que tampoco exigen su devolución. Son cantidades totalmente asumible con la liquidez de la empresa. La empresa ha tenido en cuenta el tipo de endeudamiento que tiene y es de calidad, ya que puede llegar fácilmente a acuerdos y renegociación de la misma si fuera necesario.

En cuanto al importe de la cifra de negocio observamos un aumento del 26% entre un año y otro, pasando de ingresar 14.906,00€ en el 2019 a 20.072,56€ en el 2020, siendo que ha sido el peor año para impulsar o relanzar la empresa podemos decir que ha sido suficiente para mantener la esperanza y seguir trabajando en el proyecto.

En cuanto al análisis del PyG podemos observar que la empresa es capaz de generar rentabilidad con su actividad habitual. En gran medida por el gran margen entre sus ingresos por ventas y los costes fijos que son bajos, incluso logrando reducirlos. Es una empresa que puede llevar a cabo la economía a escala pues si mejora las ventas un 26% más, ha logrado reducir los costes fijos un 16% y reducir otros gastos de explotación un 53%, se trata de una empresa que puede obtener mucha rentabilidad.

Esto se debe a que los servicios de ValenGame durante el 2019 eran más costosos pues se vendía más eventos deportivos presenciales, donde el gasto en recursos humanos y logística eran mayor, que durante el 2020 las competiciones deportivas digitales han provocado un descenso drástico de los gastos en personal o en subcontrataciones, manteniendo e incluso aumentando los ingresos por competiciones.

Esto permitirá seguir realizando inversiones, como la adquisición de vehículos propios, pues cuando la pandemia reactive la economía y vuelvan los eventos presenciales, se habrá recorrido camino en eficiencia de gestión de los recursos, al no tener que depender más de las empresas de alquiler de vehículos industriales.

Por lo que una parte de los ingresos por servicios de la empresa, servirá para financiar y compensar otras actividades de la misma, adelantando y ganando fuerza respecto a otros competidores.

También cabe pensar en la posibilidad de adquirir un bajo comercial o una nave de almacenaje donde poder ir guardando el material que se vaya adquiriendo durante esta etapa, pues hasta ahora, se han buscado colaboraciones con otras entidades que han ofrecido sus espacios de manera gratuita.

Todo ello, ha favorecido el crecimiento y las perspectivas de futuro de la empresa.

ValenGame cuenta con una situación patrimonial sana y con una política de inversión-financiación equilibrada, que permitirá tener un crecimiento estable para que el plan de empresa previsto en el TFG pueda ser realizable.



CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Este plan estratégico está enfocado en el crecimiento de una empresa nueva que pretende generar servicios deportivos de calidad acorde a las nuevas tendencias en el sector y a la modernización a través de la digitalización implementadas en el deporte, sea a través de las nuevas plataformas y aplicaciones digitales que van surgiendo en el mercado como a través de nuevos equipamientos deportivos. El sector deportivo está comenzando a resurgir de nuevo gracias a la rápida aplicación de la vacuna, sumado a la necesidad de reforzar la práctica deportiva en todos los ámbitos, por cuestiones saludables, sociales y educativos, las políticas sociales para el deporte y la juventud va a experimentar una expansión de grandes acontecimientos deportivos y organización de competiciones como hemos visto para el Plan España 2050. Además, con el desarrollo que se está produciendo después de pertenecer a un sector poco cambiante o tradicional, está comenzando a cambiar el paradigma del consumo del deporte o los eventos deportivos en la actualidad, alternando cada vez más, los deportes físicos con los digitales.

ValenGame ha apostado por dar servicios con una variedad de eventos y competiciones deportivas que le han hecho ser diferente a sus competidores y ha logrado ofrecer estos servicios que los clientes demandaban, y para lograrlo, ha utilizado el recurso del plan estratégico de empresa desarrollado durante el TFG, con un modelo mixto de las competiciones y eventos físico que se han venido realizando hasta la fecha, con otros eventos de tipo digital y que ha sido clave para la supervivencia de la empresa.

Las políticas de las administraciones públicas en la gestión de la pandemia, junto con la gran oferta para la práctica deportiva, se van a generar sinergias positivas para que ValenGame puede afrontar gran parte del plan estratégico en base a los escenarios previstos con bastante optimismo. Destacar que durante el desarrollo del TFG las previsiones y los acontecimientos han sido cambiantes, pero la capacidad que ha tenido la empresa de hacer frente a unos años difíciles por la pérdida de prácticamente de la totalidad de los servicios presenciales, manteniendo sólo la parte digital, hasta la fecha, y tener la fortaleza financiera de no haber generado pérdidas importantes y mantener una pequeña, pero sólida cartera de clientes ha demostrado sin duda una prueba de solvencia, que para una empresa de estas características se veía abocada a su desaparición prácticamente fulminante.

Los principales problemas de recursos humanos y organizacionales que se han podido originar debido a la cualificación del personal y su distribución geográfica, ha sido suplido con un equipo amplio y comprometido que siempre ha estado a la altura de las circunstancias, y así es como seguirá creciendo el equipo del personal que va entrando y comprendiendo la política de la empresa en superarse cada día y sacar adelante un negocio que ha pasado por un momento de grandes dificultades.

Por las características de ValenGame y el futuro inmediato que está viviendo el sector del deporte el plan de empresa podemos considerarlo viable y los próximos años irán confirmando los pronósticos estudiados durante este trabajo, pudiendo hacerse las correcciones oportunas para adecuar las expectativas de la empresa a unos objetivos alcanzables en el medio y largo plazo.



CAPÍTULO IX.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros informes y revistas

Anuario Agencia Estatal de los Videojuegos (2019)

FERNANDEZ, Rosa (2020). Porcentaje de participación en el producto interior bruto (PIB) de los sectores económicos de España de 2008 a 2019. En: Statista [en línea] Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/501643/distribucion-del-producto-interior-bruto-pib-de-espana-por-sectores-economicos/> [consulta: 18 enero 2020]

Instituto Nacional de Estadística (2019)

IAB Spain. [13 enero 2020] <https://iabspain.es/etiqueta/esports/>

Ley de Seguridad Privada y Reglamento

Editorial: Independently published Año: 2019 ISBN 13: 9781798003381

Ley Orgánica 7/2006, de 21 de noviembre, de protección de la salud y de lucha contra el dopaje en el deporte. Referencia BOE-A-2006-20263

Ley 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Referencia BOE-A-2007-13408

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

<https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-remite-a-las-cortes-el-proyecto-de-ley-de-residuos-y-suelos-contaminados-para-impulsar-una-econom%C3%ADa-circular-y-baja-en-carbono/tcm:30-526349>

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2020). Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España 2020 (Ed. 2020). Madrid: Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. <http://doi.org/10.30923/ContDigEsp-2020>

Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia del Gobierno de España (coord.)

España 2050: Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo. Madrid: Ministerio de la Presidencia. 2021. ISBN 978-84-7471-150-9. Depósito legal M-18656-2021. Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. [9 abril 2021] https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/210409_np_macro.aspx

Real Decreto 1247/1998, de 19 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 769/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento para la Prevención de la Violencia en los Espectáculos Deportivos. Referencia: BOE-A-1998-15140

Real Decreto 203/2010, de 26 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de prevención de la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Referencia BOE-A-2007-13408

Ley de Seguridad Privada y Reglamento
Editorial: Independently published Año: 2019 ISBN 13: 9781798003381

Ley Orgánica 7/2006, de 21 de noviembre, de protección de la salud y de lucha contra el dopaje en el deporte. Referencia BOE-A-2006-20263

Ley 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Referencia BOE-A-2007-13408

Ley Orgánica 4/2015 DE 30 DE marzo de protección de la seguridad ciudadana Editorial: Editorial Dykinson, S.L. Año: 2015 ISBN 13: 9788490853955

PORTER, M. (2010). Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. Pp. 8-33.

SÁNCHEZ, Patricio y BARAJAS, Ángel (2012) Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición”. En: XXI International Congress of AEDEM , Budapest, Hungría, 3-4/9/2012 ISBN 13: 978-84-695-4555-3.

