Guía de Empleo
y Oportunidades en esports de España

Loreto Gómez y Guillermo de Haro

ÍNDICE

1. Introducción a los esports en España
2. Principales Agentes de la Industria
3. Oportunidades de Empleo en esports
4. Oferta formativa en esports
5. Estudios sobre esports
6. Quién es Quién
7. Conclusiones

1.0 Introducción a los esports en España

La industria de los deportes electrónicos o esports está en franco crecimiento. En un momento de incertidumbre, dónde el paro juvenil ha tenido picos del 54%, encontrar sectores en crecimiento dónde la Generación Z además pueda desarrollar su carrera y su potencial, es de vital importancia. Esta industria es uno de ellos.

Los orígenes de los esports en España los podemos ubicar hace algo menos de 20 años aproximadamente. Manuel Moreno, ex director general de ESL, lo explicaba en una reciente entrevista a El Economista, recordando su experiencia como emprendedor en esta industria(1).

“Mi primera incursión en la industria de los videojuegos vino a través del emprendimiento. Fundamos una compañía cuyo propósito principal era montar una red de franquicias de cibercafés. Estamos hablando del año 98 o 99 aproximadamente. Partíamos de una inversión modesta, en torno a los 120.000 euros de hoy día, pero con la ambición de crear un espacio único donde el videojuego fuera el eje. No era el enfoque clásico de cibercafé o locutorio, sino algo más auténtico que conectara con la gente que ama los videojuegos, un sitio donde no solo ibas a jugar, ibas a hacer amigos, se creaba comunidad. Queríamos convertirlo en un lugar de referencia para los fans de los videojuegos, así que establecimos contacto con todos los publishers de videojuegos para que presentaran allí sus lanzamientos, nos acercamos a los medios de comunicación e incluso se rodaron películas y anuncios en nuestro centro.

Teníamos equipamiento puntero en esa época: monitores de 19 pulgadas, ordenadores de última generación, el mejor software... Contábamos con unos 50 o 60 puestos de juego y todos los monitores estaban cubiertos con carcasas diseñadas por una empresa especialista en decorado de televisión. El diseño estaba inspirado en los AT-AT de "El imperio contraataca" de manera que el monitor se quedaba encajado en la tripa del vehículo de combate.

Cuando comenzó a difundirse el ADSL en España, más o menos a principios de este siglo, una parte del público dejó de acudir a los cibers para jugar desde casa y muchos tuvieron a cerrar. Era necesario evolucionar el concepto y comenzamos a organizar competiciones de videojuegos para atraer a más público. En torno a 2002 o 2003, celebramos el campeonato de España de Quake, que en aquel entonces era uno de los juegos que pegaban más fuerte y logramos convocar a los mejores jugadores de toda España. El premio eran 200.000 pesetas (unos 1.200 euros), que en aquella época era una dotación muy importante, porque queríamos hacer algo potente y que tuviera mucha resonancia. Fue todo un éxito.

Había brackets de competición, de winners, de losers... algo habitual en aquella época. Fundamentalmente los equipos se desarrollaban a través de las concentraciones y las LAN-parties y nosotros también éramos asiduos de todas esas LAN-parties.
Con la competición sucedió una cosa muy curiosa porque la gente no vino sólo a participar, sino que también venían a ver a otros competir. Es cierto que estaban presentes los mejores jugadores de España pero nos costaba creer que una parte del público viniera expresamente a ver a otros competir. Sin embargo, vino tanta gente para presenciar el torneo que empezamos a cobrar la entrada para filtrar el interés real entre el público. Montamos una pantalla gigante con proyector en el hall con una capacidad para unas 30 personas y aún cobrando se llenó y se quedó gente fuera.

Esto nos fascinó y sentimos que habíamos dado con la tecla. Comenzamos a organizar competiciones con regularidad y poco a poco el ciber fue ganado prestigio a nivel nacional en el circuito competitivo. Hoy en día, jugadores profesionales que están participando en las ligas nacionales aún lo recuerdan, así como los buenos momentos que vivieron allí. En aquel momento, la competición para nosotros fue más una estrategia de marketing para diversificar la oferta. No vimos que este tipo de competiciones, en realidad, eran el germen de una industria distinta de los videojuegos. Sin embargo, yo seguía teniendo como objetivo trabajar vinculado a los videojuegos de alguna manera.”

En EE.UU. competiciones a finales de la década de los 70 y principios de los 80 fueron el germen de la industria actual. Películas como “Pixel” basaban su argumento en estas competiciones, limitadas en el formato online que conocemos hoy por la limitada conexión entre equipos de la época. Se desarrollaban por lo tanto como eventos competitivos en directo. Desde entonces la industria ha cambiado sustancialmente. La copa Nintendo

en 1990 se desarrolló en 29 ciudades de EE.UU. compitiendo con Super Mario Bros., Tetris y Rad Racer. En general el número de espectadores era muy cercano al de jugadores, y el modelo de negocio se basaba en la venta de entradas.

La siguiente etapa vino impulsada por las LAN Parties así como por juegos como Quake, StarCraft, WarCraft o CounterStrike. La evolución de la tecnología facilitando los juegos multijugador, así como la evolución de los canales de comunicación digitales supusieron un punto de inflexión.

No todo videojuego puede ser utilizado para dar lugar a una competición electrónica. Para ser un esport necesita ser multijugador, competitivo y no influido por un factor suerte.

En los años 2009-2011 los esports llegan a un público más masivo gracias a plataformas como Twitch y juegos como League Of Legends, Dota2 o World of Tanks. Twitch abrió las puertas a jugadores y organizadores, así como a nuevos modelos de negocio, gracias a faciltiar el streaming en directo. Los videojuegos multijugador gratuitos, basados en modelos de negocio no directamente relacionados con la compra del mismo, abrieron oportunidades y ampliaron la base de talento competitivo.

La evolución y el incremento de interesados la explicaba Enrique Montero, fundador de Trasgo.net, en una conferencia sobre periodismo e innovación.

“La primera competición de la LVP se celebró con los jugadores, los organizadores y unos pocos interesados. Actualmente llenan IFEMA regularmente” .

"Para facilitar conocer mejor esta industria y cómo moverse en ella, hemos realizado esta guía. En ella intentamos aportar luz sobre una industria apasionante, llena de oportunidades pero también exigente. En este documento intentaremos explicar cuales son las principales empresas, dónde encontrar ofertas de empleo y cómo prepararse para aportar valor en este mercado. Para quién ya conoce la industria, muchas cosas le sonarán. Para los legos en la materia esperamos que esta guía sea de ayuda.

Antes de comenzar, remarcar que los contenidos no pretenden ser exhaustivos. No se busca listar todas las empresas, agentes y nombres propios. Simplemente hacer una introducción con las referencias suficientes para hacerse una composición de lugar de los esports en España. Esto es solo el comienzo. Este documento se irá ampliando y actualizando regularmente."

Crédito de la imagen: Roman Kosolapov / Shutterstock.com

2.0 Principales agentes de la Industria

Como toda industria hay diferentes agentes involucrados, que se relacionan entre sí. En todos ellos se necesita talento para poder crecer, desarrollarse y competir.

