

# INFLUENCE

BY INFLUTONIC

**Voces expertas:**

*Opinones que marcan el rumbo del iGaming. Pág 14*

**Tendencias clave**

*que definirán la industria del entretenimiento digital. Pág 21*

**Talento en acción:**

*Historias que transforman los Esports. Pág 30*

**Estrategias y visión:**

*Lo que necesitas saber para destacar en iGaming y Esports. Pág 32*

"Cuando la **influencia** se une con un propósito, el resultado siempre es impacto real".



1XBET

# SÉ PARTE DEL FUTURO

IGAMING

ESPORTS

SPORTS



**CÓDIGO  
PROMOCIONAL: Influtonic1x**

Promoción válida para América Latina

[www.1XBET.com](http://www.1XBET.com)

## EL PODER DE LA UNIÓN EN NUESTRA INDUSTRIA: CRECER, CREAR Y TRANSFORMAR JUNTOS

Cuando iniciamos Influtonic soñábamos con construir algo que fuera más grande que nosotros mismos. Hoy, viendo lo que hemos alcanzado en tan poco tiempo, tengo la certeza de que el verdadero motor de este proyecto ha sido la unión.

El trabajo en equipo de nuestros colaboradores que confían, se apoyan y crecen juntos; la sinergia con clientes que creen en nuestras ideas y los partners que confían en nuestra visión. Incluso el diálogo y la conexión con quienes, en otro contexto, podrían considerarse competencia. Porque en esta industria hemos aprendido que colaborar abre más puertas que competir, y que los mejores resultados surgen cuando dejamos los egos de lado para construir juntos.

Esta primera edición de **Influence** nace con ese mismo espíritu: el de mostrar que cuando sumamos talentos, experiencias y visiones distintas, logramos resultados que trascienden lo individual. Unidos no solo creamos campañas, eventos o proyectos: creamos comunidades, movimientos e impacto real.

Un ejemplo de ello es la **Fundación Ruth Elena**, un proyecto que nació de la voluntad de ayudar, pero



Bryan Pareja  
Fundador

INFLUTONIC AGENCY & INFLUTONIC ESPORTS  
Telegram: @MrBPworld

que se fortalece gracias a la colaboración de muchas manos y corazones. Con la fundación entendimos que el poder del igaming y el entretenimiento puede ir más allá de la industria y convertirse en un vehículo para transformar vidas. Esa es la prueba más clara de que cuando la influencia se une con un propósito, el resultado siempre es impacto.

Que cada edición de esta revista sea un recordatorio

de lo que podemos lograr trabajando unidos y una invitación a seguir conectando, creando y creciendo. Porque en Influtonic creemos que la verdadera influencia nace cuando trabajamos en comunidad y entendemos que juntos siempre podemos llegar más lejos.

Ese ha sido nuestro camino desde el inicio y seguirá siendo nuestra razón de ser para transformar la influencia en impacto.



EDITORIAL DE CONTENIDO

En un ecosistema tan dinámico como el del iGaming y los Esport, es fácil dejarse llevar por la velocidad de los cambios, las innovaciones tecnológicas o la competitividad de la escena. Sin embargo, en Influtonic creemos que lo que realmente sostiene y hace crecer a esta industria es algo mucho más profundo: la comunidad.

Este primer número de nuestra revista nace con esa convicción. Queremos resaltar lo que nos une, lo que construimos juntos y cómo la colaboración abre caminos más sólidos para todos los que formamos parte de este universo.

En estas páginas encontrarás los highlights de los viajes y conexiones internacionales de nuestro equipo comercial, experiencias que demuestran el valor del networking y la importancia de estar presentes en los espacios donde se define el futuro del iGaming. También celebramos el avance de nuestro equipo femenino de Dota 2, que continúa dando pasos firmes y ahora cuenta con el respaldo de 1xBet como main sponsor, en una alianza que potencia el talento y la proyección del gaming femenino en la región.

Este número incluye además una revisión del primer año de Influtonic, un repaso por los hitos que nos han

consolidado como referente en el sector, así como el lanzamiento de nuestra Fundación Ruth Elena, un proyecto que nos inspira profundamente y que busca acompañar con coaching y soporte emocional a pacientes con cáncer.

Este es solo el comienzo. La revista es nuestra voz y

también un espacio para ti, para todos los que creemos en el poder transformador del gaming y el entretenimiento digital.