Disponible en:

<https://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADORES%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf>

Páginas web

LIZALBE, Enrique (2020). Beneficios del deporte tras el Covid. En: Marca [en línea] Disponible en: <https://www.marca.com/blogs/espanasemueve/2020/10/06/beneficios-del-deporte-tras-el-covid.html> [consulta: 6 octubre 2020]

MANCA, Patricia (2020). El deporte contribuye al 3,3% del PIB y genera 413.000 empleos. En: PwC [en línea] Disponible en: <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2020/industria-deportiva-pib-espanol.html> [consulta: 23 noviembre 2020]

PALCO23 (2020). Los eventos deportivos perderán 57.000 millones a nivel global por el coronavirus En: Palco23 [en línea] Disponible en: <https://www.palco23.com/entorno/los-eventos-deportivos-perderan-57000-millones-a-nivel-global-por-el-coronavirus.html> [consulta: 3 mayo 2020]

PONT, Elisa (2020). La adicción a los videojuegos entre los adolescentes. En: La Vanguardia [en línea] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200519/481153978057/adiccion-videojuegos-transtorno-oms-adolescentes.html> [consulta: 22 octubre 2020]

Juegos Olímpicos. COI [21 abril 2021] <https://olympics.com/es/noticias-relacionadas/olympic-virtual-series-everything-you-need-to-know>

- MESONEROS, Sergio (2019). eSports: pasado y presente de las competiciones de videojuegos. En: Fundación Telefónica [en línea] Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/esports-pasado-y-presente-de-las-competiciones-de-videojuegos/> [consulta: 10 mayo 2019]
- ANTÓN, Marcos. Deporte tradicional vs. Esports: la comparativa. En: Marca [en línea] Disponible en: <https://www.marca.com/esports/2019/12/01/5de37734e2704e20928b4575.html> [consulta: 1 diciembre 2019]
- LÓPEZ, Pablo. 2019: el año en el que el deporte libró un pulso a la economía en España. En: Palco23. [en línea] Disponible en: <https://www.palco23.com/entorno/2019-el-deporte-libra-un-pulso-a-la-economia.html> [consulta: 23 diciembre 2019]
- DÍAZ, Carlos. En: AS [en línea] Disponible en: https://esports.as.com/industria/FC-Barcelona-Tencent-impulsar-esports_0_1385561438.html [consulta: 28 agosto 2020]
- SABATÉS, Rober. CUANDO EL FÚTBOL DE FICCIÓN INSPIRA AL FÚTBOL REAL. En: ElPaís [en línea] Disponible en: https://elpais.com/deportes/2020/08/06/es_laliga/1596705905_290123.html [consulta: 25 agosto 2020]
- Levante Unión Deportiva. <https://www.levanteud.com/es/info/corentin-maestro-thuillier-nuevo-proplayer-del-levante-ud-esports>

ANEXO I:

Análisis del sector de videojuegos.



ESTUDIO DEL SECTOR



Referencias de expertos

"Los e-Sports son competiciones oficiales de videojuegos regladas, como podría ser una competición de cualquier otro deporte: con jugadores, reglas, árbitros, espectadores y entrenadores. Normalmente, se trata de campeonatos profesionales, pero también los hay amateurs", explica Joan Arnedo, profesor de los Estudios de Informática, Multimedia y Telecomunicación de la UOC.

Reconocimiento gubernamental

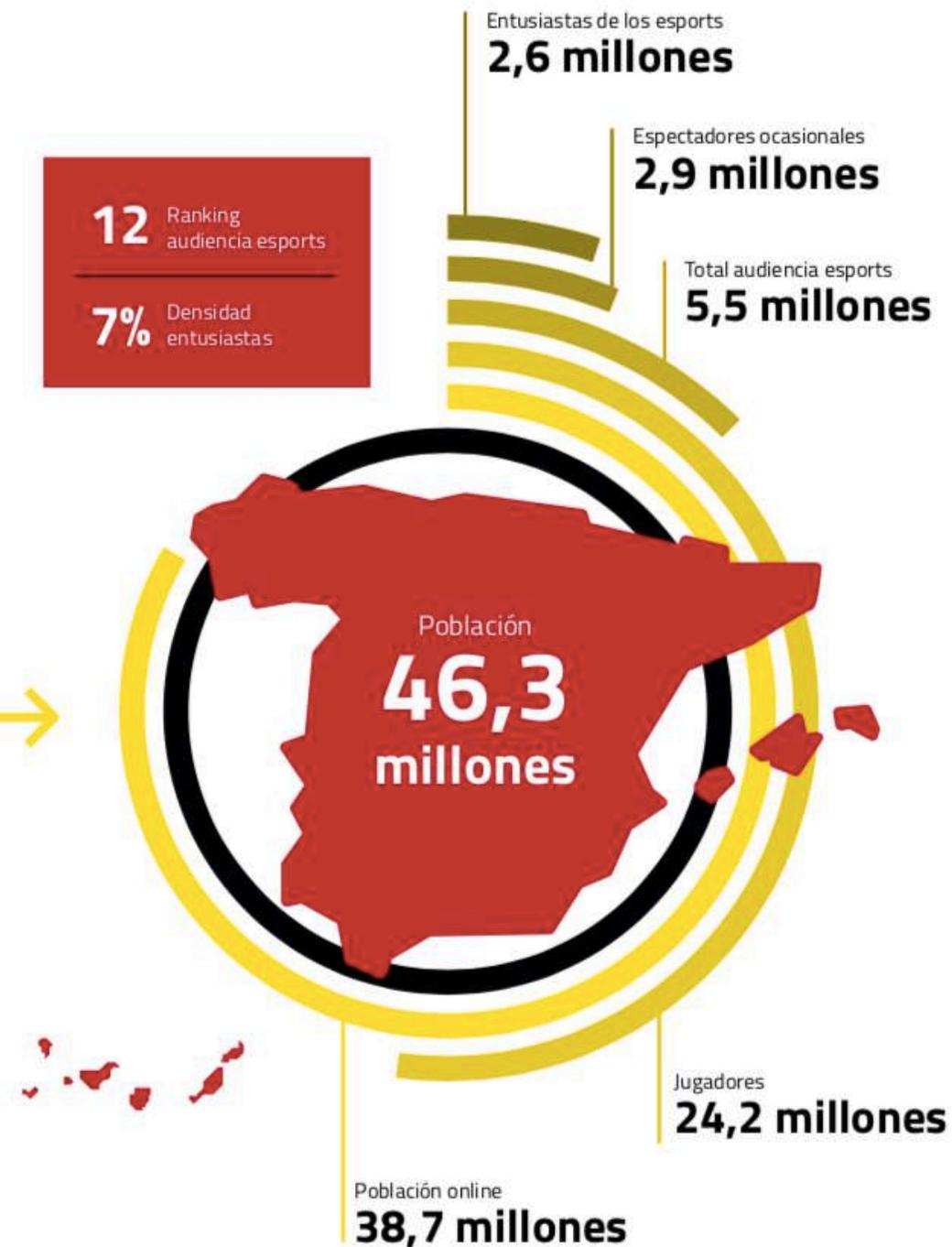
Gobiernos como el de los Estados Unidos o el de Alemania ya **consideran a los jugadores profesionales de videojuegos como atletas** y el Comité Olímpico Coreano ha concedido el rango de deporte olímpico a los e-Sports.

En España

Los niveles de conocimiento y comprensión entre la población general, ámbitos sociales y políticos son aún bajos. Sigue existiendo un estigma social según el cual los videojuegos no son vistos como algo positivo, pero esta **tendencia está cambiando**.



Público eSport España



Oportunidades comerciales

Como en todos los deportes, **la verdadera fuerza se encuentra en la afición**. Y la industria de los deportes electrónicos es un **sector** en el que hay mucho **crecimiento**: hoy hay más de 173 millones de seguidores de los deportes electrónicos en el mundo, una cifra que pasará a 264 millones en el año 2021.

Perfil de los seguidores

Los seguidores de los deportes electrónicos tienen más formación educativa, mejores trabajos y se casan más que la media de la población. **Está más cerca del consumidor de información deportiva** que del jugador de videojuegos. Sus aficiones principales son la tecnología (40%), la música (30%) y los deportes tradicionales (28%).