Los principales son los siguientes:

• **Los Jugadores.** Son la base del deporte y sus embajadores. Representan unos valores como jugadores (sacrificio, tenacidad, etc.). Igual que en cualquier deporte. En esta industria muy basado en la habilidad y no tanto en ser más alto, más fuerte o en tener otra ventaja genética o física.

• **Los Fans.** Sin fans no podría crecer la industria. En el caso de los esports la base de fans se agrupa en comunidades y su nivel de implicación es mayor que en otras industrias. La audiencia mundial se estima en casi 400 millones de personas.

• **Los Clubes.** La mayoría de competiciones son entre clubes y no individuales. Los clubes tienen por debajo diferentes equipos, normalmente en función de los deportes electrónicos en los que compiten. Internacionalmente son conocidos equipos como Fnatic, Team Liquid, OpTic Gaming, o SK Telecom T1. En España son ejemplos importantes Movistar Riders, G2, Baskonia Giants, MAD Lions, Team Heretics, Goblin Warriors, Valencia CF, Alcorcon AD Esports, Team Queso. Los hay de diferentes niveles y categorías, así como compiten en diferentes juegos. En ellos hace falta estructura organizativa, es decir equipo humano dedicado a tareas como gestión, marketing, comunicación, captación de recursos y evidentemente todo lo relacionado con la competición: logística, entrenamientos, etc.

• **Los Casters y Analistas.** Hacen accesible el contenido a los interesados. Es tan importante conocer el juego en concreto como saber transmitir.

• **Los Publishers.** Las empresas creadoras de videojuegos. Sin videojuegos no hay competición.

• **Los Operadores de Torneos (LVP, ESL, MLG, KSPA o Korea e-sports association.).** Como la liga profesional de fútbol (LFP) en el caso de LaLiga, o la NBA en baloncesto en EE.UU. Organizan competiciones, torneos, eventos y además retransmiten. Gestionan marcas, premios, patrocinadores.

• **Las Plataformas de Distribución.** Twitch supuso un cambio radical en la industria pero igual que las LAN Parties en su momento la industria tecnológica puede innovar. Facebook parece apostar cada vez más por el contenido por ejemplo. YouTube ofrece ya la opción de directos. Y el mundo móvil está por explotar.

• **Los Organizadores de Eventos.** Gamergy se ha convertido en una visita de referencia en la industria. Otros eventos parecidos están naciendo y creciendo. La mayoría de los Operadores de Torneos mencionados en un punto anterior (como ESL o LVP) son a su vez los principales organizadores de eventos (las competiciones en directo). A ellos se suman organizaciones y empresas como Dreamhack, Gamépolis Málaga y otros, que organizan ferias y festivales, algunos de videojuegos pero que incorporan los esports en su oferta.

• **Asociaciones especializadas.** La International Esports Federation(2) (IeSF), la Profesional Esports Association (PEA)(3) o la World Esports Association(4) (WESA) son asociaciones de jugadores o clubes que buscan apoyar la industria y dar soporte a sus asociados. En España tenemos la Asociación de Clubes de Esports(5) (ACE), la Asociacion Empresarial de Esports(6) (AEeS), la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) tiene un área específica de Esports(7), la Asociación de Entrenadores de Esports(8) (ADEDeS). Por ejemplo la IeSF firmó un acuerdo con la International University Sports Federation en 2017 para promover los esports en los sistemas educativos.

Existen otros agentes que, no siendo específicos de la industria, sí son importantes y su crecimiento está asociado al crecimiento de este sector.

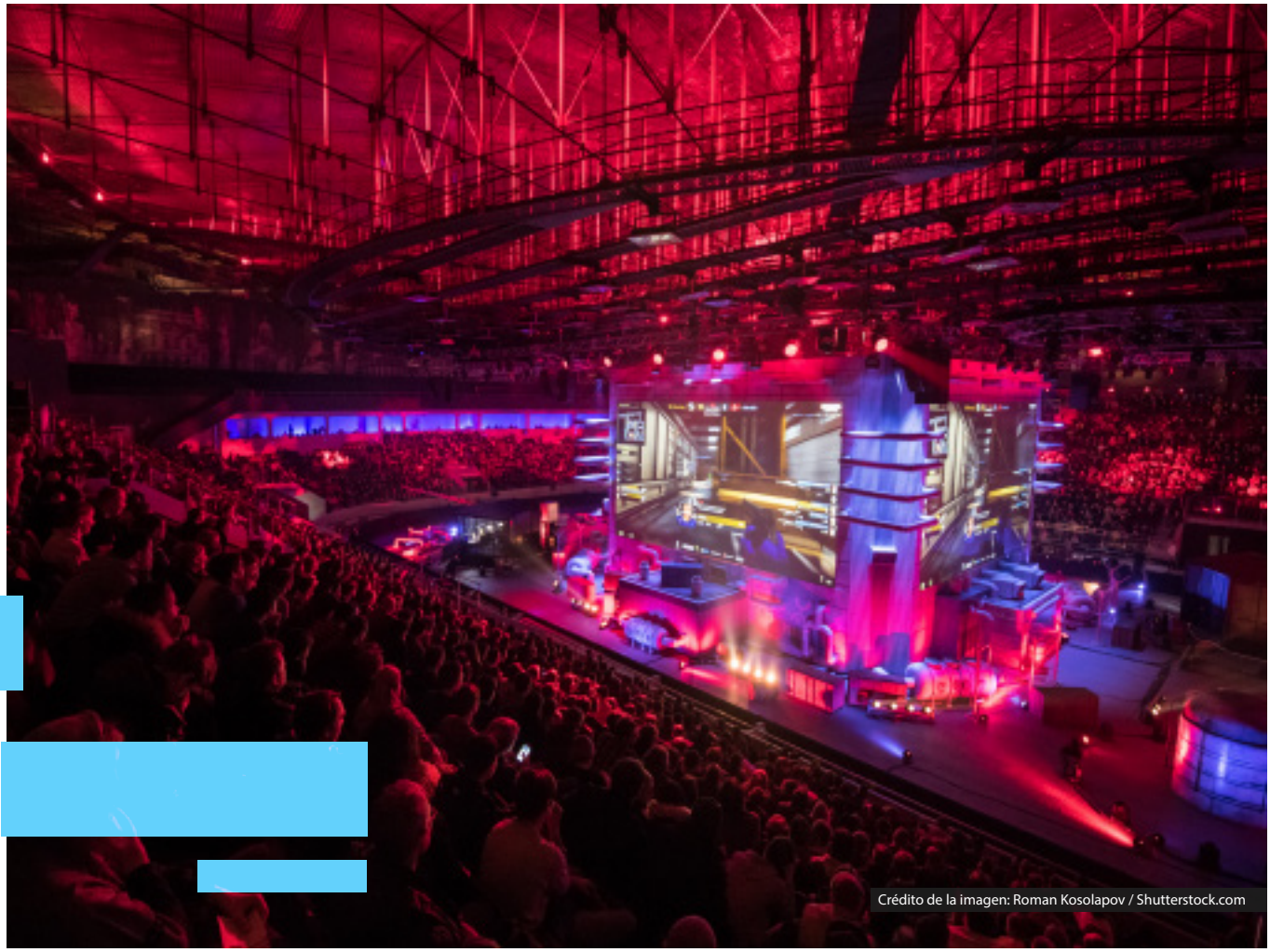
• **Los Patrocinadores.** Buscan asociar su marca y valores a equipos, jugadores, competiciones... Es una industria de cientos de millones de espectadores.

