

Creixement d'una marca en els

E-sports



-Daniel Roblas i Serra

-Curs 2024/25

-Institut Sunsi Mora

-Tutors: Alex Sánchez i Carme Ruiz

RESUM

Este proyecto surge de mi pasión por el mundo empresarial y el deseo de aprender cómo funciona en profundidad el proceso de emprendimiento. Con esta motivación, he querido plantear la creación de un club de deportes electrónicos, un sueño que tengo desde pequeño, inspirado por años de experiencia como jugador de videojuegos y la ilusión de formar un equipo propio competitivo y profesional.

El objetivo principal del trabajo ha sido desarrollar una marca de deportes electrónicos, siguiendo una metodología estructurada que me ha permitido abordar cada fase del proyecto. Inicialmente, se ha llevado a cabo el diseño de la identidad del club, teniendo en cuenta aspectos visuales y estratégicos para dotar la marca de personalidad y profesionalidad. Posteriormente, se ha trabajado en la creación de una infraestructura en línea que sirva como plataforma para los equipos, donde puedan competir, aprender y evolucionar dentro del sector.

A lo largo del proceso, he encontrado dificultades importantes, como por ejemplo la búsqueda de patrocinadores y la obtención de seguidores, puesto que este proceso resulta más complejo y costoso del que había previsto inicialmente. A pesar de no haber conseguido todos los objetivos planteados, considero que el proyecto ha sido un éxito en términos de aprendizaje. He adquirido conocimientos valiosos sobre la construcción de una empresa, su organización interna y la importancia de definir objetivos claros. Además, he establecido contactos profesionales y personales que pueden ser útiles en el futuro.

En conclusión, este trabajo me ha permitido descubrir mi vocación por el mundo del emprendimiento, un camino que no había contemplado inicialmente con tanta determinación. La creación de un club de deportes electrónicos requiere esfuerzo, organización y compromiso, así como una visión clara del futuro del proyecto. Gracias a esta experiencia, el club cuenta ahora con una base sólida que le permitirá crecer de manera estructurada y afrontar los retos futuros con garantías de éxito.

ABSTRACT

This project comes from my passion for the business world and my desire to learn how entrepreneurship works. Because of this, I decided to create an esports club, a dream I've had since I was a child, inspired by my love of video games and the desire to form my own competitive and professional team.

The main goal of this work was to create an esports brand, following a structured method that allowed me to address every stage of the project. First, I designed the image and identity of the club, creating a brand with personality and professionalism. After that, I built an online platform where teams can compete, learn, and grow within the esports world.

Throughout the process, I faced some challenges, such as finding sponsors and followers, which turned out to be more difficult and expensive than I expected. Even though I didn't achieve all of my goals, I believe the project was a valuable learning experience. I learned how to build a company, how to organize it, and the importance of setting clear objectives. I also met people who could be helpful to me in the future.

In conclusion, this project helped me realize that I enjoy entrepreneurship more than I thought. Creating an esports club requires a lot of work, organization, and commitment, but thanks to this experience, the club now has a solid foundation to grow and face future challenges.

ÍNDEX

1.1 Introducció.....	10
1.2 Justificació del projecte.....	11
1.3 Objectiu i hipòtesi.....	11
2.1 El Principis.....	13
Els primers anys: Els inicis dels tornejos de videojocs.....	13
2.2 L'era de les LAN Parties i el creixement dels jocs multijugador (dècada de 1990). 13	
2.3 Els primers esports electrònics professionals (dècada de 2000).....	14
2.4 L'era moderna dels eSports (2010-actualitat).....	14
3.1. La penetració dels esports electrònics a Espanya.....	16
3.2. Les principals lligues i esdeveniments d'eSports a Espanya.....	16
3.3. Infraestructures i empreses en creixement.....	17
3.4. El suport institucional i l'educació.....	18
3.5. Patrocinadors i marques involucrades en el mercat espanyol.....	18
3.6. Reptes i oportunitats en el sector dels esports electrònics a Espanya.....	19
4.1 Definició de l'Emprenedoria.....	21
4.2 La Importància de l'Emprenedoria en l'Economia.....	21
4.3 Característiques de l'Emprenedor.....	22
4.4 El Procés Emprenedor.....	22
4.5 Estructura del Pla de Negoci.....	23
4.6 Constitució Legal d'una Empresa.....	23
4.6.1 El Registre Mercantil.....	24
4.6.2 Tipus de Societats.....	24
4.7 Màrqueting i Comportament dels Consumidors i Compradors.....	25
4.7.1 Comportament del Consumidor.....	25
4.7.2 Comportament del Comprador.....	26
4.7.3 Estratègies de Màrqueting.....	26
5.1 Disseny de la marca.....	28
5.2 Desenvolupament d'un espai en línia per als equips del club.....	30

Índex del servidor (imatge 3).....	31
5.3 Organització i creació dels equips.....	31
5.4 Desenvolupament d'una estratègia per a un creixement mediatic.....	33
Bibliografia:.....	36
Webgrafia:.....	36
ANNEXA 1: Manual de l'administrador.....	37
ANNEXA 2: Contracte del club amb el jugador.....	48

1. INTRODUCCIÓ

1.1 Introducció

Què són el món dels Esports i que té a veure amb la creació d'una empresa?

Esports ve de la fusió d'Electrònica i Esports, els Esports són competicions que tenen lloc en l'entorn dels videojocs, i constitueixen una indústria amb un gran potencial en el terreny de l'entreteniment.

El fenomen dels esports està experimentant un dels creixements més alts en seguidors. Gràcies als esports electrònics s'han obert les portes a noves idees de negoci en una esfera que ja mou grans quantitats de diners. Parlem de les competicions de videojocs amb un caràcter professional, que ja no són només un joc sinó una professió.

Per a la competició en la gran majoria de casos es necessita un equip, i no tan sols un equip de jugadors sinó que també un equip tècnic i professional en els diferents aspectes d'aquest món, com per exemple la nutrició, els hàbits, exercici físic, mental i també un estudi del joc per saber com poder millorar. Per tant, considero que una sola persona no pot competir pràcticament, per això existeixen les organitzacions/empreses que formen ecosistemes dintre dels esports electrònics per ser competents en aquest món.

En l'àmbit empresarial, per poder formar un club d'esports electrònics cal constituir una empresa, aprendre a administrar i gestionar els diferents problemes a l'hora de construir un equip i aprendre tot el coneixement del món imperial i d'altres organitzacions per tal d'assolir l'objectiu de muntar una empresa rendible i competent. Per això cal informar-se de la trajectòria d'altres clubs i també com en aquest cas, llegir llibres de com muntar una empresa.