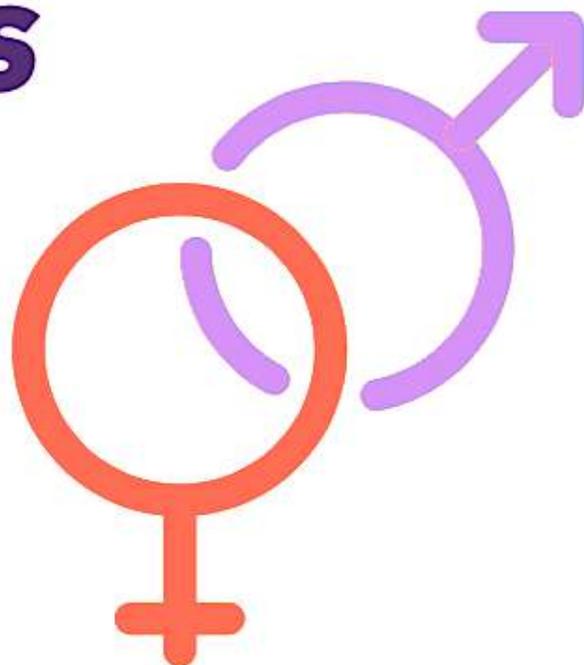
PERFIL DE LOS JUGADORES

15.0 MILLONES

(8.8 millones de hombres + 6.3 millones de jugadoras)

♂ Hombres: **58%**

♀ Mujeres: **42%**



AÑOS

6-10

75%

11-14

68%

15-24

66%

25-34

49%

35-44

37%

45-64

19%



Los españoles dedican una media de **6,7 horas/semana** a jugar a videojuegos

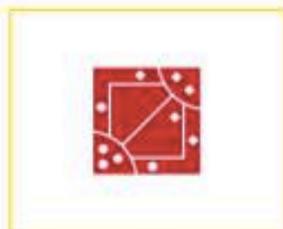
🕒 **Reino Unido:** 11,6 h/s

🕒 **Alemania:** 8,3 h/s

🕒 **Francia:** 8,6 h/s

CLASIFICACIÓN TIPOS DE JUEGO

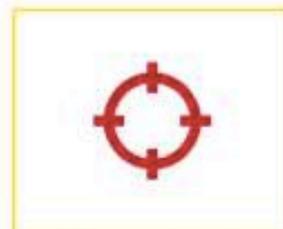
Géneros y títulos más populares



Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)

Juegos en arenas multijugador

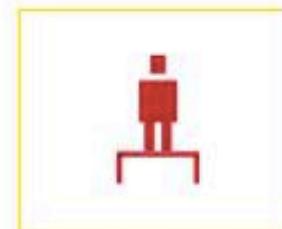
- League of Legends
- Dota 2
- Heroes of the Storm
- Smite



First Person Shooters (FPS)

Juegos de disparos en primera persona

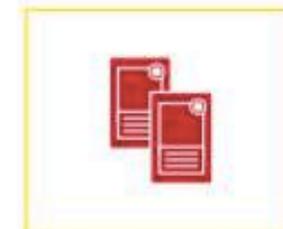
- Counter-Strike
- Overwatch
- Call of Duty
- Rainbow Six Siege



Battle Royale (BR)

Juegos de último superviviente

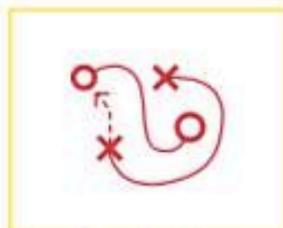
- Playerunknown's Battlegrounds
- Fortnite
- H1Z1



Collectible Card Games (CCG)

Juegos de cartas coleccionables

- Hearthstone
- Clash Royale



Real Time Strategy (RTS)

Juegos de estrategia en tiempo real

- Starcraft 2
- World of Tanks



Fighting Games

Juegos de lucha

- Tekken 7
- Street Fighter V



Sport games

Simuladores deportivos

- FIFA18
- NBA 2K18



Racing

Juegos de conducción

- MotoGP 17
- F1 2017
- Gran Turismo Sport
- Forza Motorsport 7

Competiciones oficiales



**League of Legends
Championship
Series (LCS)**

**Riot Games
2011**
League of Legends
World
Championship



**Overwatch
League**

**Activision-Blizzard
2017**
Overwatch



**Hearthstone
Championship
Tour**

**Activision-Blizzard
2014**
Hearthstone



The International

**Valve Corporation
2011**
DotA 2



**Call of Duty
World League**

**Activision-Blizzard
2013**
Call of Duty



FIFA eWorld Cup

**Electronic Arts
2017**
FIFA

Ejemplos de competiciones oficiales internacionales: | **Competición oficial** **Publisher y fecha de creación** Juego/franquicia

★ GÉNEROS ★ MÁS POPULARES

EL MERCADO ESPAÑOL
VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS



La clave está en el aficionado

Partiendo de esta premisa, no es difícil comprender que uno de los retos principales de la industria sea conseguir que el fan de los *esports* se involucre con sus equipos favoritos de la misma forma que lo hace el seguidor de un equipo de fútbol o baloncesto. Actualmente, los **ingresos** de la industria de los *esports* provienen **mayoritariamente de la inversión publicitaria** -en torno al 70%-, mientras que los **aficionados generan el 10%** de los ingresos.

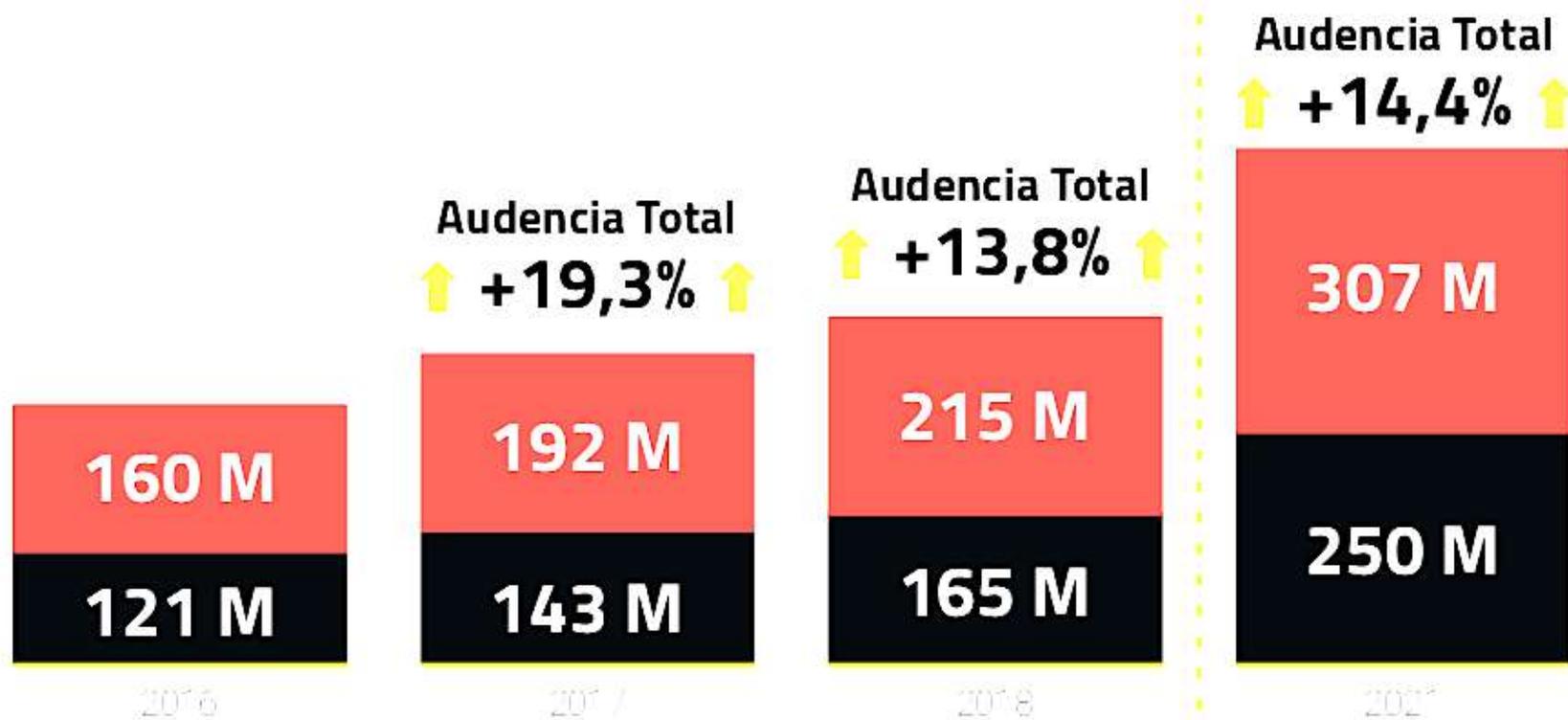
Según los datos de New Zoo, el seguidor medio de ***esports*** gasta 3,64 dólares al año en el sector, mientras que en deportes como el baloncesto esa media aumenta hasta aproximadamente los 15 dólares por persona.

¿Cuál es la audiencia de las competiciones?