• **Las Consultoras.** Para conocer la industria y proveer servicios de apoyo. Por ejemplo empresas como PwC(9) o IAB(10) realizan estudios para entender la industria. Empresas especializadas aparecerán poco a poco también en nuestro país. Otras empresas se dedican a la medición de audiencias. Las tradicionales y reconocidas Nielsen o ComScore también están entrando en los esports. Otras como NewZoo o Gum Gum Sports son empresas

• **Las Agencias.** De publicidad, de marketing y comunicación, de PR...como en cualquier industria. Mr. Gates(11), Zirán Consulting(12) o RG Together(13) o a nivel más internacional Scout Sports & Entertainment o Zero Code. También hay agencias organizadoras de eventos o agencias de gestión de talento, como Vizz Agency. Arena Media(14) es otra agencia que ha realizado estudios de esports en España por ejemplo. El caso de Foreseen Media(15) es muy interesante al ser una agencia especializada en esports fundada por un grupo de jóvenes que creó un club llamado eMonkeyz (que a día de hoy sigue compitiendo al más alto nivel de las diferentes ligas que existen en España).

• **Las Medios de Comunicación Especializados.** En España la aparición de Trasgo.net fue un primer punto de inflexión. Periodistas independientes como Fernando Cardenete o programas como Esportmaniacos han sido también referentes en dar a conocer este sector entre el público interesado. Posteriormente Marca esports o Xataka esports fueron iniciativas de medios establecidos por dar a conocer la industria. También hay agencias que generan contenidos para estos medios como una especia de “marca blanca”.

• **Inversores y Capital Riesgo.** Empresas como Kfund cuentan con profesionales que siguen la industria, como Ignacio Larru. Diversos inversores y business angels están entrando poco a poco en los esports.


Crédito de la imagen: Roman Kosolapov / Shutterstock.com

3.0 Oportunidades de empleo en esports

La industria de los esports está creciendo. Como toda industria creciente necesita talento para poder desarrollarse. Esto implica profesionales formados y experimentados. Ahora mismo la industria se encuentra ante una disyuntiva.

Existe una base de talento con experiencia en esports, pero a menudo sin formación específica en gestión de eventos, marketing, administración de empresas, etc. Existe por supuesto una base de talento en nuestro país en diferentes disciplinas, que por otra parte no tienen conocimiento de la industria, lo que complica su integración. Este perfil dual es muy valorado por las empresas

Una particularidad de la industria es que la mayoría de las ofertas son informales. Es decir, no es fácil encontrar ofertas de empleo en las webs de empleo, por ejemplo. Una búsqueda por el término esports en Infojobs.net arroja menos de 20 ofertas, pero al analizarlas la mayoría de las cuales no son específicas realmente y solamente una realmente es de esports. La misma búsqueda en Linkedin arroja también menos de 20 ofertas. Eliminadas las que no son específicas de la industria, la mayoría son para programadores en empresas de videojuegos o plataformas de esports y algunas de agencias especializadas. Finalmente en algunos casos las empresas directamente anuncian puestos en sus webs. Red Bull anunciaba recientemente su interés en fichar un Esports and Gaming Manager para España.

Los perfiles que busca la industria están asociados a los agentes anteriormente comentados. Las empresas que organizan eventos como Gamergy buscan un tipo de profesional diferente del que necesitan equipos como Movistar Riders o agencias como Foreseen Media.

Montse Mateos realizaba en Expansión en 2017 un interesante estudio(16) sobre "Los trabajos que ofrecen los 'esports'" que merece la pena leer. En él repasa los principales perfiles de la industria, la evolución de la misma, o las alternativas existentes, a partir de entrevistas con varios agentes relevantes del sector.

En general la mejor manera de encontrar ofertas de empleo en la industria es **conocer a gente de la industria e involucrarse en la misma.** Para ello hay diversas estrategias.

- **Acudir a eventos y foros especializados.** Allí podemos realizar listados de las empresas que nos interesan y de los puestos que pueden ofrecer.

- **Leer noticias sobre la industria.** Permiten estar al día e identificar nuevos agentes que van apareciendo. Por ejemplo nuevas agencias de comunicación o agencias que deciden dar el salto a los esports. O nuevos proyectos de medios de comunicación. El lanzamiento de Xataka esports por ejemplo, implicó para Weblogs contar con redactores especializados y motivados.

- **Identificar a los principales agentes y seguir su evolución.** No sólo jugadores sino también directivos, emprendedores, expertos, etc.

- **Emprender es otra buena opción.** Proyectos como Trasgo.net o el equipo G2 han nacido por emprendedores como Enrique Montero o Carlos "Ocelote" Rodríguez, vinculados a los esports de diversas formas.

- **Formarse.** En los centros de formación puedes encontrar profesores que son referentes en diversas partes de la cadena de valor de la industria, estudios especializados, y además compañeros interesados en crecer y evolucionar. Es una manera de resolver el problema comentado al principio de este apartado y además de entrar en contacto con profesionales de la industria.

- **A nivel internacional** existen páginas web como jobsinesports.com dónde se pueden encontrar ofertas de empleo específicas de la industria de esports. En el momento de escribir este documento no aparecían ofertas en España.

- **Las páginas web de las principales empresas,** así como sus cuentas en medios sociales como Twitter. Empresas como Blizzard o Riot anuncian en sus páginas las ofertas de empleo disponibles, así que visitarlas regularmente es una buena política.

4.0 Oferta formativa en esports

La oferta formativa es como la industria: naciente y creciente.

Las primeras iniciativas aparecieron en el extranjero, con ofertas de grados y máster, así como becas para jugadores sobre todo en las universidades que contaban con equipos competitivos.

• **La Universidad de Staffordshire(17)** en Reino Unido ofrece un grado en esports, muy enfocado en realidad en gestión de eventos.

• La ESL llegó a una acuerdo con la **Universidad de York** enfocados a la producción de contenidos en esports(18).

• El **Becker College** tiene un Bachelor of Science in Esports Management(19).

• La **Universidad de Irvine en California** ofrece un área específica de esports, en principio pensada sobre todo para jugadores(20).

• La **Robert Morris University** de Illinois tiene un programa con becas muy centrado en LoL(21).

• La Universidad privada de **Pikebille** cuenta con los UPIKE Bears(22), un equipo de esports que ofrece becas para estudiar a potenciales jugadores. Así mismo los Coumbia Cougars(23) del **Columbia College** ofertan becas y la **Stevenson University**(24) y el **Austin College**(25) también tienen áreas para equipos y actividades. La **South Dakota School of Mines & Technology**(26) ofrece becas y tienen club propio.

• El instituto **Garnes Vidaregåande Skule**, una escuela pública de Noruega incluyó los esports en su oferta formativa(27). También una escuela en Suecia, **Arlanda Gymnasiet School(**28), lo comenzó a hacer en 2015(29).

• Incluso empresas privadas como WME-IMG han creado iniciativas de formación en esports como el **IMG Academy**(30), una escuela en Florida que ha incluido los esports(31) también enfocado a jugadores.