1.2 Justificació del projecte

Escollit aquest projecte per varies raons:

- Per l'interès per el mon empresarial
- Per les ganes de intentar montar una empresa
- Ganes d'investigar com funciona el mon empresarial
- Perquè desde petit he estat jugant a videojocs i montar un equip propi competent seria un somni
-

1.3 Objectiu i hipòtesi

Hipòtesis:

Podré crear una marca i assolir uns objectius amb l'objectiu d'aprendre a crear i desenvolupar una empresa.

Objectius:

(Aquests objectius es dividiran en 2 àmbits, esportiu i empresarial)

Esportiu:

- Poder arribar a competir en lligues d'alta divisió en l'amateur en un mínim de 2 disciplines.
- Crea un àmbit esportiu saludable i funcional en el qual es pugui assegurar una millora si els individus compromesos s'ho prenen seriosament.

Empresarial:

- Arribar a tenir un mínim de 5.000 seguidor en 2 o més xarxes socials
- Aconseguir patrocinadors que vulguin formar part del club

RECERCA DELS ESPORTS ELECTRONICS

2. Història dels Esports electrònics

Aquest capítol explora la història dels esports electrònics, des dels seus inicis fins a l'actualitat, i com han evolucionat fins a convertir-se en una part fonamental de la cultura contemporània.

2.1 Els Principis

Els primers anys: Els inicis dels tornejos de videojocs.

Els orígens dels esports electrònics es poden rastrejar fins a la dècada de 1970, quan es van organitzar els primers tornejos de videojocs. Un dels primers esdeveniments registrats va ser l'***Intergalactic Spacewar Olympics***, celebrat l'any **1972** a la Universitat de Stanford, als Estats Units. Aquest torneig es va centrar en el joc *Spacewar!*, un dels primers videojocs de la història. Tot i que va ser un esdeveniment relativament petit, va establir les bases per a les competicions de videojocs que seguirien.

Durant els anys 80, els videojocs àrcade es van popularitzar arreu del món, i amb ells va sorgir la competició per obtenir les millors puntuacions. Jocs com *Pac-Man* i *Donkey Kong* van fomentar rivalitats entre jugadors que competeixen pels rècords mundials. ***Twin Galaxies***, fundada per Walter Day el 1981, es va convertir en l'organització principal encarregada de registrar les puntuacions més altes en aquests jocs, i això va contribuir a la creació d'una comunitat competitiva.

2.2 L'era de les LAN Parties i el creixement dels jocs multijugador (dècada de 1990)

Amb l'arribada dels ordinadors personals i la millora de la tecnologia, la dècada dels 90 va veure una nova evolució en el món dels videojocs competitius. Un dels factors més importants va ser l'aparició de les ***LAN Parties*** (Local Area Network Parties), en les quals els jugadors es reunien físicament per connectar els seus ordinadors en xarxa i competir en jocs multijugador.

Un dels primers jocs que va ajudar a impulsar aquest moviment va ser *Doom* (1993), desenvolupat per id Software. Tot i que *Doom* no tenia modes de competició formal, va permetre als jugadors connectar-se entre ells i competir en partides multijugador, un aspecte innovador en aquell moment. Això va crear la base per a la competició en primera persona (FPS), que es consolidaria amb l'arribada de jocs com *Quake* (1996) i *Counter-Strike* (1999).

2.3 Els primers esports electrònics professionals (dècada de 2000)

A mesura que la tecnologia de xarxes continuava millorant, els esports electrònics van començar a evolucionar cap a una estructura més formal i professional. A principis de la dècada de 2000, es van crear organitzacions i lligues dedicades exclusivament als eSports. Un dels primers grans circuits va ser la ***Cyberathlete Professional League (CPL)***, fundada el 1997, que organitzava tornejos de *Quake* i *Counter-Strike*. Aquestes competicions van atraure jugadors de tot el món i van oferir premis econòmics substancials, obrint la porta a la possibilitat de guanyar-se la vida jugant a videojocs.

A Corea del Sud, *StarCraft* continuava guanyant terreny, i van aparèixer les primeres lligues televisades, com la ***Korean e-Sports Association (KeSPA)***, fundada el 2000. Això va donar als jugadors professionals una plataforma massiva per demostrar les seves habilitats, i va començar a crear-se una cultura de superestrelles dins del món dels eSports.

2.4 L'era moderna dels eSports (2010-actualitat)

La dècada de 2010 va marcar el veritable ascens dels esports electrònics com un fenomen global de masses. Jocs com *League of Legends* (2009), *Dota 2* (2013) i *Counter-Strike: Global Offensive* (2012) van començar a dominar l'escena competitiva, i amb ells van arribar competicions amb premis que superaven el milió de dòlars. L'aparició de la ***League of Legends World Championship i The International*** (el torneig anual de *Dota 2*) va demostrar que els eSports havien assolit nivells de popularitat i prestigi que abans semblaven impensables.

Un dels factors que van contribuir al creixement massiu dels esports electrònics va ser l'expansió de les plataformes de transmissió en línia, com **Twitch i YouTube Gaming**, que van permetre que milions de persones de tot el món poguessin veure els seus jugadors favorits en temps real. Això va democratitzar l'accés als eSports, permetent que qualsevol persona amb connexió a internet pogués gaudir d'aquests esdeveniments.

A més, els equips professionals van començar a rebre inversions massives de grans empreses i inversors privats. Figures de l'esport tradicional, com Shaquille O'Neal, van començar a invertir en equips d'eSports, i empreses tecnològiques com Intel, Nvidia, i Red Bull van començar a patrocinar tornejos i esdeveniments.

L'any 2018, la final del campionat mundial de *League of Legends* va ser vista per més de 100 milions de persones, una audiència comparable a la del **Super Bowl**. Aquest fenomen ha atret no només jugadors, sinó també una gran quantitat de públic que segueix els tornejos, i els esdeveniments en directe han omplert estadis com el Madison Square Garden de Nova York o l'Estadi Nacional de Pequín.

2.5 El futur dels eSports

Avui en dia, els esports electrònics són una indústria multimilionària, amb jugadors professionals que signen contractes per milions de dòlars i grans marques que patrocinen tornejos. La seva inclusió en els **Jocs Asiàtics del 2022** com a esport oficial ha obert la porta al debat sobre la seva potencial incorporació en els **Jocs Olímpics**, un tema que encara està en discussió, però que sembla cada vegada més probable.

La popularitat dels eSports continua creixent, amb noves plataformes, jocs i comunitats que impulsen el futur d'aquesta indústria. Amb la realitat virtual, la intel·ligència artificial i altres avenços tecnològics a l'horitzó, els esports electrònics tenen el potencial de transformar-se i expandir-se de maneres que encara no podem imaginar.