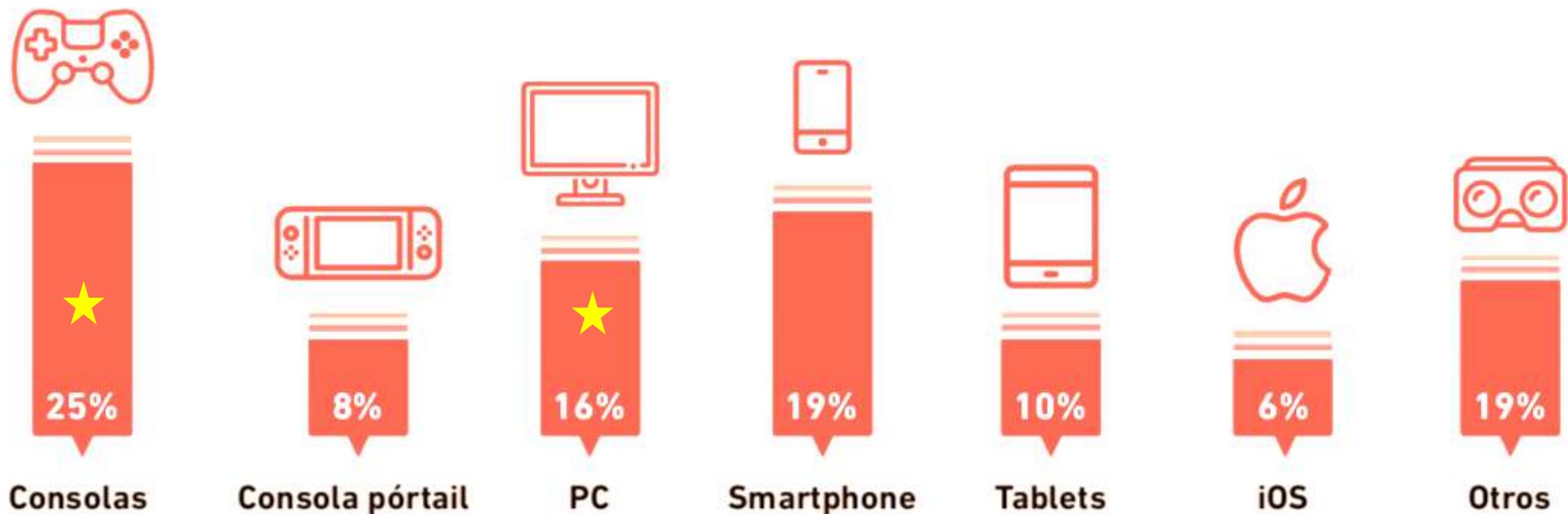
Crecimiento global de la audiencia de esports

Espectadores ocasionales

Entusiastas de los esports



DISPOSITIVOS MÁS UTILIZADOS



Los patrocinadores

Los ingresos de las competiciones de videojuegos provienen en gran medida de la publicidad y el patrocinio. Por este motivo, los anunciantes son stakeholders fundamentales. Tradicionalmente, los principales patrocinadores han sido marcas tecnológicas como Intel o ASUS, pero con la creciente popularidad del sector han entrado marcas de otros sectores como Coca-Cola, Doritos, Mercedes o VISA.

España es uno de los países donde ha habido un interés real de grandes patrocinadores por los esports, y es una de las principales causas de su gran proyección.

Los operadores de telecomunicaciones han protagonizado estos movimientos. A principios de 2016 Vodafone anunció el patrocinio del equipo G2. Ese mismo año Orange se convirtió en el patrocinador principal de la Superliga de la LVP y en 2017 Movistar anunció el patrocinio del equipo Riders y de los torneos ESL Masters.

Según el informe Inside eSports, en España hay 54 marcas activas que se publicitan en estos equipos y torneos, 16 empresas más que hace un año, y, curiosamente, el 76% se considera que no son endémicas en este sector.



EL MERCADO ESPAÑOL

VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS



VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS (LANZADOS EN 2019)

- 1** **FIFA 20**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
- 2** **POKÉMON ESPADA**
NINTENDO (PEGI 7)
- 3** **CALL OF DUTY:
MODERN WARFARE**
ACTIVISION BLIZZARD (PEGI 18)

VIDEOJUEGOS MÁS VENDIDOS* (EN 2019)

- 1** **FIFA 20**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)
- 2** **GRAND THEFT AUTO V**
ROCKSTAR GAMES (PEGI 18)
- 3** **FIFA 19**
ELECTRONIC ARTS (PEGI 3)



Esports Viewership Tiers by Peak Viewers (PV) (April 2019 – April 2020)

Fuente de ingresos

La gran mayoría de las **marcas están dirigidas a un público joven**, como Pull&Bear, Telepizza o KFC. La industria que más ha apostado por los deportes electrónicos es la alimentaria, seguida por el sector de los periféricos y el comercial, con un 12%.

Primeros en dar el paso

Los equipos de fútbol tradicionales han creado su propio equipo de deportes electrónicos. Captando así, la afición más joven.

Business

Por cuarto año consecutivo **EA y LaLiga** unen sus fuerzas en torno a las competiciones esports, ofreciendo una de las más espectaculares experiencias a nivel de torneos que se puede dar en nuestro país.

La edición de 2019 contó con más de 16.000 jugadores inscritos, 100.000€ en premios, 739.000 espectadores únicos y la participación de 33 clubes de fútbol profesional, consolidando un formato que ya es referencia para la gran comunidad de fíferos españoles.



Crecimiento

Las competiciones profesionales de videojuegos van camino de convertirse en uno de los fenómenos competitivos con las mayores tasas de crecimiento. Si tenemos en cuenta que muchos deportes tradicionales necesitaron muchos años para alcanzar su estatus, **en apenas dos décadas los esports han conseguido entrar en casi todas las casas.**

Las audiencias

Un grueso de seguidores que ya suma una audiencia global de 450 millones de aficionados en todo el mundo y que no para de crecer. Los datos de audiencia son cada vez mayores con torneos más y más grandes.

Los premios

Además de los premios, hay otra tendencia al alza en los *esports* muy cercana al deporte tradicional: la oferta de becas universitarias para jugadores destacados.

Las franquicias

Una de las similitudes habitualmente comparadas entre ambas industrias es el desarrollo de organizaciones como franquicias deportivas con equipos, plantillas y jugadores que disputan competiciones en diferentes disciplinas o juegos. Ejemplos como el Real Madrid CF o el FC Barcelona no están tan lejos deportivamente hablando de clubes como Team Liquid o G2

Los principales clubes deportivos han visto en los *esports* una forma de acercarse a nuevas audiencias, y desde el FC Barcelona hasta Los Ángeles Lakers han apostado por adentrarse en el sector con sus jugadores y equipos.



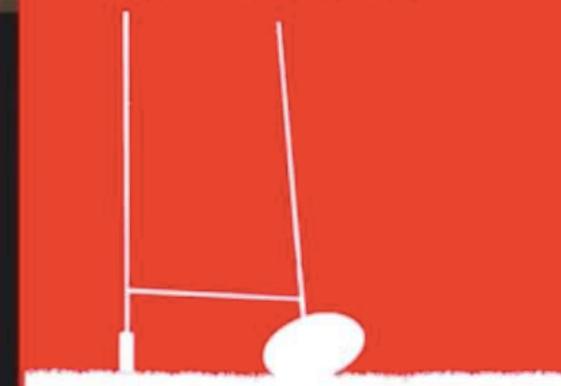


#conexiónFERugby @ferugby

CONEXIÓN FERUGBY



- Helena Lanuza
- Pedro Bonofiglio
- Feta Casteglioni
- Eneko Cherro





GRACIAS



VALENGAME

Calle Escultor Vicente Rodilla 5
46007 – Valencia – España
963 57 02 25 – info@valengame.es

ANEXO II:

**Creación y retransmisión de una
competición eSport.**



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



#QUÉDATEENCASA

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_





Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



DATOS

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

NÚMERO DE IMPACTOS

SIGUENOS EN



NÚMERO JUGADORES DEL TORNEO 6 NACIONES RUGBY ONLINE.

1ª EDICIÓN. ESPAÑA: 80 INSCRITOS PC Y PS4

2ª EDICIÓN. COMUNIDAD VALENCIANA: 16 INSCRITOS PS4

PRÓXIMAMENTE 2ª EDICIÓN FER, PREVISIÓN 200 PARTICIPANTES.