• La **National Collegiate Esports**(32) (NACE) incluye servicios para estudiantes.

• La **Nordic eSports Academy**(33) ofrece un bootcamp de 4 semanas en la KAMK University of Applied Sciences(34) de Finlandia.

• En 2016 el **Ministerio de Educación de China** anunciaba que se podían lanzar máster del tema, anunciando Esports como una disciplina más dentro de la General Administration of Sport de China.

• En la **Asia Pacific University** (APU) se creó la academia de esports en 2017(35) con formación muy basada de nuevo en aprender sobre juegos específicos.

Otras ofertas formativas han aparecido en medios desde 2014 hasta la actualidad. Algunas no han terminado por concretarse, quedándose en anuncios de cursos que se iban a ofertar a futuro.
En España la oferta formativa es diversa. Algunas iniciativas son:

• Aunque para ser jugador lo experiencia es vital, existen curso de especialización y tecnificación (algunos de verano, otros más extensos). Empresas como **Gamestry**(36) o **e-Squad**(37) ofertan formación con jugadores profesionales.

• Asociaciones como la de entrenadores **(ADEDeS)** ofertaron cursos especializados para ser entrenador en Sevilla y Madrid.

• En la **URJC** se lanzó en julio de 2017 el primer máster presencial de habla hispana del mundo, el Máster Título Propio en Gestión y Comunicación en los esports. El programa fue concebido como un MBA de los esports y tuvo 20 alumnos, una parte importante de los cuales comenzó a trabajar en la industria al finalizar el mismo.

• **Inesdi Digital Business School** lanza en 2019 el Posgrado en Gestión de esports, un programa presencial con un enfoque también de visión global de la industria.

• **Unidad Editorial y la UC3M** han ofertado en 2017 y 2018 el Máster en Comunicación de E-Sports y Videojuegos. Este programa estaba más enfocado a periodismo y contenidos que otros más pensados para la gestión.

• En la **Universidad Internacional de Valencia** se puede encontrar el Máster en Gestión de esports(38). Apoyada por la Asociación Valenciana de Empresas y Profesionales de los esports(39) (AVEPe) que se realiza en formato online.

• **Dreamhack** junto con **ISDE** ofertan el Master eSports Business(40) que se presenta en formato presencial en Barcelona, con clases en inglés durante las mañanas de 10 meses a tiempo completo.

• La cátedra de esports de **UCAM Universidad**(41) oferta un Módulo en Gestión y Dirección en Esports y un Experto Universitario en Formación y Entrenamiento de Equipos en Esports. Ambas propuestas son presenciales y se ofertan en la propia universidad en Murcia.

• **Atresmedia Formación**(42) ha presentado una iniciativa para abril de 2019 con un curso especializado en televisión, para entre 6 y 12 alumnos, sobre comunicación en los eSports.

• Empresas como **Fluzo Estudios** han lanzado formatos educativos sobre Esports. En su caso con el apoyo de **UDIMA** y en formato online(43) ofertan el "Esports Professional: Especialista en Gestión de Esports.

Existen dudas a menudo sobre el valor de la formación. En primer lugar debemos diferenciar entre formación reglada, oficial u homologada por ANECA, conocida como Grado, Doctorado o para lo que nos ocupa aquí "Máster Oficial", y la formación conocida como "Títulos Propios", que engloba Posgrados, Expertos Universitarios, Máster y otra Formación Continua certificada por las universidades.

La formación oficial homologada por ANECA tiene como uno de sus objetivos ser el paso previo que permite el acceso al doctorado. Se puede crear un máster oficial en la temática, la limitación está en que un porcentaje importante del profesorado debería estar formado por profesores doctores acreditados, y el número de ellos que están especializados en la temática de esports es relativamente pequeño. Pero aunque el valor de un máster oficial de la temática sería más académico que profesional, eso no implica que no se pueda realizar. Para acceder a esta formación además es imprescindible contar con un grado universitario, una licenciatura, un doctorado, o una titulación de otro país al mismo nivel.
Los títulos propios no necesariamente limitan el acceso a graduados o licenciados. Depende del título específico. Deben ser aprobados por la universidad que los oferta, normalmente en consejo de gobierno, dónde se determinan las características del curso (criterios para ser aceptado como alumno, si tiene prácticas o trabajo de fin de máster, presencial u online, etc.).

Hemos querido resaltar esto para dejar clara la diferencia. Un máster oficial da acceso a doctorado, está acreditado por ANECA y es impartido por una mayoría de profesores doctores acreditados. Un título propio puede ser un máster (más de 500 horas), un experto universitario o un curso corto, está certificado por la universidad o institución que emitirá el certificado correspondiente y suelen tener un enfoque más práctico, entre otras cosas al ser su proceso de aprobación más corto. Esto facilita adaptarse a la realidad del mercado y contar con profesores que son expertos de la industria.

Finalmente una tercera categoría sería la de programas certificados por empresas. Las certificaciones de Google Adwords, Google Analytics o las de Microsoft sobre el uso de sus productos, son certificaciones que las propias empresas proveen. En otros casos son certificaciones de organizaciones de reconocido prestigio: el Project Management Institute oferta la certificación PMP, y la Digital Analytics Association su certificado de analista digital. Normalmente se basan en contenidos o itinerarios formativos desarrollados por las propias organizaciones, con exámenes o evaluaciones también creados por ellas.

Aclarado esto, ¿qué tener en cuenta a la hora de elegir? La duración, el precio, los profesores, pero también el formato, son aspectos importantes a tener en cuenta para poder elegir adecuadamente. Aquí la clave es entender qué valor nos proporciona la formación (un máster o un curso en general) y en cada caso en particular. Veamos los principales aspectos a tener en cuenta

• **Contenidos:** los materiales que nos llevamos. En este momento de la industria, tan cambiante, quizá no sea lo más importante. En los programas online sin embargo es uno de los aspectos que más peso tiene.

• **Experiencia de aprendizaje:** las habilidades adquiridas. En estos casos obtener habilidades online depende de la temática a aprender y de lo bien que se use este formato educativo. Los presenciales pueden ayudar más en este apartado ya que es más fácil en una sesión presencial desarrollar talleres, etc.

• **Contactos:** en un formato online suele ser más limitado el Networking con compañeros y profesores. Es más, en algunos formatos online no existe contacto con otros compañeros o profesores ya que todo el material está pre-grabado. En general la interacción se puede conseguir pero en formatos online es muy posible que no aporte el mismo valor. Es importante tenerlo en cuenta. En los formatos presenciales puedes demostrar a los profesores y gente de la industria tu valía o lo aprendido, así como tu motivación. También suele ser más barato el online y más fácil de estudiarlo que uno presencial que en muchos casos te obliga a desplazarte. Y los momentos después de las entre los alumnos o con los profesores también son un activo valioso.

• **Profesorado:** aunque relacionado con el apartado anterior en lo relativo a los contactos también es importante tenerlo en cuenta. Si hay interactividad con los profesores o las sesiones están grabadas. Cantidad de tiempo que dedica cada profesor.