Bienvenidos a la primera edición de la revista oficial de Influtonic.



Jalitza Espinoza  
Editora de Contenido  
REVISTA INFLUENCE  
Telegram: @JaLi\_Influtonic

ÍNDICE

SECCIÓN EDITORIAL		
• Crecer, crear y transformar juntos – <b>Bryan Pareja</b>		3
• Editorial de Contenido – <b>Jalitza Espinoza</b>		4
SECCIÓN IGAMING & INFLUTONIC AGENCY		
NOTICIAS		
• La jugada maestra de Games Global: Expansión estratégica en Perú y Brasil.		6
• Perú formaliza el iGaming con la Ley N.º 31557		7
EVENTOS – HIGHLIGHTS INFLUTONIC		
COLUMNAS DE OPINIÓN		
• El trabajo en equipo como motor del crecimiento empresarial – <b>Vitaliia Pohrenbniak</b>		14
• Unidos por un Perú que juega seguro – <b>Guillermo Bejarano</b>		16
• Pilares de la colaboración en la industria del Marketing de afiliados – <b>Brendon Spiteri</b>		18
SECCIÓN ESPORTS & INFLUTONIC ESPORTS		
NOTICIAS		
• Riot Games abre la puerta a los patrocinios de apuestas en sus ligas de Esports		21
• México avanza en la profesionalización de los Esports con la verificación World ID		22
DOTA 2 FEM – HIGHLIGHTS INFLUTONIC ESPORTS x 1XBET		
• Rumbo a los juegos Bolivarianos 2025		26
ENTREVISTA – <b>Matías Arévalo, joven talento del Sim Racing</b>		
COLUMNAS DE OPINIÓN		
• Esports y Perú: Retos, realidades y oportunidades – <b>Christian Roque</b>		32
• Cómo la comunidad moldea el futuro de los videojuegos en Perú – <b>Juan Gonzales</b>		34
SECCIÓN ESPECIAL – <b>1er Aniversario de Influtonic Marketing Agency</b>		

CRÉDITOS

Bryan Pareja – Director  
Jalitza Espinoza – Editora  
Jeremias Vilca – Diseñador Editorial  
Jamileth Andrade – Diseñadora Editorial

Colaboradores  
Airtón Morales  
Christina Azucena  
Eyly Machi  
Lucía Chulan



## LA JUGADA MAESTRA DE GAMES GLOBAL: EXPANSIÓN ESTRATÉGICA EN PERÚ Y BRASIL

**G**ames Global, uno de los principales proveedores de contenido y tecnología para la industria del iGaming, ha anunciado su expansión a los mercados de Perú y Brasil.

Esta decisión estratégica llega tras la implementación de nuevas regulaciones en ambos países, que ofrecen un entorno legal más claro y favorable para las operaciones de juego en línea.

Con un portafolio que incluye cientos de títulos innovadores y una red global de socios operadores, Games Global busca aprovechar el creciente interés por el iGaming en América Latina. Tanto Perú como Brasil representan mercados clave con un alto potencial de crecimiento, gracias a su gran base de usuarios digitales y una cultura de

entretenimiento en expansión. La compañía destaca que su entrada en estos mercados estará respaldada por el cumplimiento estricto de las normativas locales y un enfoque centrado en la experiencia del usuario. Además, planea colaborar con operadores locales para ofrecer contenidos adaptados a las preferencias regionales.

Esta expansión refuerza la estrategia global de Games Global, consolidando su presencia en mercados regulados y destacándose por su innovación, cumplimiento y entretenimiento responsable.

Con esta movida, la empresa no solo fortalece su posicionamiento en Latinoamérica, sino que también reafirma su compromiso con una industria más transparente y sostenible.



Logo oficial de Games Global, 2025.

## PERÚ FORMALIZA EL IGAMING CON LA LEY N.º 31557

**E**n abril de 2024, Perú dio un paso trascendental al implementar la Ley N.º 31557, la primera legislación que regula oficialmente las apuestas y juegos online en el país. Esta ley establece un marco normativo claro para operadores de iGaming, incluyendo un impuesto del 12% sobre las apuestas en línea, marcando el inicio de una etapa de formalización en una industria que hasta entonces operaba sin una supervisión específica.

Según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), las apuestas deportivas en línea movieron aproximadamente 1.000 millones de dólares en el último año, lo que marca una relevancia económica para este sector.