3. El sector dels Esports a Espanya

Aquest capítol analitza la situació dels esports electrònics a Espanya com a estudi de mercat necessari per a la creació d'una empresa en aquest sector, amb l'objectiu d'extreure conclusions sobre quins temes cal abordar per assolir l'èxit. En les darreres dècades, Espanya s'ha convertit en un dels mercats clau en el panorama europeu dels esports electrònics, amb un creixement significatiu tant en el nombre de jugadors professionals com en la creació d'esdeveniments i infraestructures dedicades als esports.

3.1. La penetració dels esports electrònics a Espanya

Espanya ha estat testimoni d'un creixement notable en la popularitat dels esports electrònics durant els últims anys. Segons estudis de mercat recents, el nombre d'espectadors i participants d'eSports al país ha augmentat considerablement, especialment entre els joves d'entre 16 i 34 anys. La penetració d'internet i l'accessibilitat als videojocs competitius han estat claus per a aquest creixement.

L'any 2020, Espanya comptava amb més de 3 milions d'espectadors d'eSports, situant-se com un dels països europeus amb més aficionats. Plataformes com **Twitch i YouTube Gaming** han jugat un paper fonamental en la difusió dels esports electrònics, i jugadors professionals espanyols com **Mixwell** (Oscar Cañellas Colucho) i equips com **Team Heretics i Movistar Riders** han ajudat a consolidar la popularitat del fenomen.

3.2. Les principals lligues i esdeveniments d'eSports a Espanya

Espanya ha vist la creació de diverses lligues i esdeveniments dedicats exclusivament als eSports. La **Superliga**, organitzada per **LVP (Liga de Videojuegos Profesional)**, és un dels esdeveniments més importants a nivell nacional. Aquesta lliga, que se centra principalment en jocs com **League of Legends** i **Valorant**, ofereix una plataforma on els equips professionals competeixen al més alt nivell, amb una audiència creixent tant en línia com en directe.

A més de la Superliga, altres esdeveniments com la **Madrid Games Week** o la **Gamerjy**, organitzada per IFEMA, ofereixen competicions d'eSports juntament amb exposicions i zones interactives per als aficionats. Aquestes fires són esdeveniments clau per a les marques i els patrocinadors que volen arribar a un públic jove i tecnològic.

A nivell internacional, equips espanyols com **Giants Gaming** han participat en competicions de prestigi global com la **League of Legends European Championship (LEC)**, fet que ha ajudat a posicionar Espanya en l'escena mundial dels esports electrònics.

3.3. Infraestructures i empreses en creixement

La infraestructura dedicada als esports electrònics a Espanya està en plena expansió. Ciutats com Madrid i Barcelona han estat les pioneres en l'obertura de centres d'entrenament, com ara la **Movistar eSports Center** i altres instal·lacions d'entrenament per a equips professionals. Aquests centres proporcionen als jugadors els recursos necessaris per entrenar a nivell professional i, a més, són utilitzats per a retransmissions i esdeveniments en viu.

D'altra banda, empreses com **Vodafone**, **Orange**, i **Movistar** han fet importants inversions en aquest sector, patrocinant lligues i equips per impulsar els eSports dins del país. Aquestes col·laboracions entre corporacions tecnològiques i el món dels

esports electrònics han estat clau per al desenvolupament d'infraestructures, cosa que beneficia tant jugadors com aficionats.

També cal destacar l'aparició de empreses emergents i petites empreses centrades en el món dels esports electrònics, oferint serveis que van des de la formació de jugadors, fins a la gestió d'equips o l'organització d'esdeveniments. Aquest ecosistema d'empreses crea un entorn favorable per al creixement de noves iniciatives relacionades amb els eSports.

3.4. El suport institucional i l'educació

Un dels aspectes que ha contribuït al creixement dels esports electrònics a Espanya és el suport institucional i l'entrada d'iniciatives educatives relacionades amb aquest àmbit. Universitats com la **Universidad Católica de Murcia (UCAM)** ofereixen programes i beques per a jugadors professionals, mentre que altres institucions educatives han començat a desenvolupar cursos especialitzats en la gestió i el màrqueting dels esports electrònics.

A més, algunes comunitats autònomes han començat a reconèixer els esports electrònics com una disciplina esportiva, donant lloc a la creació de federacions regionals i organismes reguladors. Tot i que encara no existeix una regulació oficial a nivell estatal per als esports electrònics, aquest reconeixement és un pas important cap a la professionalització del sector.

3.5. Patrocinadors i marques involucrades en el mercat espanyol

Els esports electrònics a Espanya han atret una gran varietat de patrocinadors i marques, tant locals com internacionals. Les empreses de telecomunicacions, marques d'electrònica de consum i productes energètics han vist una oportunitat única per connectar amb el públic jove i tecnològic a través dels eSports. Patrocinadors com **Razer**, **Logitech**, i **Red Bull** estan fortament implicats en el

sector, proporcionant recursos tant per a competicions com per a jugadors individuals.

Aquest suport per part de les marques ha permès als equips espanyols professionalitzar-se i competir en esdeveniments de major envergadura, assegurant que Espanya tingui una presència rellevant en les competicions internacionals.

3.6. Reptes i oportunitats en el sector dels esports electrònics a Espanya

Tot i l'expansió i el creixement del sector, encara hi ha diversos reptes que cal afrontar per garantir el seu èxit a llarg termini. Un dels principals reptes és la necessitat de regular el sector de manera clara i establir estàndards professionals que protegeixin els jugadors i fomentin un ambient competitiu just i sostenible. Això inclou temes com la protecció dels drets laborals dels jugadors professionals, la regulació dels contractes i la transparència en els ingressos dels equips.

A més, l'educació del públic general sobre els eSports i la seva integració en el món de l'esport tradicional encara és una tasca pendent. Molts sectors de la societat encara perceben els esports electrònics com una activitat lúdica més que com un esport professional, per la qual cosa l'acceptació social i mediàtica és un aspecte en què cal treballar.

No obstant això, el sector presenta grans oportunitats. L'augment d'audiències globals, la consolidació d'una estructura competitiva sòlida i el suport de grans marques permeten preveure un futur optimista per als esports electrònics a Espanya. També cal destacar les possibilitats que ofereixen les tecnologies emergents com la realitat virtual i la intel·ligència artificial, que podrien canviar la manera com es desenvolupen i es consumeixen els esports electrònics en els propers anys.

RECERCA EN L'ÀMBIT EMPRESARIAL

4. Com crear i desenvolupar una empresa

Aquest capítol està basat principalment en el llibre “Cómo crear y desarrollar un empresa” de Francisco Javier Maqueda Lafuente. L'objectiu és entendre els conceptes necessaris per poder muntar una empresa i entendre tots els conceptes i habilitats necessàries per poder assolir els objectius d'aquest TDR en la part pràctica.