• **Marca:** esto depende de cada programa, de cada institución, de las empresas asociadas al programa que lo apoyan, y también de los antiguos alumnos. Para algunos de estos aspectos hace falta tiempo. Si Harvard lanza un programa de formación en gestión de Esporst su marca ya es reconocida mundialmente. En una industria naciente todavía falta bastante para que los programas actuales se consoliden, pero es evidente que si un equipo potente lanza una formación sobre gestión de equipos puede tener bastante más valor para quién quiera aprender del tema que si es una institución educativa únicamente. Lo mismo con las ligas, etc. La mayor parte de los programas de formación tienen como colaborador principal una empresa y asociación, o un equipo experto en la dirección del programa.

• **Máximo de alumnos:** en función del número de alumnos podemos hacernos una idea también del tiempo de interacción del que podemos disponer de los profesores, si las aulas estarán muy masificadas o no, etc.

• **Edición:** los programas en primera edición siempre tienen cierta incertidumbre, aunque esta se puede reducir en función de la institución o el equipo que lo lidera. Cuando un programa ya está en su segunda o tercera edición es de esperar que se haya ido mejorando con la experiencia. También cuando los directores del programa han creado ya varios productos formativos similares.

• **Bolsa de empleo:** poder contar con prácticas en empresas ayuda también mucho a tener una oportunidad en la industria y saber si nos gusta ese tipo de trabajo.

• **Prácticas en empresa:** son una de las claves diferenciales para poder entrar en la industria, además de poder aplicar lo aprendido de manera teórica.

• **Trabajo de fin de máster/posgrado:** es sobre todo interesante para emprendedores, ya que las tutorías y la defensa frente a un tribunal de expertos de la industria facilitar que el proyecto sea más sólido e incluso se pueda convertir posteriormente en realidad.

En resumen, que la oferta formativa está creciendo, pero que debemos tener muy claro el valor que esperamos obtener de la misma y cual es nuestro objetivo. A veces para trabajar en una parte de la industria (equipos o jugadores) no es necesario un tipo de formación generalista sino uno específico, otras veces puede ser más valioso ser un buen experto en marketing digital y usarlo como vía para acceder a oportunidades. Y al revés, para un jugador de esports que quiere crear un equipo quizá es mejor un MBA generalista que una formación específica de esports.

La clave es entender nuestros objetivos y las necesidades de las empresas de la parte de la cadena de valor en la que nos gustaría desarrollar nuestra carrera para poder decidir qué formación es la más adecuada, o si es adecuado invertir en formación.

5.0 Estudios sobre esports

Son diferentes las empresas de referencia y prestigio que realizan estudios y análisis regulares sobre la industria de los esports en España y en el mundo. Vamos a intentar listar y resumir aquí los principales.

El objetivo de esta parte es facilitar de manera rápida y sencilla datos y nombres de empresas que analizan la industria regularmente. De este modo uno se puede hacer una composición de estructura y cifras, así como poner alarmas sobre dónde revisar regularmente en busca de información actualizada.

Es necesario matizar que todo estudio, sobre todo si realiza predicciones a futuro, depende mucho de la metodología empleada. Y estudios diferentes nos darán resultados a menudo muy dispares, sobre todo si la industria es creciente y naciente.

Aún así es importante conocer qué empresas hacen estudios regularmente, y sus principales conclusiones. Las áreas de crecimiento o los cambios en modelos de negocio son de importancia para entender dónde puede haber oportunidades de empleo a corto o medio plazo.

PriceWaterhouseCoopers (PwC)
La conocida consultora es un referente mundial con su Global Entertainment and Media Outlook, o GEMO. Actualmente se encuentra en su versión 2018-2022(44). En el el GEMO 2017-2021 la página 38 detalla la visión de PwC sobre la evolución de los esports(45). Entre sus conclusiones está la importancia de "transformar una actividad de nicho en un sector masivo". En España Jorge Planes Trillo es la persona de referencia para esta industria.
Este, como todos los estudios que analizan la evolución posible a futuro de una industria, deben ser entendidos a partir del contexto en que son realizados. Realizar predicciones no es sencillo. Sin embargo, y en comparación con otros, Manny Anekal en "The Next Level: The Business of Esports" titulaba un artículo sobre el mismo "PWC lanza una investigación realista sobre los ingresos de esports(46)"

Interactive Advertising Bureau (IAB)
IAB es una organización relacionada con el mundo de la publicidad, que realiza investigación, fomenta estándares y proporciona apoyo legal a la industria de la publicidad online. No es tampoco un organismo especializado en esports pero siendo la publicidad una de las fuentes más importantes de ingresos conocerla es valioso.
Su "Marketer's Guide to esports: how to get in the game"(47) es una buena referencia, tanto en cifras como en la definición de los agentes en la cadena de valor

Deloitte
Otra de las grandes empresas auditoras del mundo. En España su socio Fernando Pons es el responsable de esports. Tanto los artículos que publican regularmente(48) en España como sus estudios internacionales(49) dan una interesante perspectiva(50).

Newzoo
Consultora especializada que realiza al "Global Esports Market Report"(51).

Asociación Española del Videojuego (AEVI)
AEVI ha desarrollado el "Libro Blanco de los esports en España"(52) Un documento de referencia que permite de manera rápida entender las principales cifras y competiciones. Se nutre de datos de otros estudios y fuentes, seleccionados y combinados de manera sencilla y gráfica.

ESL y Movistar
Realizan anualmente un estudio de audiencias de esports en España. En 2018 se realizaba la encuesta para el III Estudio de audiencia de esports en España(53), siendo los datos del II Estudio(54) presentados en la Feria Madrid Gaming Experience.

SuperData
La compañía, perteneciente al grupo Nielsen, conocido por sus estudios de audiencias a nivel mundial, realiza el "Esports Market Report"(55).

eMarketer
Otra empresa especializada en aportar datos y gráficos. En el caso de esports(56) incluyen audiencias, ingresos, publicidad, etc.

Statista
Otra fuente de datos y gráficas a nivel mundial. Buscando en su herramienta el término esports(57) encontramos referencias valiosas.