Siendo 2025 el primer año completo con la ley en vigencia, se han registrado avances significativos: más de 60 casas de apuestas, tanto nacionales como internacionales, han obtenido licencias del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) para operar legalmente en el país. La SUNAT estima una recaudación anual de aproximadamente S/ 80 millones por concepto de estos impuestos. Además, se estima que el mercado de apuestas digitales representa aproximadamente el 1.2% del Producto Bruto Interno (PBI) del país, equivalente a más de 4.500 millones de soles anuales.

La Ley N.º 31557 no solo sienta las bases para un mercado más seguro y transparente, sino que posiciona a Perú como un nuevo actor regulado en el panorama latinoamericano del iGaming.



Congreso de la República del Perú, 2025.



# INFLUTONIC EN MOVIMIENTO

En Influtonic Agency, entendemos que las conexiones presenciales inspiran confianza.

**SIGMA** **NEXT.io**  
**PGS** **LIMA 2025** **iGBLIVE** **ICE**  
FERIA LATINOAMERICANA DE JUEGOS  
**SBC | SUMMIT** **iGaming Club**

Desde el inicio de INFLUTONIC, asistimos a algunos de los eventos más relevantes de la industria como SIGMA World, SBC, ICE, iGB Events, iGaming Club, entre otros, para fortalecer relaciones, generar alianzas y acercarnos a nuevos clientes. Cada evento ha sido una oportunidad para crecer, aprender y consolidar nuestro compromiso con un marketing estratégico y orientado a resultados. Aquí un vistazo a nuestra ruta de networking global.











**INFLUTONIC**  
MARKETING AGENCY

**TRANSFORMAMOS EL  
IGAMING CON  
ESTRATEGIA, CREATIVIDAD  
Y RESULTADOS.**

Escanea y únete a nuestro  
canal en Telegram



Conoce más en:

**WWW.INFLUTONIC.COM**



# LA FUERZA DE LA UNIDAD: EL TRABAJO EN EQUIPO COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

En el mundo empresarial actual, caracterizado por la rapidez de los cambios y la creciente competitividad, el verdadero diferencial no se encuentra únicamente en la tecnología, el capital o la innovación individual, sino en la capacidad de las personas de trabajar juntas hacia un objetivo común. La colaboración y el trabajo en equipo se han convertido en el pilar que sostiene el desarrollo sostenible de las organizaciones.

El trabajo en equipo va más allá de la simple división de tareas: implica compartir una visión, asumir responsabilidades colectivas y reconocer que los logros individuales cobran mayor sentido cuando contribuyen al éxito del grupo. He podido comprobar en mi propia experiencia que un equipo unido logra resultados que parecían inalcanzables. La diversidad de perfiles, cuando se gestiona con respeto y comunicación, se convierte en la clave para abrir nuevas oportunidades y fortalecer la resiliencia del grupo. No se trata solo de trabajar lado a lado, sino de entender que el éxito de uno es el éxito de todos, y que cada paso hacia

adelante es posible porque caminamos juntos.

**“LA COLABORACIÓN Y EL TRABAJO EN EQUIPO SE HAN CONVERTIDO EN EL PILAR QUE SOSTIENE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS ORGANIZACIONES.”**

La unidad tiene un impacto directo en la productividad y en la cultura organizacional. Un equipo cohesionado logra superar obstáculos con mayor resiliencia, propone soluciones más creativas y se adapta mejor a los cambios del mercado. Además, fomenta un ambiente de confianza que permite la innovación, ya que cada persona siente la libertad de aportar nuevas ideas sin temor a ser juzgada.

En un contexto global donde la competencia es feroz, la colaboración también se extiende más allá de las fronteras internas de una empresa. Las alianzas entre marcas, la cooperación entre distintas áreas de un mismo negocio o la creación de comunidades profesionales son ejemplos claros de cómo la unidad fortalece a toda

la industria. Es momento de dejar atrás la mentalidad de trabajar en silos y entender que el verdadero crecimiento surge cuando compartimos conocimientos, experiencias y objetivos.

Por eso, considero fundamental que líderes y empresas fomenten una cultura de equipo en la que se valore la diversidad de perspectivas, se celebren los logros colectivos y se promueva la empatía como base de las relaciones laborales.

El futuro de nuestras industrias dependerá, en gran medida, de la capacidad de trabajar juntos, de apoyarnos mutuamente y de impulsar una visión compartida. Solo así podremos seguir creciendo y generando un impacto positivo en nuestra sociedad.