4.1 Definició de l'Emprenedoria

L'emprenedoria es pot definir com el procés mitjançant el qual una persona o un grup de persones identifiquen una oportunitat al mercat i desenvolupen un projecte per aprofitar-la, generalment a través de la creació d'una empresa o un nou negoci. Segons diversos autors, l'emprenedoria no només es refereix a la creació d'empreses, sinó també a la capacitat d'innovar, assumir riscos i gestionar recursos de manera eficient per transformar idees en realitat (Maqueda, 2010).

El terme “emprenedor” s'utilitza per descriure aquella persona que, amb iniciativa i creativitat, pren la decisió d'actuar sobre aquestes oportunitats, generant valor per a la societat mitjançant nous productes, serveis o models de negoci.

4.2 La Importància de l'Emprenedoria en l'Economia

L'emprenedoria és considerada un motor clau per al desenvolupament econòmic i social de qualsevol país. Els emprenedors no només contribueixen a la creació d'ocupació i al creixement econòmic, sinó que també impulsen la innovació i la competitivitat als mercats globals. Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), el 99,9% de les empreses a Espanya són pimes, moltes de les quals creades per emprenedors, fet que mostra la rellevància d'aquest fenomen en l'estructura econòmica.

4.3 Característiques de l'Emprenedor

El perfil de l'emprenedor s'associa habitualment a una sèrie de característiques específiques. Entre les més destacades es troben:

- **Creativitat:** La capacitat per pensar de manera innovadora i desenvolupar solucions originals a problemes o necessitats.
- **Perseverança:** L'emprenedor ha de ser capaç de superar obstacles i aprendre dels fracassos. Aquest aspecte és clau, ja que el camí emprenedor implica riscos i incerteses.
- **Tolerància al risc:** Emprendre implica prendre decisions que no sempre garanteixen l'èxit. Un emprenedor ha d'estar disposat a assumir aquests riscos de manera calculada.
- **Lideratge:** La capacitat per inspirar i dirigir un equip és essencial per a l'èxit de qualsevol projecte empresarial.
- **Visió estratègica:** Un emprenedor ha de ser capaç de visualitzar oportunitats a llarg termini i de planificar com convertir aquestes oportunitats en un negoci rendible.

4.4 El Procés Emprenedor

El procés emprenedor es descriu com un cicle que abasta diverses etapes clau:

1. **Identificació de l'oportunitat:** Aquesta etapa implica reconèixer una necessitat no satisfeta al mercat o una oportunitat de millora en un sector específic.
2. **Desenvolupament de la idea:** Un cop identificada l'oportunitat, l'emprenedor treballa per transformar aquesta idea en un projecte concret, pensant en com generar valor.
3. **Avaluació de la viabilitat:** Abans de llançar un negoci, és necessari avaluar si la idea és viable des del punt de vista econòmic, tècnic i comercial. Això inclou analitzar el mercat potencial, la competència i els recursos disponibles.

4. **Llançament del projecte:** Si la idea resulta viable, l'emprenedor procedeix a la posada en marxa del projecte, que inclou la constitució de l'empresa, la recerca de finançament i la implementació del pla de negoci.
5. **Creixement i consolidació:** Un cop establerta, l'empresa ha de centrar-se en créixer de manera sostenible, millorant els seus productes, augmentant la seva quota de mercat i adaptant-se als canvis de l'entorn.

4.5 Estructura del Pla de Negoci

Un pla de negoci ben elaborat sol incloure les següents parts:

- **Resum executiu:** És un breu resum del projecte empresarial que inclou els aspectes més importants del negoci, com la idea, els objectius, el mercat objectiu i la proposta de valor.
- **Descripció de l'empresa:** Aquesta secció explica detalladament la naturalesa del negoci, els productes o serveis que oferirà i els objectius a curt i llarg termini.
- **Estudi de mercat:** Inclou l'anàlisi del sector, la competència i el perfil del client objectiu. És essencial per comprendre les oportunitats i els riscos que presenta el mercat.
- **Pla de màrqueting:** Defineix les estratègies de comercialització, distribució, preus i promoció que es faran servir per posicionar el producte o servei en el mercat.
- **Pla operatiu:** Descriu el funcionament diari de l'empresa, incloent els processos de producció, la gestió d'inventaris i la logística.
- **Pla financer:** És una de les parts més importants. Aquí s'inclouen les projeccions econòmiques, els costos, els ingressos previstos, i les necessitats de finançament per assegurar la viabilitat del negoci.

4.6 Constitució Legal d'una Empresa

La constitució legal d'una empresa és un pas fonamental per establir qualsevol negoci. Aquest procés implica complir amb una sèrie de requisits legals i

administratius per garantir que l'empresa pugui operar de manera oficial i conforme a la llei. Entre els passos més importants es troben la inscripció al Registre Mercantil i l'elecció de la forma jurídica més adequada per al tipus de negoci.

4.6.1 El Registre Mercantil

El **Registre Mercantil** és un organisme públic on les empreses han de registrar-se per obtenir personalitat jurídica. Aquesta inscripció oficial permet a l'empresa operar legalment, protegir el seu nom comercial i donar visibilitat pública a la seva existència. A més, el registre és necessari per a la publicació d'informació financera i per a qualsevol modificació rellevant que es faci en l'empresa (com ara canvis d'administradors, ampliacions de capital, etc.).

4.6.2 Tipus de Societats

L'elecció de la forma jurídica és un dels aspectes clau en la constitució d'una empresa, ja que determina les responsabilitats legals, fiscals i econòmiques dels socis:

- **Societat Limitada (SL):** És la forma més habitual per a petites i mitjanes empreses. Els socis tenen responsabilitat limitada al capital aportat, fet que significa que no responen amb el seu patrimoni personal davant els deutes de l'empresa.
- **Societat Anònima (SA):** És més habitual per a grans empreses. A diferència de la SL, el capital està dividit en accions i es pot negociar lliurement. També ofereix responsabilitat limitada als accionistes.
- **Societat Cooperativa:** Es tracta d'una forma jurídica on el negoci és gestionat de manera col·lectiva pels socis, que participen activament en la presa de decisions. Els beneficis es distribueixen de forma equitativa entre els socis.

- **Autònom:** És la forma més simple de constitució. Els treballadors autònoms són persones físiques que exerceixen una activitat econòmica a títol personal. Tot i ser senzill de constituir, l'autònom assumeix una responsabilitat il·limitada davant els deutes de l'activitat.

L'elecció correcta de la forma jurídica és essencial perquè determina la manera com l'empresa es gestionarà i quines responsabilitats legals i financeres assumirà cada soci. A més, afecta el tipus de fiscalitat, la manera de distribuir els beneficis i la responsabilitat davant possibles deutes.