+ LIGA DIVISIÓN HONOR ONLINE

VALENGAME

WEB valengame.es +20 VISITAS AL DÍA

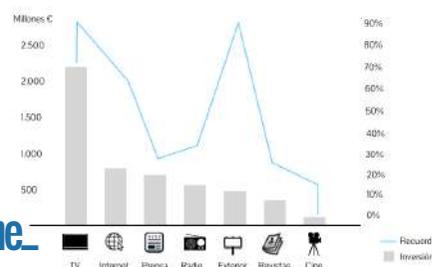
NÚMERO DE VISITAS EN twitch.tv/valengame

CON 1.800 VISUALIZACIONES

CASTER PEDRO BONOFLIGIO

TWITTER: ALCANCE 10.000 SEGUIDORES

INSTAGRAM: ALCANCE 2.500 SEGUIDORES



EN CUANTO A VISIBILIDAD PARA EL PÚBLICO, ESTOS HAN SIDO LOS IMPACTOS POTENCIALES:

MEDIOS

20MINUTOS [Artículo](#) PRENSA DIGITAL 15.000.000 LECTORES

UBEAT (MOVISTAR+)

TWITTER: ALCANCE 16.000 SEGUIDORES

UBEAT.TV : ALCANCE 12.000.000 PÚBLICO

NACON

TWITTER: ALCANCE 13.000 SEGUIDORES

LA NUEVA (REVISTA DIGITAL ARGENTINA) [Noticia 1](#)

COE

TWITTER: 83.000 SEGUIDORES

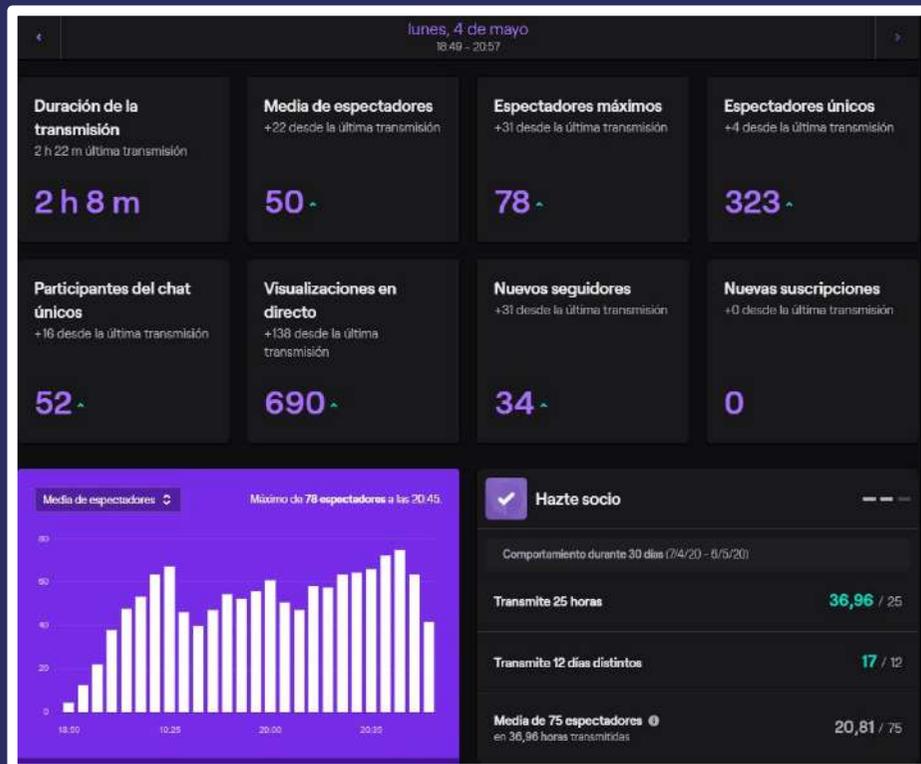
RENFE

TWITTER: 119.000 SEGUIDORES

PLATAFORMAS DE RETRANSMISIÓN



BASE DE DATOS PARA REALIZAR UN SEGUIMIENTO DE LOS IMPACTOS, INTERACCIONES, SEGUIDORES



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

PLATAFORMAS DE RETRANSMISIÓN



BASE DE DATOS PARA REALIZAR UN SEGUIMIENTO DE LOS IMPACTOS, INTERACCIONES, SEGUIDORES



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

CANAL TWITCH



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

A TRAVÉS DE NUESTRO CANAL DE TWITCH.TV SE LOGRA UN MAYOR ALCANCE DE PÚBLICO, YA QUE TAMBIÉN RETRANSMITIMOS OTROS DEPORTES Y SIGUEN NUESTRO CANAL

SIGUENOS EN



FERugby

valengame_ Inicio Vídeos Clips Seguidores Suscribirse

Vídeos más recientes

Canal de valengame_

Copa Colegial eSports - Fundación Baloncesto Colegial

Categoría: [NBA 2K20](#)

Deportes Simulación

1805

PLATAFORMAS DE RETRANSMISIÓN



U-BEAT INICIAR SESIÓN

HOME / +ESPORTS / TORNEO 6 NACIONES RUGBY'20 (FINAL)

Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE

JORNADA FP

SIGUENOS EN

EN VIVO POR TWITCH
valengame_

HORARIO DE LA JORNADA

01/05/2020

FETA - ESP	EN VIVO 19:00	FERNANDO - ESP	
DAVID - QUIMIC	EN VIVO 19:30	ENEKO - MONASTIL ELDA	
ENEKO - MONASTIL ELDA	EN VIVO 20:00	DAVID - QUIMIC	

EZEQUIEL PEREZ-FUSTER

PEDRO BONOFIGLIO

#QUÉDATEENCASA

TYLER RAKE

VER AHORA > NETFLIX

ESPORTS
Torneo 6 Naciones Rugby'20 (FINAL)



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



PRODUCCIÓN

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

DISEÑO



EL EQUIPO DE PRODUCCIÓN TRABAJA PARA QUE LOS USUARIOS SE LLEVEN LA MEJOR EXPERIENCIA DE LA COMPETICIÓN, POTENCIANDO LOS CONTENIDOS VISUALES Y OFRECIENDO DISEÑO GRÁFICO DE ALTA CALIDAD.

VISIBILIDAD DE LOS PATROCINADORES DE LA ENTIDAD, ADAPTADA A LAS NUEVAS TENDENCIAS, SIGUIENDO UN ESTILO GAMING.

CARTELERÍA



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE

EN VIVO POR TWITCH valengame_

Heineken Generali LaLiga Sports Joma IBERDROLA renfe ESPAÑOLD Decathlon Halcon Viajes LOTERIAS nacon RUGBY20

CAMPEON

LEONES

FEDERICO CASTEGLIONI

Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE

Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE

ESTAMOS EN VIVO

#QUÉDATEENCASA

EN VIVO POR TWITCH valengame_

Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE

PLAYOFF

EN VIVO POR TWITCH valengame_

GENERACIÓN DE CONTENIDO



- VALENGAME OFRECERÁ A LA FER CARTELERÍA CREADA PARA LA PROMOCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA COMPETICIÓN PARA LA WEB Y RRSS.
- LA FER PODRÁ TAMBIÉN REALIZAR CARTELERÍA PROPIA SI LO DESEA, SUMAR RECURSOS MEJORARÁ LA VISIBILIDAD DEL TORNEO, TODO ELLO BAJO UN MISMO CRITERIO, ESTILO.
- SE PODRÁN HACER PODCASTS DEL TORNEO CON LOS JUGADORES/AS PARTICIPANTES DONDE SE COMENTE LA ACTUALIDAD Y TAMBIÉN, CON CONTENIDO DIARIO DE LA FER.
- LA WEB FER TENDRÁ ACCESO DIRECTO A LA COMPETICIÓN (A TRAVÉS DE www.valengame.es), DE LA MISMA MANERA QUE EL SITIO WEB DE VALENGAME ESTARÁ VINCULADO AL DE LA FER.



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



PERSONAL

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

EXPERIENCIA DE USUARIO



EL PERSONAL DE LA ORGANIZACIÓN SE EMPLEA A FONDO PARA QUE LOS PARTICIPANTES DISFRUTEN DE UN TORNEO DE SU DEPORTE FAVORITO, CON LA MISMA INTENSIDAD QUE EXPERIMENTAN CUANDO ESTÁN EN EL CAMPO DE JUEGO.

SEGUIMIENTO PERSONAL DE LOS PARTIDOS, VICTORIAS Y DERROTAS CON FEEDBACK DE LOS COORDINADORES DE LA COMPETICIÓN.

CONEXIÓN Y NUEVAS AMISTADES DE LOS PARTICIPANTES A TRAVÉS DEL RUGBY ONLINE.

PROXIMIDAD ENTRE USUARIOS Y TODOS LOS ACTORES QUE CONFORMAN LA COMPETICIÓN: LOS COMENTARISTAS INTERACTÚAN CON LOS JUGADORES Y AFICIONADOS ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LOS PARTIDOS.