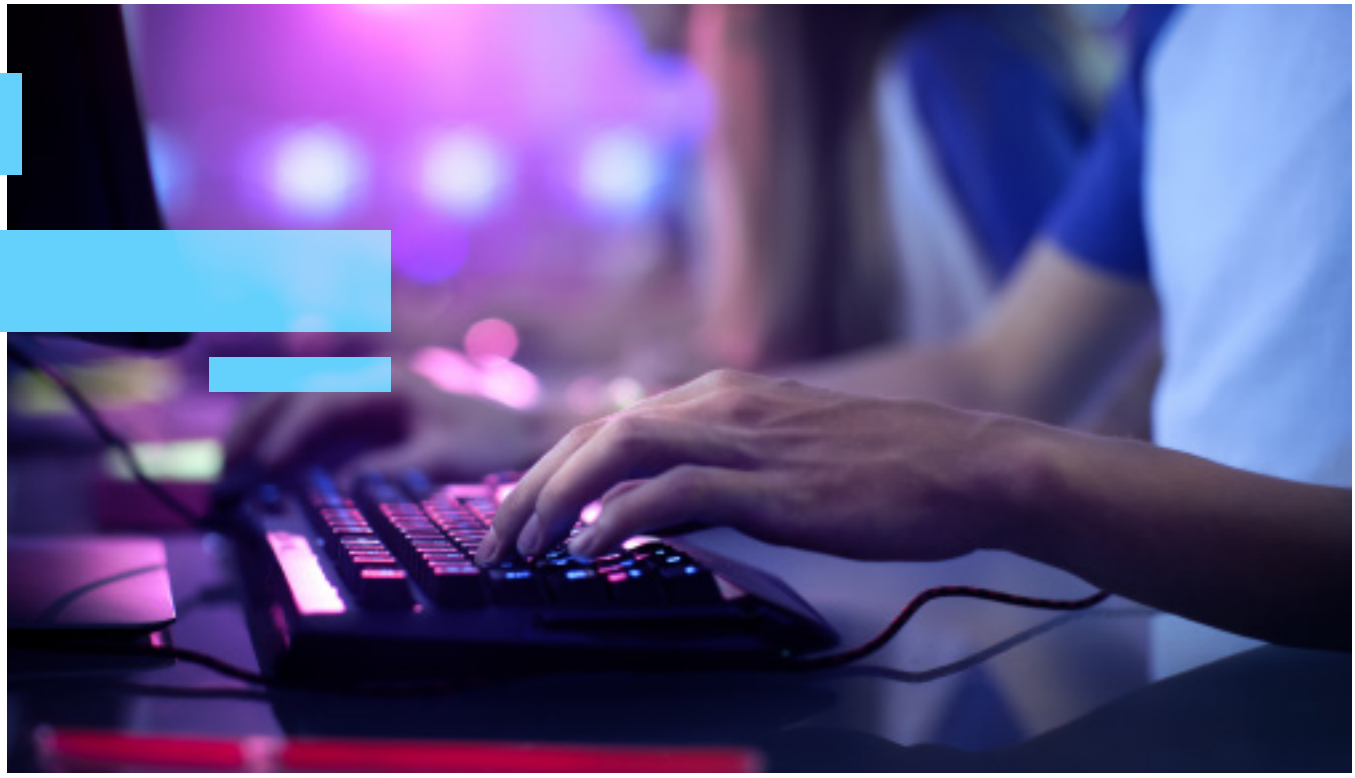
Estas tres últimas aportan datos a nivel mundial, en los que podemos encontrar también datos de nuestro país.

Existen otros estudios, los medios de comunicación especializados publican regularmente valoraciones y actualizaciones sobre la industria, y como es lógico el crecimiento de la industria impulsará nuevos estudios. De enfoque más especializado podemos encontrar los siguientes:

Ontier
Guía legal sobre esports(58)

Asociación Empresarial de los e-Sports (AEsS)
Guía de los e-Sports: Retos de negocio y claves jurídicas(59)

Spartanhack
Guía sobre los esports(60)



6.0 Quién es Quién

En una industria como los Esports es tan importante conocer la cadena de valor y las empresas como los principales nombres propios. En esta parte del estudio vamos a intentar aportar las principales referencias, tanto de empresas como de personas, para facilitar dar a conocer a algunos de los principales nombres de la industria.

Esta lista no es exhaustiva. Somos conscientes de que los aficiones y expertos de la industria echaran de menos nombres dentro de cada empresa, y empresas en cada categoría. El motivo por el que no vamos a ser exhaustivos es sencillo: el objetivo de es facilitar una primera incursión rápida en los nombres propios, con enlaces y nombres, a quienes quieran ponerse al día rápidamente sobre la industria. Sobre todo en lo relativo a empleo. Otro motivo es la estructura de la industria. Por ejemplo, ESL y LVP realizan producción audiovisual y eventos, aunque también hay agencias especializadas en la industria, así como agencias de eventos no especializadas que están comenzando a ofrecer servicios en ella. Por otra parte queremos que este estudio sea un documento vivo, que actualizaremos regularmente con el tiempo.

El formato que hemos elegido es parecido al del típico "Quién es Quién" pero para la industria de los Esports en España. Siguiendo la cadena de valor propuesta por el IAB como referencia hemos incluido empresas, enlaces de las mismas, enlaces a ofertas de empleo si los hubiera, y algunos nombres propios de referencia. De nuevo la lista no busca ser exhaustiva, sobre todo porque los profesionales pueden cambian su carrera profesional en cualquier momento. Junto con las páginas web de las propias empresas, Linkedin es una buena fuente de contactos, de información y de ofertas de empleo también a este respecto. En Linkedin se pueden encontrar a la mayoría, si no todos, los nombres propios de la siguiente lista.

• Publishers

En AEVI se puede encontrar información de las principales empresas. Algunos de los más interesantes son los siguientes

- Nintendo Ibérica (http://www.es.ea.com/): Antonio López
https://www.nintendo.es/Empresa/Empleo/Empleo-Trabajar-en-Nintendo-757078.html

- Electronic Arts (http://www.es.ea.com/): Daniel Montes
https://www.ea.com/careers/careers-overview/madrid

- Ubisoft (https://www.ubisoft.com/es-es/): Antonio Temprano, Empleo en Linkedin:
https://www.linkedin.com/jobs/search/?f_C=2528&location=Spain&locationId=es%3A0

- Riot Games (www.riotgames.com/en): Alberto Guerrero
En Linkedin: https://www.linkedin.com/company/riot-games/

- Activision Blizzard (www.blizzard.com/es-es/): Carlos Pombo
Empleo: careers.blizzard.com/es-es/

- En Linkedin: https://www.linkedin.com/company/activision/jobs/

• Operadores de Torneos

- LVP (www.lvp.es): Sergi Mesonero
En Linkedin: https://www.linkedin.com/company/fandroid-entertainment/

- ESL: (https://play.eslgaming.com/spain): Alfonso Verdugo, Eider Díaz
En Linkedin: https://www.linkedin.com/company/esl-espa%C3%B1a/

• Clubes

- Movistar Riders
(http://www.movistarriders.gg/): Fernando Piquer, Marta López de Cervantes

- Valencia
(http://en.valenciacf.com/ver/59017/esports.html): Sergio Benet

- Team Heretics
(http://www.teamheretics.com/): Antonio Catena

- MAD Lions
(https://madlions.com/): Jorge Schnura, Marcos Equilor

- Team Queso
(https://teamqueso.com/): Alvaro845

- G2 Esports
(https://www.g2esports.com/): Carlos “Ocelote”

- Zombie Unicorns
(http://www.movistarriders.gg/zombieunicornsmrs/): Laura “Aryenzz”, Patrycja “Reniferka”

• Agencias / Agencias de Talento / Agencias de Contenidos

- Foreseen Media
(https://foreseenmedia.com/en/): Vicente Gómez, Álvaro Luzón

- Play The Game Agency
(http://www.playthegame.agency/): Óscar Soriano

- 2btube
(https://2btube.com/): Bastian Manintveld

- Mr. Gates
(https://www.mrgates.es/): Alfredo Barrera

- Nozomi36
(https://www.nozomi39.com/gaming-busters/): Palmira Rios

- Planta18
(http://planta18.com/): Miriam Valdés

- GameTV
(https://www.gametv.es): Nacho Niño

- Rgtogether
(http://www.rgtogether.com): Reyes González

- Katapult
(http://katapult.es/katapult-esports/): Marc Díaz

- Ness Esports Agency
(https://ness.pro/): Javer de Muga

• Medios de Comunicación.