4.7 Màrqueting i Comportament dels Consumidors i Compradors

El màrqueting és l'activitat que se centra en la promoció, venda i distribució de productes o serveis, amb l'objectiu principal de satisfer les necessitats i desitjos dels consumidors. A través de diverses estratègies, les empreses intenten crear valor per als clients i establir relacions duradores amb ells. El màrqueting inclou aspectes com la investigació de mercat, el desenvolupament del producte, la fixació de preus, la promoció i la distribució.

4.7.1 Comportament del Consumidor

El **comportament del consumidor** fa referència a les accions i decisions que prenen els individus quan compren o utilitzen un producte o servei. Aquest comportament està influenciat per factors personals, socials, culturals i psicològics. Els consumidors solen passar per diverses etapes abans de prendre una decisió de compra: reconeixement de la necessitat, cerca d'informació, avaluació de les alternatives, decisió de compra i comportament posterior a la compra.

Els principals factors que influeixen el comportament del consumidor són:

- **Culturals:** Valors, creences i normes d'una cultura o subcultura que afecten la percepció i el comportament de compra.

- **Socials:** La influència de la família, amics, grups de referència i l'entorn social té un paper important en la manera com els consumidors prenen decisions.
- **Personals:** L'edat, l'estil de vida, els valors personals, la professió i la situació econòmica són factors determinants en el comportament de compra.
- **Psicològics:** Inclouen les motivacions, les percepcions, les actituds i l'aprenentatge acumulat del consumidor.

4.7.2 Comportament del Comprador

Tot i que els termes **consumidor** i **comprador** sovint es fan servir de manera intercanviable, el **comprador** es refereix específicament a la persona que pren la decisió final de compra. Pot coincidir amb el consumidor, però en molts casos són persones diferents (per exemple, quan els pares compren productes per als fills).

El comportament del comprador està determinat per factors similars als dels consumidors, però també inclou elements com la presa de decisions racionals basades en el preu, la qualitat, la conveniència o la influència de la publicitat i les promocions. Les empreses han de comprendre aquests patrons per oferir els incentius adequats que influeixin en el procés de decisió de compra.

4.7.3 Estratègies de Màrqueting

Les empreses utilitzen diverses **estratègies de màrqueting** per influir en el comportament dels consumidors i compradors. Algunes d'aquestes estratègies inclouen:

- **Segmentació de mercat:** Dividir el mercat en grups homogenis amb característiques i necessitats similars per oferir productes o serveis específics.
- **Posicionament:** Crear una imatge o percepció clara i desitjable de la marca o producte en la ment dels consumidors.
- **Promoció i publicitat:** Utilitzar diferents canals de comunicació (anuncis, xarxes socials, promocions) per persuadir i influir en la decisió de compra.

PART PRÀCTICA

5. Desenvolupament pràctic de l'empresa

En aquest treball de recerca (TDR), la part pràctica se centra a fer els primers passos per construir una empresa dedicada als esports electrònics. Aquesta secció inclou la implementació de les estratègies de recerca necessàries.

S'hi detalla tot el procés requerit per a la creació d'una marca i la gestió de les seves xarxes socials. A més, s'explica el procediment per a la formació dels equips, l'organització dels entrenaments i la participació en competicions d'àmbit amateur.

5.1 Disseny de la marca

El primer aspecte a considerar en el procés de creació d'una empresa és definir amb claredat el nom i el logotip, ja que representaran la seva imatge visible en tots els àmbits.

Al llarg del temps, s'han utilitzat dos logotips diferents i dos noms distintius per a la marca. (imatge 1 i 2)

-El primer



Primer logotip del club. (imatge 1)

Amb el nom de “Lunnary Esports”

-El segon



Segon logotip del club. (imatge 2)

Amb el nom de “Apolion Esports”

El primer nom i logotip de la marca es van crear sense una reflexió aprofundida. El nom es va escollir basant-se exclusivament en un criteri estètic, prioritzant que sonés bé, però sense un context significatiu. Pel que fa al logotip, es va generar utilitzant intel·ligència artificial. Posteriorment, es va decidir canviar tant el nom com el logotip després d'observar que altres equips amateurs utilitzaven noms similars, fet que limitava la singularitat de la marca.

En aquesta segona ocasió, es va optar per un enfocament amb més profunditat i significat. El nom Apolion prové d'un àngel, també conegut com a Abaddon, que apareix a la Bíblia com un àngel destructor. Aquesta elecció atorga a la marca un rerefons simbòlic, vinculat a la figura d'un àngel lluitador.

Pel que fa al logotip, aquest cop es va dissenyar amb l'ajuda del pare d'un amic, que treballa com a dissenyador en una empresa. El nou logotip combina una tipografia distintiva amb la representació visual del casc d'una armadura d'àngel. Amb aquest disseny, es va voler transmetre una imatge de grandesa i força, dotant l'equip d'una identitat més impactant i significativa.

5.2 Desenvolupament d'un espai en línia per als equips del club

El pas següent, abans de la formació dels equips amb els jugadors, ha estat habilitar un espai on puguin entrenar i interactuar. L'eina seleccionada per aquest propòsit ha estat Discord, una plataforma àmpliament utilitzada pels jugadors, que permet la comunicació en temps real mentre utilitzen l'ordinador, alhora que facilita la creació i gestió d'una comunitat amb diverses funcionalitats.

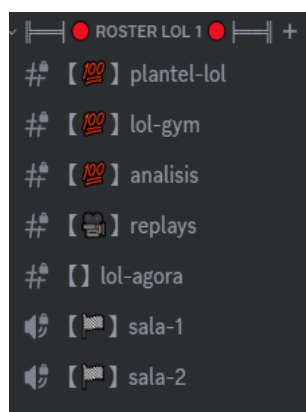
Per dissenyar el servidor de Discord, amb un enfocament visualment original i professional, es va comptar amb l'ajuda d'un amic expert en la plataforma. Després d'explicar-li les necessitats específiques, es va estructurar el servidor tenint en compte les funcionalitats requerides i l'organització desitjada.

L'estructura final del servidor es divideix en diverses seccions: (imatge 3)

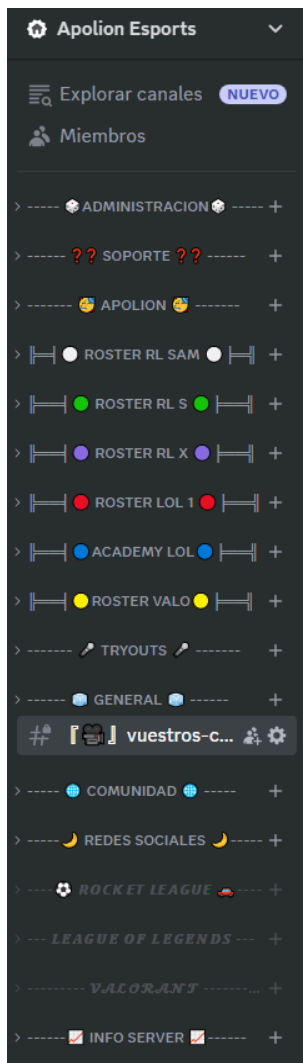
Administració: A la part superior es troba l'espai reservat per a l'administració, amb accés exclusiu per als socis. Aquest espai està dissenyat com un lloc de reunions.