Vitaliia Pohrebniak  
Team Lead of Influencer Marketing  
PIN UP  
Telegram: @vit\_influence



# UNIDOS POR UN PERÚ QUE JUEGA SEGURO: NUESTRO MOMENTO DE UNIÓN

Imagina remar en un bote de competencia. Si cada uno va por su lado, el bote gira en círculos. Pero si remamos al mismo ritmo... ¡Avanzamos! Así estamos hoy como gremio del juego online en Perú. Los cambios tributarios del 2026 (como el nuevo ISC del 12%) nos ponen a prueba. Sí, hay ruido y preocupación. Pero este no es momento para separarnos, sino para remar juntos, con fuerza y dirección.

**"ESTE NO ES MOMENTO PARA SEPARARNOS, SINO PARA REMAR JUNTOS, CON FUERZA Y DIRECCIÓN."**

## ¿POR QUÉ LA UNIÓN NOS HACE FUERTES?

Cuando los operadores, proveedores y plataformas compartimos experiencias, evitamos errores. ¿Recuerdan lo de Colombia? Allí, la descoordinación frente a impuestos altos hizo que 4 de cada 10 empresas cerraran. Si hablamos con una sola voz al Estado, logramos propuestas justas. Un impuesto equilibrado (como el 5-7% que pide la Cámara Peruana) evita que los jugadores busquen opciones

ilegales... ¡donde no hay protección para sus familias!

## ACCIONES SIMPLES RESULTADOS GRANDES

1. Creemos una red de apoyo: Compartamos datos de mercado en tiempo real. Si un operador detecta migración al mercado negro, alertemos al gremio para actuar rápido.

2. Eduquemos con calidez: Expliquemos a los jugadores que pagar un poco más en plataformas legales significa:

- Dinero protegido en lugar de "desaparecido".
- Límites de apuesta que cuidan su economía familiar.
- Atención al cliente 24/7 con DNI en mano.

3. Innovemos en equipo: Desarrollemos juegos con sabor peruano (¡imagina una tragamonedas con el Sapo de Huancayo!) que el mercado negro jamás ofrecerá.

## EL ÉXITO ESTÁ EN LO HUMANO

Detrás de cada licencia hay empleados peruanos (¡más de 15,000!). Cada plataforma

segura evita que un padre de familia caiga en sitios que no verifican su identidad. Esta lucha no es solo por negocios: es por un país donde jugar sea seguro, alegre y responsable.

## ÚLTIMO REMO JUNTOS

El regulador nos escuchará si llegamos con propuestas claras y unidas. Reemplazar el ISC por un impuesto sostenible no es un "capricho gremial". Es el camino para que:

- El estado recaude más (¡no menos!)
- Los peruanos jueguen tranquilos.
- Perú sea ejemplo en latinoamérica.

Somos un equipo. Y los equipos unidos... ¡Transforman los retos en victorias!



Guillermo Bejarano  
Director Regional  
BETCONSTRUCT  
[Guillermo.bejarano@softconstruct.com](mailto:Guillermo.bejarano@softconstruct.com)



# CONFIANZA Y TRANSPARENCIA: PILARES DE LA COLABORACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL MARKETING DE AFILIADOS

En la industria del marketing de afiliados, que evoluciona a gran velocidad, la confianza y la transparencia ya no son opcionales: son esenciales. Con múltiples actores involucrados —anunciantes, publishers, redes y plataformas—, una colaboración rentable depende de la certeza de que cada parte actúe con integridad y apertura.

La confianza es la base de las relaciones a largo plazo. Los afiliados necesitan la seguridad de que serán compensados de forma justa por sus esfuerzos, mientras que las marcas deben confiar en que los afiliados representarán sus productos de manera auténtica y ética. Cuando se establece esta confianza mutua, los socios tienen mayor disposición a compartir información, alinear objetivos y respaldar el éxito de los demás. Esto genera un entorno colaborativo donde la planificación estratégica, la optimización del rendimiento y la innovación pueden prosperar.