FEEDBACK Y VALORACIONES



ENEKO CR MONASTIL ELDA (21 AÑOS):

Un placer haber compartido esto con vosotros, para lo que sea, sabèis que podèis contar conmigo, ya sea para organizar algo, comentar o jugar ❤️❤️

JAVIER MURO ALCOY RC (33 AÑOS):

Mi màs sincera enhorabuena! Ahora a esperar al pròximo que hagàis

LUCIAN CR GRANOLLERS (23 AÑOS)

Por cierto! felicidades por el trabajo a estado muy bien el torneo, esperamos otra ediciòn!!! muchas gracias

GERARD SIN CLUB (27 AÑOS)

Ha estado muy muy bien, lo del Twitch, que jugaran jugadores de la selecciòn, la plataforma.. felicidades de verdad!

DAVID QUIMIC CR (16 AÑOS)

Gracias a vosotros, ha sido una gran iniciativa para el rugby esperemos q siga creciendo

MADRE HENOK CD UNIV. GRANADA (10 AÑOS)

Gracias 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌

JUAN RC VALENCIA (16 AÑOS)

Muchìsimas gracias a ti, a ValenGame y a la federacion espaõla de rugby por hacer tan fàcil algo tan difìcil como es un torneo nacional, la organizaciòn ha sido espectacular y me gustarìa agradeceros todo el trabajo realizado, enhorabuena tambièn!!

FACUNDO RC LA VILA (26 AÑOS)

Ahora que las pulsaciones me vuelven a la normalidad. Y ya que no teniamos tiempo porque ibamos con retraso, aprovecho por aqui para daros las gracias por el torneo y en general la experiencia que hemos vivido Independientemente de ganar, perder, quedar ùltimo Lo hemos disfrutado muchìsimo y nos veremos para la segunda ediciòn



WhatsApp

SATISFACTION LEVEL

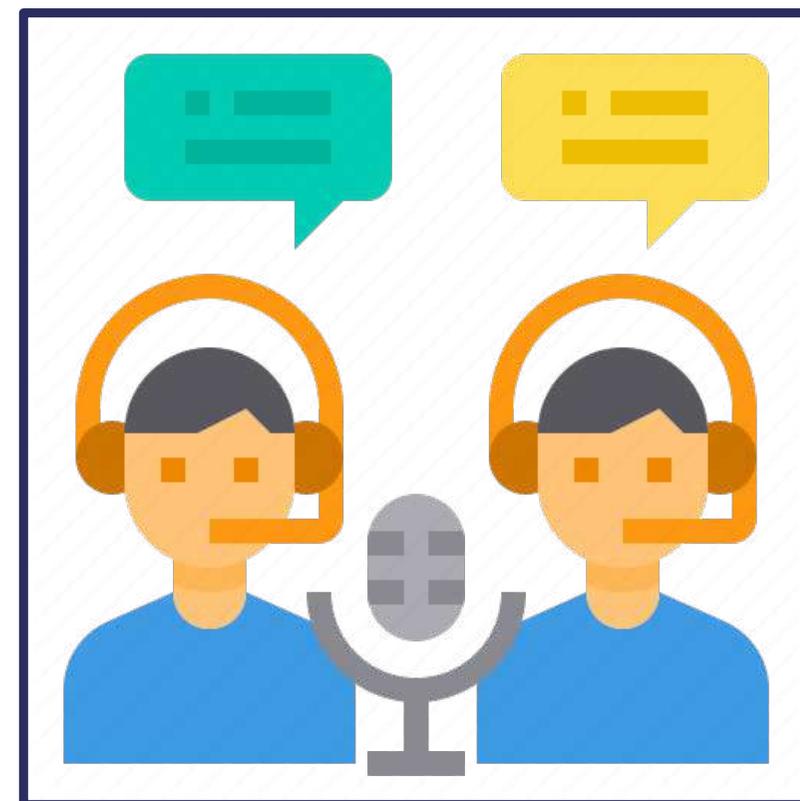


CASTER

PEDRO BONOFLIGIO ES UNA EMINENCIA DE LAS RETRANSMISIONES DEPORTIVAS, SU TONO DESENFADADO Y DIVERTIDO ES CLAVE PARA EL DISFRUTE DE LOS ESPECTADORES EN LOS DIRECTOS DEL RUGBY20.

LOGRA INTERACTUAR CON GRAN CERCANÍA CON LA GENTE JOVEN QUE ESCRIBE EN EL CHAT, EN RRSS O TRASLADAN SUS AUDIOS Y SUS VÍDEOS DE ÁNIMO Y APOYO EN LAS PARTIDAS EN DIRECTO.

LA RETRANSMISIÓN CUENTA CON UN SEGUNDO COMENTARISTA QUE ACTÚA DE APOYO, INTRODUCIENDO TEMAS Y FACILITANDO LA CONEXIÓN ENTRE LA ORGANIZACIÓN Y LOS PARTICIPANTES.





Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



RUGBY ONLINE

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

ALCANCE Y MODERNIDAD



EN LA ACTUALIDAD, LAS COMPETICIONES **eSports** O DEPORTES ELECTRÓNICOS AÑADEN OTRA LÍNEA DE PROMOCIÓN DE LAS DISTINTAS DISCIPLINAS DEPORTIVAS. PERMITEN MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL REGLAMENTO DE UN JUEGO O DEPORTE, Y PERMITE A LOS JUGADORES PLANTEAR ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS. ADEMÁS DE CONOCER Y HACER NUEVAS AMISTADES, PERMITEN MEJORAR LA VISIÓN DEL JUEGO, Y, POR SUPUESTO, SON FUENTE DE DIVERSIÓN, EMOCIÓN DE LA COMPETICIÓN Y FOMENTO DE LA BUENA PRAXIS.

POR ELLO, CREEMOS CONVENIENTE QUE DESDE EL SECTOR DEPORTIVO SE FOMENTE ESTA PRÁCTICA, PUES SE ESTÁ ABRIENDO UN MUNDO NUEVO DEL DEPORTE QUE DARÁ MUCHAS SALIDAS PROFESIONALES PARA LA DOCENCIA, FORMACIÓN, COORDINACIÓN DE COMPETICIÓN, NARRADORES/COMENTARISTAS, GESTIÓN DE CLUBES, ETC.

LOS TORNEOS DE RUGBY ONLINE NOS ABREN LAS PUERTA DE MILLARES DE HOGARES

Y HACEN POSIBLE QUE MUCHAS MÁS PERSONAS CONOZCAN,

ENTIENDAN Y SE VINCULEN A NUESTRO DEPORTE.

FORMACIÓN DE JUGADORES



EL JUEGO RUGBY20 INCLUYE
DIVERSOS ELEMENTOS QUE
FAVORECEN LA FORMACIÓN Y
CREACIÓN DE ESTRATEGIAS:

PIZARRA VIRTUAL
SEGUIMIENTO DE LAS JUGADAS.
APRENDIZAJE SISTEMA DE JUEGO
DE LOS EQUIPOS EN ATAQUE Y
DEFENSA.
GESTIÓN DE CAMBIOS DE JUGADORES
EN FUNCIÓN DE
LAS POSICIONES



PROMOCIÓN



- LOS PARTIDOS SERÁN RETRANSMITIDOS EN TWITCH.TV, ACTUALMENTE, LA PLATAFORMA MÁS PUNTERA DIRIGIDA A PÚBLICO JUVENIL Y GAMER.

(NO TODOS, SELECCIONAREMOS LOS QUE PUEDEN SER MÁS INTERESANTES EN CADA JORNADA)

- LA PROMOCIÓN SE LLEVARÁ A CABO POR LOS CANALES DE LA FER: WEB, TWITTER, INSTAGRAM O FACEBOOK.
- VALENGAME OFRECERÁ AL DEPARTAMENTO DE PRENSA DE LA FER *CLIPS DE LOS MEJORES MOMENTOS DE LAS DISTINTAS JORNADAS.*



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



TORNEOS

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

COPA ESPAÑA

RUGBY DE PROMOCIÓN

FASE 1

- INSCRIPCIÓN ABIERTA AL PÚBLICO Y GRATUITA.
- SE REALIZAN TANTOS GRUPOS COMO SEA NECESARIO.
(POR ZONAS GEOGRÁFICAS)
- FORMATO LIGA.
- DURACIÓN DEL TORNEO 1 MES.