Equips de jugadors: En aquesta secció es distingeixen dues parts: una destinada exclusivament als jugadors del club, per fomentar la comunicació i coordinació interna, i una altra part més general, on qualsevol membre de la comunitat pot interactuar, organitzar partides o parlar de temes diversos.

Xarxes socials: En la part inferior es troben canals dedicats a les xarxes socials del club, on els usuaris poden accedir fàcilment al contingut publicat i seguir l'activitat de l'equip. A continuació, es presenta una imatge que il·lustra com estan dividits els apartats dins del servidor per a un equip específic. (imatge 4)



Índex d'un subapartat del servidor (imatge 4)



Índex del servidor (imatge 3)

5.3 Organització i creació dels equips

El primer pas per a la creació d'un equip consisteix a planificar prèviament com s'organitzarà la seva estructura i funcionament. Basant-se en dades públiques, es va identificar que els jocs amb més repercussió en l'àmbit dels esports electrònics són League of Legends, Rocket League i Valorant, ja que no només gaudeixen d'una gran popularitat, sinó que també ofereixen una àmplia accessibilitat per participar en competicions.

L'organització es va estructurar de la següent manera: reunir el nombre mínim de jugadors requerits per competir en cadascun dels jocs seleccionats, establir entre dues i tres sessions d'entrenament durant els dies laborables i programar la participació en algun torneig o lliga durant els caps de setmana.

Per a la captació de jugadors, es va utilitzar Discord, una eina amb una gran quantitat de servidors dedicats a jugadors que busquen equips per competir i començar a consolidar-se en aquest àmbit. La metodologia per avaluar el nivell dels jugadors va consistir a organitzar un dia de proves, en el qual es disputaven diverses partides amistoses contra un altre equip. Aquestes proves simulaven l'experiència d'un partit oficial en una competició.

A continuació, es faciliten les adreces URL dels canals de YouTube d'alguns tornejos en què s'ha competit, en els quals es pot veure la participació del nostre club:

- <https://www.youtube.com/@AMBYSTEAM/videos>
- <https://www.youtube.com/@LEAmateur>

També es va crear un document amb l'objectiu de definir les normes de comportament que han de seguir els socis (administradors) per garantir un ambient saludable i professional al club. Aquest document estableix les bases per mantenir una dinàmica de treball adequada i fomentar el respecte i la col·laboració entre els membres de l'equip. (vegeu en l'annexa 1)

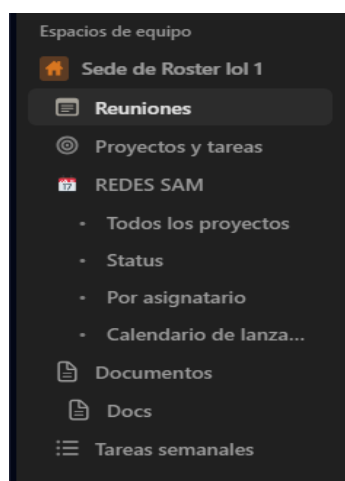
A més, com a mètode per professionalitzar els equips i garantir un compromís entre els jugadors i l'administració, es va elaborar un contracte que va ser prèviament revisat per assegurar la seva validesa legal. Aquest contracte té com a objectiu que els jugadors se sentin part del club i permet garantir el compliment dels horaris d'entrenament, així com mantenir un alt nivell de serietat en les seves responsabilitats. (vegeu en l'annexa 2)

5.4 Desenvolupament d'una estratègia per a un creixement mediàtic

Per a aquesta part pràctica, s'ha fet ús de Notion (<https://www.notion.com/es-es>), un programari àmpliament utilitzat per a l'organització d'activitats, tant individuals com grupals.

En el cas del club, s'ha estructurat l'espai de treball en diverses seccions: calendari, tasques, reunions i documents. Aquesta divisió permet centralitzar tota la informació del club en un mateix lloc, mantenint-la organitzada de manera clara i accessible per als membres de l'equip.

A continuació, es presenta una imatge que mostra com s'ha organitzat l'espai dins de Notion: (imatge 5).



Índex del notion (imatge 5)

El següent pas va consistir en la creació de comptes a les xarxes socials per tal de publicar i difondre el contingut del club. Aquestes plataformes permeten augmentar la visibilitat del projecte, connectar amb la comunitat i compartir les activitats i èxits de l'equip.

En aquestes adreces es pot trobar el nostre perfil a les xarxes socials amb el nom del club:

- https://www.twitch.tv/apolion_esports

- https://www.twitch.tv/apolion_esports
- <https://x.com/ApolionEsport>

Després d'això, vam crear plantilles per a les stories d'Instagram per presentar els jugadors del club, indicar els dies en què hi ha partit, i informar si guanyem o perdem. Aquí tens algunes mostres:



Plantilla del dia que es juga un partit (imatge 6)



Plantilla de si es guanya o perd el partit (imatge 7)



Plantilla de presentació de l'equip (imatge 8)



Plantilla de millor jugador de la partida (imatge 9)

Conclusió

En aquest treball de desenvolupament de la nostra marca d'esports electrònics, hem seguit una metodologia organitzada i estructurada per garantir que tots els aspectes del club estiguessin coberts de manera eficaç i coherent. Des del disseny inicial de la marca, fins a la creació d'un espai en línia per als equips, hem treballat per establir una base sòlida que permet al club créixer i tenir èxit en el món dels esports electrònics.

Tot i això, no he pogut complir amb tots els meus objectius, ja que el procés per aconseguir patrocinadors i seguidors és més costós i difícil del que havia previst. Tot i això, aquest treball no ha estat en va, ja que he après com construir, constituir i dissenyar una empresa. A més, he adquirit contactes que em poden ser útils en el futur i també he fet noves amistats.

Aquest treball també m'ha servit per adonar-me que m'agrada molt més del que pensava el món de l'emprenedoria. Encara que no he assolit tots els resultats desitjats, estic molt satisfet amb la feina realitzada i considero que ha estat un bon aprenentatge que em serà útil en el futur, en cas que segueixi els meus estudis en aquesta direcció.