**“EN LA INDUSTRIA DEL MARKETING DE AFILIADOS, LA CONFIANZA Y LA TRANSPARENCIA YA NO SON OPCIONALES: SON ESENCIALES.”**

La transparencia complementa la confianza al ofrecer visibilidad sobre los datos, los procesos y las expectativas. En una industria impulsada por métricas de rendimiento y ROI, contar con datos precisos y en tiempo real es fundamental. Cuando anunciantes y afiliados comparten abiertamente el desempeño de las campañas, ambos pueden tomar decisiones informadas, adaptarse rápidamente a los cambios del mercado e identificar nuevas oportunidades.

Además, La transparencia ayuda a mitigar el fraude, garantizar el cumplimiento y mantener la credibilidad de los programas de afiliación. Asimismo, la transparencia fortalece la responsabilidad. Una comunicación clara sobre estructuras de comisión, modelos de

atribución y lineamientos promocionales asegura que todos los socios estén alineados y reduce el riesgo de malentendidos o conflictos. Esta claridad fomenta comportamientos éticos y sienta las bases para un crecimiento escalable y sostenible.

En definitiva, cuando se priorizan la confianza y la transparencia, la colaboración en la industria del marketing de afiliados pasa de ser transaccional a transformacional. Allana el camino hacia relaciones más sólidas, un mejor desempeño y un valor duradero para todos los involucrados. En un panorama digital cada vez más competitivo, las empresas que lideren con apertura e integridad serán las que atraigan a los socios más leales y de mayor rendimiento.



Brendon Spiteri  
Head of Commercial  
ROUTY  
Telegram: @SBrendon



# CONECTANDO MARCAS CON EL FUTURO DEL ENTRETENIMIENTO

Streams, torneos y activaciones... Hacemos que las marcas funcionen dentro de la comunidad con **impacto real** y medición clara.



**¿Marca o jugador?**

Crece con nosotros. Es hora de dar tu próximo paso en los esports.

**Contáctanos:** [hello@influtonic.com](mailto:hello@influtonic.com)

## RIOT GAMES ABRE LA PUERTA A LOS PATROCINIOS DE APUESTAS EN SUS LIGAS DE ESPORTS

**E**n un movimiento que marca un antes y un después para la industria, Riot Games anunció a finales de junio de 2025 la apertura de patrocinios de casas de apuestas deportivas en sus ligas profesionales de League of Legends y Valorant, incluyendo las competiciones de Sudamérica.

La decisión llega en medio del llamado "invierno de los esports", un periodo en el que múltiples organizaciones han reducido presupuestos, cerrado operaciones o buscado alternativas de financiamiento. Con esta medida, Riot busca reactivar los ingresos de ligas, equipos y organizadores, ofreciendo al sector una nueva línea de monetización vinculada al

creciente mercado del iGaming.

Si bien la integración de patrocinadores de apuestas deportivas abre grandes oportunidades comerciales, también genera debate.

Críticos señalan el riesgo de que la cercanía entre apuestas y competencias pueda afectar la integridad competitiva o incluso la percepción del público más joven. Sin embargo, los defensores del cambio destacan que el iGaming es hoy uno de los motores de la industria del entretenimiento digital y que su participación podría ser clave para garantizar la sostenibilidad del ecosistema.

En Latinoamérica, donde el crecimiento de las apuestas en línea avanza de manera acelerada, esta apertura podría traducirse en alianzas estratégicas entre equipos, operadores de iGaming y marcas tecnológicas, impulsando tanto la profesionalización como la visibilidad de la región en el mapa global.

Riot Games, una vez más, coloca a los esports en el centro de la conversación sobre el futuro del entretenimiento competitivo.

Parrish, A. 2025. The Verge.



Escenario del Mundial de League of Legends 2024.



# MÉXICO AVANZA EN LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS ESPORTS CON LA VERIFICACIÓN WORLD ID

La Federación Nacional de Videojuegos y Esports (FENAVIDE) en México dio un paso trascendental en la profesionalización del sector al anunciar, en marzo de 2025, una alianza con World ID para implementar World ID en sus competencias oficiales.

World ID es una herramienta de verificación de humanidad basada en tecnología biométrica que permite distinguir a jugadores reales de bots, garantizando así un entorno competitivo más justo y transparente. Esta innovación busca resolver uno de los principales retos del ecosistema: el fraude y las prácticas desleales que

afectan la credibilidad de torneos y ligas.

La medida no solo impacta a los esports locales, sino que también sienta un precedente regional. México se convierte en pionero en Latinoamérica al adoptar un sistema de certificación tecnológica que podría alinearse con los estándares de las futuras competiciones internacionales, incluyendo los Juegos Olímpicos de 2027, donde los esports buscan consolidar su presencia.