- Trasgo.net (3DJuegos e-Sports)
(http://trasgo.net/): Enrique Montero

- Xataka esports
(https://esports.xataka.com/): Roberto Jiménez

- As esports (https://esports.as.com/): Jorge Mediavilla

- Marca esports
(https://esports.marca.com)

- Dexerto
(www.dexerto.es): Francisco García Mejías, Jordi Muñoz, Antonio Llovo
Linkedin: https://www.linkedin.com/company/dexerto-ltd/

- Playz
(http://www.rtve.es/playz/esports/)

- Esport Bureau
(https://www.esportsbureau.com/esl-estudio-esports/): Rafael Espinosa

- Game Reactor
(https://www.gamereactor.es/esports/)

• Plataformas de Distribución.

- Twitch
(http://www.twitch.tv/)

- YouTube
(https://www.youtube.com/): Manuel Quero

- Streamloots
(https://www.streamloots.com/): Alberto Martínez

- Twitter
(https://twitter.com/TwitterEspana): Pedro Ricote
https://blog.twitter.com/es_es.html

• Eventos y Organizadores de Eventos.

- Gamergy
(http://www.gamergy.es/)

- Fun & Serious Games Festival
(http://en.funandseriousgamefestival.com/)

- DreamHack
(https://dreamhack.com/)

- Encom Games
(http://encom.es/): Arturo Castello

- Mac Guffin
(https://www.macguffin.es/): María Santiago, Oscar Santiago

• Locales

- Oh My Game!
(https://ohmygame.bar/)

- Meltdown
(https://www.meltdown.bar/madrid)

- Puregaming listaba en un artículo locales de gaming en España. Para encontrar más:
https://puregaming.es/bares-y-centros-esports-gamers-espana/

• Otras empresas y servicios

- Fluzo Studios
(www.fluzostudios.com): Rafael Espinosa

- League of Lawyers
(http://leagueoflawyers.es/): Juan Orgaz, Francisco Asensi

- Manuel Moreno García
(https://www.linkedin.com/in/manuelmorenogarcia/) Strategy Advisor

- Batlleseat
(https://www.battleseat.es/):

- Razer
(https://www2.razer.com/es-es): Pedro Ollero

- Nvidia Iberia
(https://www.nvidia.com/es-es/): Juanma Martín Castillo
https://www.linkedin.com/company/nvidia/jobs/

• Asociaciones especializadas.

- Asociación de Clubes de Esports(61) (ACE): José R. Díaz (Presidente)

- Asociación Empresarial de Esports(62) (AEeS). Álvaro Marco (Presidente)

- Asociación Española de Videojuegos (AEVI) tiene un área específica de esports(63): Alberto González Lorca (Presidente), José María Moreno (Directo General)

- Asociación de Entrenadores de Esports(64) (ADEDeS)

- Desarrollo Español de Videojuegos (DEV) (http://www.dev.org.es/): Luis Quintans

En los siguientes anexos se pueden encontrar dos tablas informativas. En una encontraremos los principales cursos formativos existentes en este momento. En otra algunas de las principales ofertas de empleo que han aparecido estos meses. La mayoría de las ofertas no salen al mercado ni a las webs de empleo, siendo importante estar en contacto con las empresas que nos interesan, seguirlas en medios sociales, ir a eventos, etc.

7.0 Conclusiones

La oferta de empleo es como la industria: naciente y creciente. Más las oportunidades que podrán generar las actuales y futuros emprendedores que se lancen a innovar en este sector. Para poder optar a muchas de ellas es importante conocer a gente de la industria y que nos conozcan. Los programas formativos son una manera de entrar en contacto con los referentes de la industria, de que sepan que existimos y cómo trabajamos, y de conseguir estar preparados si surge la oportunidad.

Según un estudio de octubre de 2018 de la revista Forbes(65) las expectativas de crecimiento de la industria siguen siendo optimistas. La prestigiosa revista incluye además entre los 10 clubes más valiosos del mundo a G2 Esports, fundado por Carlos "Ocelote" Rodríguez, jugador que dio el salto a la gestión creando su propio equipo de manera exitosa. Carlos es un caso de éxito único, tanto como jugador como en su faceta de emprendedor. Pero no todo el mundo tiene la misma capacidad. Por eso a veces formarse puede ser de gran ayuda e incrementar notablemente las posibilidades de entrar en una industria como los esports.

Nota Final

El objetivo de este documento es seguir creciendo, mejorando y ampliando sus contenidos y valor para los interesados en los esports en España. Si no te has visto reflejado en el "Quién es Quién", consideras que falta alguna empresa o persona importante, o que debería estar en otra categoría, avísanos para tenerlo en cuenta de cara a próximas ediciones del mismo.

El documento se ha creado con licencia Creative Commons de tipo Attribution – NonCommercial - ShareAlike CC BY-NC-SA, es decir que se puede copiar, remezclar, ampliar y construir sobre el contenido, así como distribuirlo, siempre y cuando se cite el documento original y los autores, y su uso no sea comercial.

Tabla Resumen de los Principales Cursos en España

Institución	Curso	Ubicación	Duración	Inicio	Horario	Precio	Prácticas	Trabajo Final	Edición
Inesdi	Posgrado en Gestión Esports	Madrid	Enero a Julio	Enero 2019	Viernes y Sábados	3.950 €	Sí	Sí	1ª
VIU	Máster en Gestión de eSports	Online	60 créditos	Octubre 2019	N.A.	-	No	Sí	2ª
ISDE y Dreamhack	Master eSports Business	Barcelona	Octubre a Marzo	Octubre 2019	Lunes a Jueves	-	Sí	Sí	-
UCAM	Módulo en Gestión y Dirección en eSports	Murcia	1 semana	25 Junio	-	650€	-	-	1ª
UCAM	Experto Universitario en Formación y Entrenamientos de Equipos de eSports	Madrid	9 meses	1 o 2 sábados al mes	1 o 2 sábados al mes	1.950€	-	Sí	1ª
URJC	Máster en Gestión y Comunicación en los eSports	Madrid	10 meses	Viernes y Sábados	Viernes y Sábados	2.950€	Sí	Sí	2ª
UC3M y Unidad Editorial	Máster en Comunicación de E-SPORTS y VIDEOJUEGOS	Madrid	-	Noviembre 2018	-	11.90z0€	Sí	-	2ª
UDIMA y Fluzo	Esports Professional: Especialista en Gestión de Esports	Online	Marzo a Junio	Marzo 2019	N.A.	975€	No	No	3ª
ATRESMEDIA FORMACIÓN	Comunicación en los Esports	SS de los Reyes	20 horas	Abril 2019	N.A.	400€	No	No	3ª

• De algunos apartados no hemos encontrado información en abierto (-). N.A. = No Aplica.
• Algunos de los cursos de la lista pueden haberse cancelado (por ejemplo por falta de alumnos). Eso no implica que no vayan a ofertar futuras ediciones.