En resum, la creació d'un club d'esports electrònics requereix una gran organització, compromís i una clara definició d'objectius. Hem aconseguit establir una infraestructura que permet al nostre club créixer de manera estructurada i professional, oferint als jugadors un espai per competir, aprendre i créixer en el món dels esports electrònics. Amb aquesta base, el nostre club es troba en una bona posició per afrontar els reptes futurs i assolir els èxits que ens proposem.

Bibliografía

Bibliografía:

- **Como crear y desarrollar una empresa**
de Francisco Javier Maqueda Lafuente (Autor)

Webgrafía:

- **Esports Earnings - Historical Overview of Esports**
Disponible a: <https://www.esportsearnings.com/history>
- **World Cyber Games (WCG) - History and Development**
Disponible a: <https://www.wcg.com>
- **The Esports Observer - The Evolution of Esports**
Disponible a: <https://esportsobserver.com>
- **Liga de Videojuegos Profesional (LVP) - Superliga**
Disponible a: <https://www.lvp.es>
- **Gamergy - Esports Events in Spain**
Disponible a: <https://www.gamergy.es>
- **Movistar eSports Center**
Disponible a: <https://www.movistarlikes.es/esports-center>
- **The Esports Observer - Spain's Esports Market Overview**
Disponible a: <https://esportsobserver.com/spain-market>
- **Red Bull - Esports in Spain: Growth and Challenges**
Disponible a: <https://www.redbull.com/es-es/esports-spain>
- **Universidad Católica de Murcia (UCAM) - Esports Program**

ANNEXOS

ANNEXA 1: Manual de l'administrador



Lunnari

Manual del Admin

LUNNARI ESPORTS | 1/12/2023

MANUAL DEL ADMINISTRADOR

LUNNARI



Contenido

OBJETIVOS DEL MANUAL

1) La importancia de la imagen del admin	3
2) La importancia de la convivencia dentro del club.....	7
3) La importancia de los jugadores	9
4) La importancia de la motivación de un admin.....	9

OBJETIVOS DEL MANUAL

Este manual tiene como objetivo enseñar, motivar e incentivar a un nuevo administrador de Lunnari Esports. El cual, con este, le facilitará las herramientas necesarias para enfrentar cualquier adversidad que un administrador puede tener. En este manual se enseñará de una forma ordenada los procesos que conlleva ser un administrador confiable, ordenado, capacitado, respetado, etc. Para que así podamos lograr nuestro cometido como club, que es: “es poder crecer en el mundo de los esports y llegar a los más grandes en la competición. ““entregando a cada uno de nuestros jugadores las herramientas fundamentales para que puedan surgir en el ámbito competitivo de los esports.”

Además, agregar que nuestra comunidad espera mucho de nosotros y debemos brindarles el apoyo esperado, por esto debemos formarnos como administradores y prepararnos para cualquier eventualidad que se aproxime.

Manual del Admin

1) La importancia de la imagen del admin.

1.1) Puntualidad:

- “Es difícil mostrarte confiable cuando la gente tiene que esperarte “ –
Wes Fessler .

“La puntualidad es: deber de caballeros, cortesía de reyes, habito de gente de valor y costumbre de personas bien educadas” –
Anónimo.

- Es muy importante entender el valor del tiempo, en Lunnari Esports tenemos una comunidad muy grande, el cual abarca varios países de diferentes usos horarios, **Llegar tarde a una reunión es la falta de respeto más grande de un admin**, tanto para una reunión de la administración, como de jugadores. Poniéndonos en el caso de que faltes sin un aviso previo, la persona que acudió a la reunión te vera como alguien maleducado.

□ **Consejos para tener una buena puntualidad**

- 1) Organiza tus reuniones anotando en una libreta o en el computador, así podrás tener un orden de horarios.
- 2) Coloca una alarma del día y hora de la reunión en tu celular, procura colocarla 20 minutos antes de la reunión.
- 3) Si crees que puedes llegar tarde a una reunión, avisa con un día de antelación, así los que acudirán a la reunión estarán atentos a tu mensaje el día del evento.

1.2) Respeto:

- *El respeto es algo valioso dentro de nuestro club, debemos ser personas educadas y debemos mostrar respeto hacia cualquier miembro, para ganarte el respeto debes tener una imagen cuidada y entender algunos conceptos, como, por ejemplo, el trato que debemos tener coach-jugador, mánager-jugador, etc. Debe ser profesional, eres una imagen fundamental dentro de la organización.*

• Consejos para ser respetado como administrador:

- 1) *Todo lo que prometes debes cumplirlo, **tu palabra tiene que valer mucho.***
- 2) *Respetar para que te respeten, ya sea con la puntualidad, faltas verbales, etc.*
- 3) *Cuida tu vocabulario, guarda la postura, dejando la confianza amistosa de lado, dando profesionalismo a tu rol, tutea cuando no sea reuniones de gestión dentro del club.*
- 4) *Cuando llegas a tener respeto dentro del club, obtendrás la autoridad que requiere un administrador.*

1.3) Sentimiento:

- *Para explicar este punto debemos usar dos términos, el primero es tu vida personal y el otro es tu vida dentro del club el cual llamaremos “vida del admin”. Tu vida personal dentro de lo posible no debe ser afectada a la “vida del admin”, entendemos que hay circunstancias que merecen la baja temporal, como, por ejemplo, la muerte de un familiar, tu salud, etc., pero el esfuerzo y sacrificio de intentar dar lo máximo es la carga más honorable que conlleva ser administrador.*

- **Consejos para conllevar cualquier circunstancias de tu vida personal con la “vida del admin”:**

1) Intenta ordenar tus emociones dentro de un horario específico, para explicar este consejo debemos aclarar tres términos, **tu tiempo social**, el cual abarca todo lo que tenga que ver con amistades, familia, noviazgo, etc., **tu tiempo personal**, el cual abarca un tiempo donde puedes estar solo para meditar, y por último **el tiempo “vida del admin”**, el cual abarca todo lo que tenga que ver con nuestro club. Estos tres términos, los debes tener en cuenta siempre en tu vida, para que así no te afecte la motivación de querer hacer las cosas, debes separar los tiempos, recuerda que hay tiempo para todo.

2) En caso de solicitar una baja temporal dentro de la administración, trata de gestionar y delegar el trabajo, pero siempre en orden, trata de dejar el menos trabajo posible, para que a tu compañero le sea liviano el compromiso. Recuerda que tu compañero tiene otros deberes dentro del club.