PROPUESTA DE CALENDARIO

SE DISTINGUE DOS EVENTOS EN EL TIEMPO:

1ª EDICIÓN: JUNIO

2ª EDICIÓN: ENERO



FASE 2

- LOGRAS UNA RIVALIDAD GEOGRÁFICA IMPORTANTE.
(NO PASANDOS JUGADORES DE LA MISMA ZONA)
- LOS MEJORES CLASIFICADOS PASAN A UN TORNEO FINAL.
- FORMATO ELIMINATORIA
- DURACIÓN 1 SEMANA



LIGA DIVISIÓN HONOR

RUGBY DE ÉLITE

FASE 1

INSCRIPCIÓN ABIERTA A CLUBES Y GRATUITA LA 1ª EDICIÓN (LA 2ª EDICIÓN 100€, LA 3ª EDICIÓN XX€)

LA PLAZA LA OCUPA EL CLUB, NO EL JUGADOR.

EL CLUB PUEDE UTILIZAR LOS JUGADORES QUE QUIERA, PARA CADA PARTIDO.

SE REALIZAN TANTOS GRUPOS COMO SEA NECESARIO, POR SORTEO.

DURACIÓN DEL TORNEO 3 MESES.

FASE 2

LOS MEJORES CLASIFICADOS PASAN A LA DIVISIÓN HONOR, EL RESTO A DIVISIÓN HONOR B.

FASE PLAYOFF A PARTIDO DE IDA Y VUELTA

DURACIÓN 6 MESES

CON FASES DE ASCENSO Y DESCENSO.



Heineken®

PROPUESTA DE CALENDARIO

SE DISTINGUE DOS ETAPAS EN EL TIEMPO:

1ª FASE PREVIA: SEPTIEMBRE-DICIEMBRE

2ª FASE COMPETICIÓN: ENERO - JUNIO

GESTIÓN DE LA COMPETICIÓN



- EL CALENDARIO, LAS JORNADAS Y LA CLASIFICACIÓN APARECERÁ EN LA WEB DE VALENGAME.
- VALENGAME SE ENCARGARÁ DE RECOGER TODA LA INFORMACIÓN DE LOS JUGADORES PARA INTRODUCIRLA EN LA WEB.
- VALENGAME JUNTO CON LA FER, DETERMINARÁ UN CDD PARA ACTUAR RÁPIDAMENTE EN CASOS EXCEPCIONALES DE INCOMPARECENCIAS, O PROBLEMAS TÉCNICOS DE LOS JUGADORES.
- LAS JORNADAS SE ADAPTARÁN A LA DEMANDA DE JUGADORES INSCRITOS AL TORNEO.

ALGUNAS SALVEDADES

- DOS JUGADORES NO PODRÁN ELEGIR EL MISMO EQUIPO SI SE RETRANSMITE EL PARTIDO.
- EL JUGADOR QUE VAYA POR DELANTE EN LA CLASIFICACIÓN, ELEGIRÁ PRIMERO EL EQUIPO.
- LA FINAL SE JUGARÁ AL MEJOR DE 3 PARTIDOS. EL PRIMERO QUE GANA 2, ES EL CAMPEÓN.
- PARA CADA PARTIDO, DEBERÁN CAMBIAR DE EQUIPO.



Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



DEPARTAMENTO ONLINE

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

DESARROLLO ÁREA eSport



- CREACIÓN DE UNA NUEVA COMUNIDAD DE AFICIONADOS DEL RUGBY.
- LA FER EJEMPLO DE VANGUARDIA EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TENDENCIAS SEGUIDAS POR LOS JÓVENES.
- VISIBILIDAD DEL RUGBY EN PLATAFORMAS QUE VISITAN MILES DE ADOLESCENTES DONDE LA MAYORÍA DE LOS JÓVENES PRACTICAN OTROS DEPORTES, CON LA POSIBILIDAD DE SER CAPTADOS. YA QUE LOS DEPORTES MÁS JUGADOS SON EL FÚTBOL O EL BÁSQUET ONLINE.
- GENERACIÓN ILIMITADA DE CONTENIDO DE RUGBY20, INCLUSO CON CLINICS DEL VIDEOJUEGO CON LOS JUGADORES REFERENTES.
- AGILIDAD PARA GENERAR COMPETICIONES EN ZONAS CON GRAN DEMANDA DE RUGBY Y POTENCIAR LAS QUE TIENE BAJA DEMANDA.
- CONSTANTE EN EL TIEMPO, ADAPTANDO EL NÚMERO DE COMPETICIONES SEGÚN ÉPOCA DEL AÑO.

DESARROLLO ÁREA eSport



BENEFICIOS

1. BAJO COSTE ECONÓMICO.
2. CREAR UNA LÍNEA NUEVA DE INGRESOS PARA LA FEDERACIÓN.
3. MAYOR NÚMERO DE IMPACTO DEL RUGBY EN LA SOCIEDAD.
4. APERTURA DE UNA SECCIÓN A UNA COMUNIDAD DE AFICIONADOS QUE EXISTE, PERO NO ES VISIBLE.
5. COMPLEMENTA AL RUGBY, EN EL HOGAR.
6. INCLUSIVO.

DESARROLLO ÁREA eSport



LA IMPORTANCIA DE CREAR EL DEPARTAMENTO eSport

1. PLANTEAR UNA ESTRATEGIA GLOBAL PARA EL DEPARTAMENTO.
2. ÁREA PARA INNOVAR, CON DISTINTOS FORMATOS Y ESTILOS DE COMPETICIONES.
3. ADAPTARNOS A NUEVOS ESCENARIOS Y DEMANDAS.
4. CONTROLAR EL NÚMERO DE PARTICIPANTES.
5. AGILIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES DEL DEPARTAMENTO **eSport**.



FERugby

Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



PRESUPUESTO ANUAL

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
valengame_

#QUÉDATEENCASA

INGRESOS RUGBY20

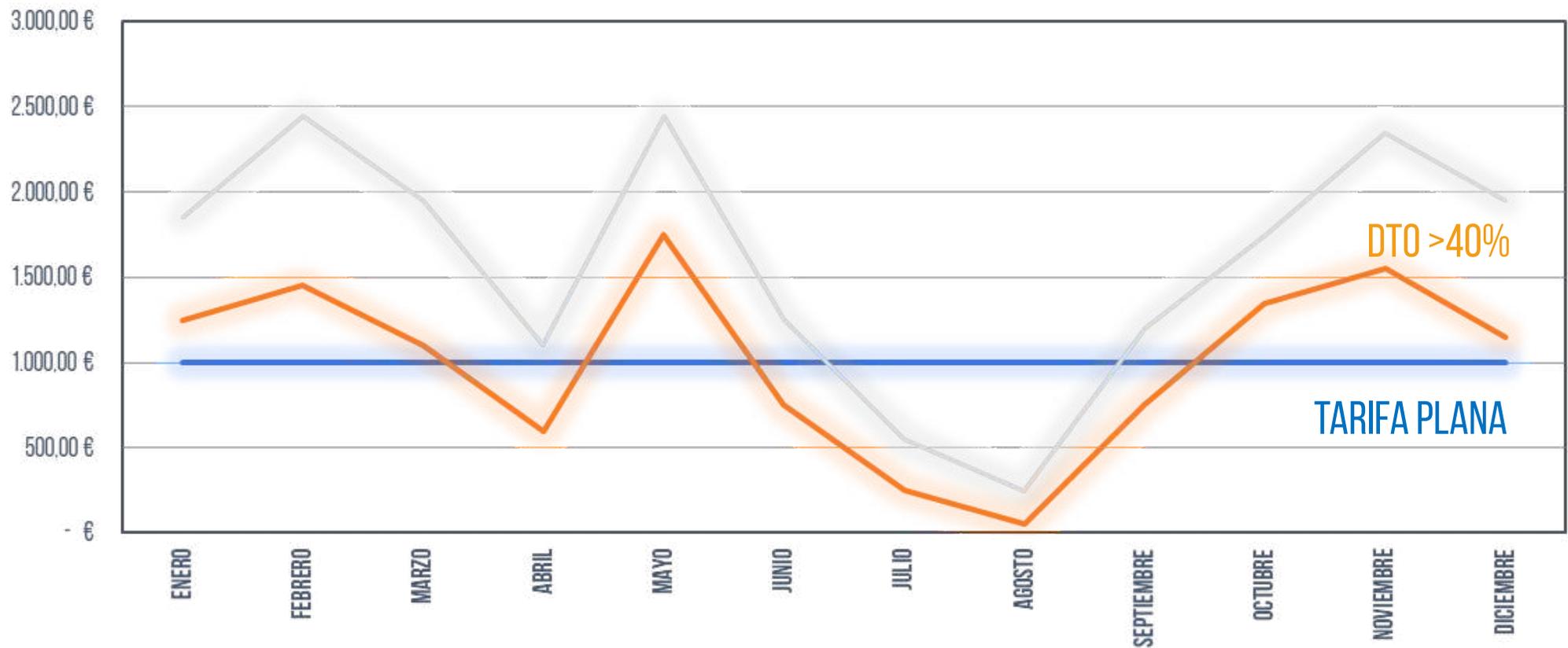


- PATROCINADOR DE LA FER QUE DE NOMBRE A LA COMPETICIÓN.
- VISIBILIDAD DE LOS PATROCINADORES EXISTENTES Y NUEVOS.
- INSCRIPCIÓN DE LOS CLUBES (PREVISTO A M/P O L/P)
- VENTAS DE MERCHANDAISING, QUE GENERA LA COMPETICIÓN.
- NAON PATROCINA EN ESPECIE: MANDOS, CASCOS Y JUEGOS DE REGALO.