Ofertas de Empleo esports 2018

Empresa	Oferta	Ubicación	Fuente	Sector	Fecha
Riot Games	Esports Partner Developer	Barcelona	Linkedin	Publisher	Septiembre
Riot Games	Editor in Chief	Barcelona	Linkedin	Publisher	Octubre
La Línea Publicidad	Responsable proyectos eSports y videojuegos	Barcelona	Linkedin	Agencia	Noviembre
Page Personnel	Programador Senior Unity	Madrid	Linkedin	Star-up	Septiembre
Page Personnel	Administrador de Servidores Senior	Madrid	Linkedin	Star-up	Septiembre
Knockout	Front-End Web Developer	Málaga	Linkedin	Tecnología	Septiembre
Streamloots / Likeminded Technologies	Front-End developer ReactJs y Redux	Valencia	Linkedin	Tecnología	Noviembre
Streamloots / Likeminded Technologies	Back End Developer. MongoDB o NodeJS	Valencia	Linkedin	Tecnología	Noviembre
eGo Games	Desarrollador en Unity 3D	Madrid	Linkedin	Mobile	Septiembre
eGo Games	Programador BackEnd	Madrid	Linkedin	Mobile	Septiembre
Red Bull	Esports & Gaming Manager	Madrid	Red Bull	Marca	Octubre
Gamestry	Community Manager	Barcelona	Infojobs	Formación	Noviembre
Elite Gaming Center	Informático	Barcelona	Elite Gaming	Centros	Octubre
The Gamer Esports	Redactor de Videojuegos Esports-Estudiantes	Madrid	Primer Empleo	Medios	Octubre
The Gamer Esports	Redactor de Videojuegos Esports	Madrid	Trovit Empleo	Medios	Octubre
Turtle Entertainment SL / ESL	GFX – Motion Graphics Specialist	Alcorcón	Domestika	Ligas	Noviembre
World eSports corp	Asistentaía técnico	Sevilla	Job Today	Eventos	Noviembre
Esports Bureau	Colaboradores	Madrid	Esports Bureau	Start-up	Marzo
Fluzo Studios	Experto SEO, Desarrollo web y Desarrollo Negocio	Madrid	Esports Bureau	Start-up	Marzo
Gamersfy	Community Manager & crear contenidos	Lleida	Jobatus	Start-up	Noviembre
No Disponible	Investigación y redacción de artículos deportivos	Sin especificar	Jobatus	Proyecto	Noviembre

(1) https://www.eleconomista.es/eSports/noticias/9503368/11/18/Manuel-Moreno-La-pregunta-no-es-si-los-eSports-podran-superar-al-futbol-sino-cuando-lo-haran.html
(2) https://www.ie-sf.org/
(3) https://www.proesports.org/
(4) http://www.wesa.gg/
(5) https://www.asociacionclubesports.org/
(6) https://asociacionempresarialesports.es/
(7) http://www.aevi.org.es/e-sports/
(8) http://adedesports.com/
(9) https://www.pwc.es/es/publicaciones/entretenimiento-y-medios/la-evolucion-de-los-e-sports.html
(10) https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/05/IAB_Esports_Marketers_Guide_2018-05_Final.pdf
(11) https://www.mrgates.es/
(12) http://www.ziran.es/
(13) http://www.rgtogether.com
(14) http://www.programapublicidad.com/arena-media-presenta1er-estudio-de-e-sports-en-espana-crecen-los-esports-con-audiencias-millonarias/
(15) https://foreseenmedia.com
(16) http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/empleo/2017/10/24/59ef4dc846163f96518b469b.html
(17) https://www.staffs.ac.uk/course/esports-ba
(18) https://www.york.ac.uk/students/studying/manage/programmes/module-catalogue/module/TFT00052H/latest
(19) https://www.becker.edu/academic/academic-programs/design-technology/esports-management/
(20) https://esports.uci.edu/
(21) http://www.rmueagles.com/article/907
(22) https://upikebears.com/index.aspx?path=esports
(23) https://columbiacougars.com/splash.aspx?id=splash_30
(24) http://www.stevenson.edu/student-life/student-activities/clubs-organizations/esports/index.html
(25) https://www.austincollege.edu/campus-life/student-life/clubs-organizations/esports/
(26) https://www.sdsmt.edu/eSports/
(27) https://www.vice.com/sv/article/4wb8ab/a-norwegian-public-school-has-added-esports-to-its-curriculum-518
(28) https://www.sigtuna.se/Start-Arlandagymnasiet/Enkater/Ansokan-LIU/
(29) https://www.mcvuk.com/business/inside-one-of-swedens-first-esports-schools
(30) https://www.imgacademy.com/team-training
(31) https://www.thescoreesports.com/news/7893-wme-img-s-tobias-sherman-on-img-academy-s-esports-program-the-opportunity-to-improve-is-agnostic-to-game-or-platform
(32) https://nacesports.org/
(33) https://www.nordicesports.academy/bootcamp
(34) https://www.kamk.fi/en
(35) http://www.apu.edu.my/esports_academy
(36) https://gamestry.com/
(37) https://www.e-squad.es/
(38) https://www.universidadviu.es/master-gestion-esports
(39) https://avepe.es/
(40) https://www.isdemasters.com/en/master-dreamhack-esports-business
(41) https://www.ucamesports.com/formacion/
(42) https://www.atresmediaformacion.com/curso/comunicacion-los-esports/
(43) https://formacion.fluzostudios.com/
(44) https://www.pwc.com/us/outlook
(45) https://www.pwc.es/es/publicaciones/entretenimiento-y-medios/assets/gemo-espana-2017-2021.pdf
(46) https://medium.com/tnlmedia/pwc-releases-realistic-esports-revenue-research-9f6bf0491a58
(47) https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/05/IAB_Esports_Marketers_Guide_2018-05_Final.pdf
(48) https://www2.deloitte.com/es/es/misc/search.html#qr=esports
(49) https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology-media-telecommunications/us-tmt-the-rise-of-esports.pdf
(50) https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4677_eSports/4677_eSports.pdf
(51) http://resources.newzoo.com/2018-global-esports-market-report-light
(52) http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
(53) https://esports.as.com/industria/Participa-III-Estudio-audiencia-esports-Espana-premios_0_1174382565.html
(54) https://www.telefonica.com/documents/23283/140768450/NdP_IIEstudioAudiencia.pdf/3e1d2aef-bd84-282b-a76a-7777b1cde578?version=1.0
(55) https://www.superdataresearch.com/market-data/esports-market-report/
(56) https://www.emarketer.com/search1/?query=esports&hitsPerPage=25
(57) https://www.statista.com/search/?q=esports&qKat=search
(58) https://es.ontier.net/ia/guialegalesports-2018web.pdf
(59) https://asociacionempresarialesports.es/wp-content/uploads/guia-legal-de-los-e-sports.pdf
(60) https://spartanhack.com/guia-de-esports-todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-esports/
(61) https://www.asociacionclubesports.org/
(62) https://asociacionempresarialesports.es/
(63) http://www.aevi.org.es/e-sports/
(64) http://adedesports.com/
(65) https://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2018/10/23/the-worlds-most-valuable-esports-companies-1/

Autores, colaboradores, agradecimientos y partners

Autores:
Loreto Gómez
Guillermo de Haro
Lady Tools SL

Colaboradores:
Vicente Horcajada Gómez
Foreseen Media SL

Agradecimientos:
Eric Murillo

Partner:
Inesdi Digital Business School

Contacto:
info@ladytools.es

Loreto Gómez y Guillermo de Haro

Guía de Empleo
y Oportunidades en esports de España