1.4) Honestidad:

- “Honestidad es cuando lo que piensas, lo que dices y lo que haces están en armonía” -**Anónimo**
- La honestidad es la base de las virtudes que un admin debe tener, es decir, que una **persona honesta sabe diferenciar entre lo bueno y lo malo y actúa en base a los valores inclinados al bien común**, ser honesto es ser sincero, no tener segundas intenciones, **no sacar ventajas de posibles debilidades o situaciones de inferioridad de otros miembros.**

- **Consejos para ser un administrador sincero:**

- 1) *Ser honesto empieza por uno mismo, se honesto contigo mismo y serás honesto con los demás.*
- 2) *Cuando cometas un error, debes ser consecuente y afrontar el problema valientemente, así podremos crear un ambiente de confianza y apoyo dentro de la administración, también podremos crear una solución en base a tu error, para que así, futuros administradores no cometan el mismo error.*
- 3) *Se transparente, siempre cuando comentes tu opinión, declara tus intenciones desde el primer momento, ser claro, breve y específico puede ayudar a no tener malentendidos.*

2) La importancia de la convivencia dentro del club

2.1) Comunicación:

- *La convivencia dentro del club es muy importante, para ello, debemos tener una buena comunicación con todas las personas que debas tratar dentro del club, ser un buen comunicador generará confianza, respeto e incluso admiración. Tener una buena comunicación es un ingrediente fundamental que no puede faltar a la hora de dar un informativo del roster, presentación, informes, etc. para que así no genere malentendidos.*

- **Consejos para ser un buen comunicador:**

- 1) *Si eres una persona que le dificulta mucho comunicarse, puedes preparar un discurso escrito, esto te ayudara a empezar a ser un buen comunicador.*
- 2) *Para ser un buen comunicador, debes saber muy bien del tema que comunicaras, así evitaras no confundirte en lo que dirás, saber del tema creara confianza en tu voz, y podrás expplayarte más.*
- 3) *Es importante la opinión de tus receptores, procura que cuando finalices tu informativo, des un tiempo para compartir opiniones. Al dejar hablar a tus receptores, no se crea la necesidad de interrumpir cuando entregues tu informativo, comunicado, etc.*

2.2) Cooperación:

- *Al cooperar en proyectos, objetivos, dar apoyo a tus compañeros, etc. Se genera un entorno de apoyo dentro de la organización, el cual, agiliza los procesos del trabajo, es más efectivo y refuerza los lazos de compañerismo. Como administrador debes tener en cuenta que hay algunos compañeros que realizan trabajos más pesados, por lo cual no dudes en brindar tu apoyo.*

- **Consejos para el admin cooperador:**

- 1. Si acabas tu trabajo dentro del club, no dudes en consultar si alguien requiere de tu ayuda.*
- 2. Si tienes un trabajo pesado y tus compañeros igual, pueden ayudarse mutuamente. (concepto “winxwin”)*
- 3. Cuando ayudes a un compañero, recuerda que el trabajo es de él, por lo que, él te debe delegar algún trabajo, tu no debes realizar algo por tu cuenta, siempre con las indicaciones que tu compañero te mencione.*

3) La importancia de los jugadores

- Sabemos que hay jugadores difíciles de administrar ya sea por mala educación o irresponsabilidad, pero debemos entender, que sin ellos no seríamos un club.

- **Consejos para administrar jugadores:**

- 1) Si un jugador te falta el respeto, lo que debes hacer, es reunirlos para poder conversar con él a solas, y si no entra en razón, **toma las medidas que sean necesarias, pero nunca faltes el respeto**, recuerda que, aunque se vaya del club puede hablar de su mala experiencia a amigos y ya no seremos una opción para él nunca más.
- 2) Para que no tengas que llegar a tomar estas medidas, trata **siempre de mantener motivados a tus jugadores**, así podrás tener una administración más sencilla.
- 3) Si sientes que no puedes solucionar un problema interno de tu roster, **avisa a la administración lo antes posible**, el director te lo agradecerá y te ayudará.

4) La importancia de la motivación de un admin

- *Un administrador es un líder, el cual, debe ser un ejemplo para seguir en todo sentido, tienes que indicar el camino con una serie de cualidades: **Responsabilidad, escucha activa, colaboración, coraje, comunicación, empatía, flexible, enfoque, mentalidad de crecimiento, humildad, innovación, pasión, paciencia, solucionador de problemas, resiliencia, respeto, transparencia, confianza, autoconciencia, hambre de conocimiento.***
- *“El respeto se gana, la honestidad se aprecia, la confianza se siembra y la lealtad se regresa”, “un gran poder conlleva una gran responsabilidad”.*
- *Eres una pieza importante dentro del club, ayuda a indicar el camino a los futuros profesionales, transmite tu pasión, para que así, logremos juntos nuestra meta, que es llegar a ser un club de esports profesional y reconocido internacionalmente.*

ANNEXA 2: Contracte del club amb el jugador

Nombre del jugador:	Disciplina:
Plantel:	Plataforma:
Seudónimo:	Rango:
Fecha:	Nombre del contratista:

Contrato:

De una parte, D/Dña _____, actuando en nombre y representación del Club de Esports Lunnary, en calidad de administrador, con facultades suficientes para suscribir este acto, En adelante, “Lunnary”

De otra parte, D/Dña _____, actuando en nombre y representación propia, con nombre en el videojuego _____, tomo conocimiento para realizar este acto, en adelante, “nombre jugador”

Y de otra parte, en calidad de intermediario contratado por el jugador, D/Dña_____.

El jugador y el club serán denominados, de ahora en adelante, como “equipo x de juego”.

Exponen

- Que las partes están de acuerdo en que el jugador prestara sus servicios al club, con el fin de integrarse dentro de la organización del mismo.
- Que el club es una entidad que se dedica a la constitución de equipos de esport para participar en competencias a nivel nacional e internacional, la creación, producción y contenido audiovisual relacionado con los esport y los videojuegos.
- El jugador deberá ser precavido en cuanto a **su imagen** dentro de los video juegos al desempeñarse de forma profesional manteniendo una actitud competitiva y criteriosa por estar en representación de algunos de los equipos pertenecientes a Lunnary.
- Si se demuestra que el jugador ha hecho falta a alguno de los puntos anteriormente expuestos, se procederá a castigos o expulsión directa según estime conveniente la parte administrativa del club.
- El administrador a cargo tiene la libertad de poder invertir en su propio roster, pero antes de tomar la decisión se necesitará la confirmación de los jugadores. **Cabe resaltar que las ganancias del administrador involucran la capital más el porcentaje de ingreso.**
- También resaltar que el administrador a cargo del roster **NO** va a manipular los % a su gusto.

Duración

Este contrato será válido por **2 meses**, luego del tiempo estimado el jugador tiene total libertad de presentar su dimisión, **de lo contrario se respetará el acuerdo entre club y jugador.**

Según las normas básicas de ingreso al equipo Lunnary Esports se expone el cumplimiento mínimo de un rango de edad coincidente a 15 años, de lo contrario queda estipulado la prohibición de la participación como integrante del club

Tomo conocimiento con respecto a los términos y condiciones que se describen en este contrato.

Firma del Jugador

Firma administrador