COSTE ÁREA eSport

TEMPORADA

— COSTE FIJO — COSTE EVENTO — COSTE REAL





Torneo 6 NACIONES RUGBY ONLINE



VALENGAME

CALLE ESCULTOR VICENTE RODIL 5
46007 – VALENCIA – ESPAÑA
963 57 02 25 – info@valengame.es

GRACIAS

SIGUENOS EN



EN VIVO POR TWITCH
[valengame_](https://www.twitch.tv/valengame_)

#QUÉDATEENCASA

ANEXO III:

Campus Multideportivo.



CAMPUS MULTIDEPORTIVO

TURNOS

Se efectuarán en las siguientes semanas:

Julio

1J 1º Turno. Del lunes 6 de julio al viernes 10 de julio.

2J 2º Turno. Del lunes 13 de julio al viernes 17 de julio.

3J 3º Turno. Del lunes 20 de julio al viernes 24 de julio.

4J 4º Turno. Del lunes 27 de julio al viernes 31 de julio.

Agosto

1A 5º Turno. Lunes 3 de agosto al viernes 7 de agosto.

2A 6º Turno. Lunes 10 de agosto al viernes 14 de agosto.

3A 7º Turno. Lunes 17 de agosto al viernes 21 de agosto.

4A 8º Turno. Lunes 24 de agosto al viernes 28 de agosto.

Localidad y sede: Complejo Educativo de Cheste (Valencia)

***Siempre condicionado a que las AAPP autoricen la actividad.**



Julio 2020

	1	2	3	
S1J	6	7	8	9 10
S2J	13	14	15	16 17
S3J	20	21	22	23 24
S4J	27	28	29	30 31



Agosto 2020

S1A	3	4	5	6	7
S2A	10	11	12	13	14
S3A	17	18	19	20	21
S4A	24	25	26	27	28



SIGUENOS EN



ACTIVIDADES



Talleres

Teatro

Gymkhana

Reto Tik Tok

eSport

Pasta Fresca

Deportes

Karate

Voleibol

Rugby Cinta

Orientación

Baile

Colpbol



*Adaptaremos los juegos y actividades individuales o colectivas, en función de las recomendaciones AAPP en ese momento. Desarrollando metodologías que permitan el disfrute de la actividad de una, u otra manera.

ALOJAMIENTO

VENTAJAS DEL COMPLEJO EDUCATIVO DE CHESTE

4 Edificios de Residencias
con 6 pisos
con 30 habitaciones doble, cada uno.

Campus Multideportivo

1 Edificio de Residencias

6 pisos (cada uno con escalera independiente)
cada piso dividido en dos pasillos
con 30 habitaciones **individuales**



SIGUENOS EN





Pabellones

- 1 Pabellón Doble
- 2 Pabellones (Fútbol Sala y Voleibol)
- 1 Campo de Rugby
- 1 Campo de Béisbol
- 1 Piscina cubierta
- ...

Campus Multideportivo

- ✓ 2 Pabellones (Fútbol Sala y Voleibol)
- ✓ 1 Campo de Rugby
- ✓ 1 Piscina cubierta
- ✓ 1 Sala de Karate
- ✓ 1 Salón de Actos
- ✓ Aulas para talleres



SIGUENOS EN



COMEDOR DEL CAMPUS

Haremos varios turnos para los distintos momentos del día.

Desayuno

1º Turno 8:30h-9:00h

2º Turno 9:00h-9:30h

Comida

1º Turno 13:30h-14:00h

2º Turno 14:00h-14:30h

Cena

1º Turno 20:30h-21:00h

2º Turno 21:00h-21:30h



- Almuerzo y Merienda incluido.
- Piezas de fruta, agua o zumo ilimitado.

SIGUENOS EN



PROTOCOLO COVID-19



1. Día 0. Recepción de los niños. Control de la temperatura e higiene.
 2. Durante el CAMPUS. Control de la temperatura una vez al día.
 3. Valorar posibles síntomas: fiebre, diarrea, falta de olfato, tos seca, etc
 4. Higiene de manos, antes y al finalizar cada taller y/o actividad.
(en un lavabo cercano o con geles hidroalcohólicos)
1. Trabajo en grupos REDUCIDOS de 6-8 niños por Monitor
 2. Distanciamiento social en cuanto a las actividades, trabajando por grupos y separados.
 3. Limpieza de todo el material, antes y después de usarlo.

*Si se detecta un síntoma, aislamiento, se notifica a la dirección y familia.



EXPERIENCIA



- El personal de la organización se emplea a fondo para que los participantes disfruten de un campus multideportivo del primer nivel de la Comunidad Valenciana, en un entorno natural como el que ofrece el Complejo Educativo Cheste.
- Aprenderán de la salud, a través de talleres de alimentos y a fortalecer la seguridad y confianza en sí mismo, con actividades de teatro, además de la diversión que engloba todas estas actividades en un entorno agradable y positivo.



ACTUALIDAD

- Somos conscientes de lo que motiva e interesa a los adolescentes, con las nuevas tendencias en app y tecnologías.
- Es por ello, que queremos utilizar de manera responsable estas modas, que causan furor en los jóvenes.

Retos Tik Tok y los eventos de eSport



SIGUENOS EN



VALENGAME



- Ejecuta el CAMPUS con el acuerdo de la organización de las Federaciones de Voleibol, Rugby y Karate junto con la colaboración de las AAPP
- Gestiona todo lo por menores de la actividad, administración, información a familiares, inscripciones, etc.
- Coordina con los monitores las actividades del CAMPUS MULTIDEPORTE
- Genera la promoción de la actividad (Cartelería, Trípticos)
- Los pagos de las inscripciones se realizarán a través de la web www.valengame.es de manera online
- Asume los riesgos de la actividad en cuanto a pérdidas y ganancias.



FDM VALENCIA



AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA



Fundación
Deportiva
Municipal
València

- Publicidad en la programación de VERANO
- Ayudas a los adolescentes con falta de recursos, ya presupuestadas por la FDM de Valencia con la Federación de Voleibol.



FEDERACIONES AUTONÓMICAS



1. Difusión en los canales oficiales: Mailing a clubes, Web y RRSS
2. Dotar de material y equipamiento deportivo para la actividad.
3. Paridad en el número de monitores y monitoras
4. Nombra un monitor/a para el CAMPUS de su disciplina deportiva con
 - Título de Grado en Actividad Física o TAFAD
 - Título de Entrenador/a Nivel 1, 2 ó 3.
 - Certificado de negatividad Delitos Sexuales
 - Perfil para un CAMPUS MULTIDEPORTIVO
5. La Federación debe comunicar la preferencia en la manera de vincular al monitor/a:
 - La Federación factura a ValenGame por los honorarios del monitor/a. Es la Federación quien gestiona luego ,el pago al monitor/a.
 - ValenGame realiza el contrato laboral directamente con el monitor/a.
6. Los monitores/as seguirán las directrices del Coordinador del CAMPUS

GENERALITAT VALENCIANA



Servicio de Socorrista

MARTES

Tarde de 16:00h a 20:00h

MIÉRCOLES

Mañana 11:00h a 13:30h

Tarde 16:00h a 20:00h

JUEVES

Tarde 16:00h a 20:00h

Servicio Enfermería

MARTES

Tarde 18:00h a 20:00h

MIÉRCOLES

Tarde 18:00h a 20:00h

JUEVES

Tarde 18:00h a 20:00h



GENERALITAT VALENCIANA



Seguro de accidentes o terceros

Campus Deportivo

Servicio de Transporte

Miércoles

Mañana salida 10:00h Cullera

Tarde regreso 19:00h Chestre

Servicio de Transporte

LUNES

Mañana salida 8:30h Alicante

Mañana salida 8:30h Castellón

VIERNES

Tarde regreso 17:00h Alicante

Tarde regreso 17:00h Castellón





GRACIAS