Además, marcas como Razer han decidido incorporar World ID en su plataforma de inicio de sesión, ampliando la adopción de esta tecnología

dentro de la comunidad gamer global. Este respaldo corporativo refleja la importancia de generar ecosistemas más seguros, inclusivos y confiables.

La implementación de World ID refuerza la visión de un futuro en el que la profesionalización y la integridad competitiva se convierten en ejes centrales del crecimiento de los esports. Con iniciativas como esta, México se posiciona como líder regional en innovación y regulación dentro de la industria.

AS MeriStation, 2025, Diario digital.



Dispositivo Orb de Worldcoin utilizado para el registro de identidad digital, 2025.

# DOTA 2 EN INFLUTONIC ESPORTS

Durante el 2024 y lo que va del 2025, Influtonic Agency ha continuado consolidando su presencia en el mundo de los esports con activaciones estratégicas que conectan de manera auténtica con la comunidad gamer. Una de ellas fue la colaboración con InGame, un reconocido LanCenter en crecimiento en Lima, donde

desarrollamos una experiencia inmersiva para jugadores que vivieron la adrenalina de la competencia en un entorno único. Asimismo, nuestra participación en el Día del Cómic nos permitió acercar la marca a nuevas audiencias con un torneo mixto de Dota 2, reforzando nuestro compromiso con la cultura gamer y el entretenimiento digital.







# NUESTRA CAMISETA CON 1XBET COMO MAIN SPONSOR



Bryan Pareja, CEO de Influtonic, presenta la nueva camiseta.

Este 2025 también marca un hito especial: el equipo femenino de Dota 2 de Influtonic no solo estrena nueva camiseta, sino que celebra la incorporación de 1xBet como

sponsor oficial, un respaldo que potencia su camino competitivo y abre nuevas oportunidades de crecimiento.



## RUMBO A LOS JUEGOS BOLIVARIANOS 2025

La proyección del equipo se eleva aún más con su próxima participación en los Juegos Bolivarianos 2025, donde representarán al Perú. Este logro no solo enaltece a nuestras jugadoras, sino que también posiciona a Influtonic Marketing Agency como un referente en la gestión y acompañamiento de talento dentro de la escena competitiva regional.

## ROSTER OFICIAL DOTA 2 FEM

- Eu (Soft Support)
- Bambú (Hard Carry)
- Azumi (Solo Middle)
- Lovely (Hard Support)
- Sylvanas (Soft Support - Standing)
- Dae (Offlaner - Capitán)

## TEAM MANAGER:

- Aysel - Ely Machi

## COACH:

- NaoG - Eduardo Valencia

## CEO:

- Bryan Pareja









# MATÍAS ARÉVALO

## “LA DISCIPLINA Y LA VALENTÍA SON LAS LLAVES PARA LLEGAR LEJOS EN EL SIM RACING”



Matías Arévalo ganador del McRacing Power by LG OLED, 2025  
Lima - Perú.

Con apenas 17 años, Matías Arévalo se ha convertido en una de las principales promesas del Sim Racing en Perú. Su historia es la de un joven que encontró en los simuladores de automovilismo no solo una pasión, sino una forma de representar a su país en escenarios internacionales.

### DEL FÚTBOL AL VOLANTE VIRTUAL

“Desde muy pequeño me gustaban muchísimo los autos”, recuerda Matías. “Tenía un montón de Hot Wheels y un cochecito a

pedales que me encantaba porque podía llevarlo a la velocidad que yo quería. Mis padres me compraron uno eléctrico, pero no me gustó: tenía velocidad limitada”.

Aunque su infancia estuvo marcada por esa fascinación, su adolescencia tomó otro rumbo: el fútbol competitivo. Sin embargo, una lesión lo obligó a replantear su futuro. “Me rompí la clavícula a los 15 y dejé el fútbol. En ese momento descubrí que los autos me apasionaban más. Decidí dedicarme por completo al automovilismo, comenzando en el simulador”.

### EL SIM RACING COMO DEPORTE SERIO

Para Matías, el Sim Racing es mucho más que un videojuego:

“Se sigue creyendo que el Sim Racing es un juego, y no lo es. Los simuladores buscan replicar la realidad con una precisión impresionante. Pilotos como Max Verstappen lo defienden y demuestran que el entrenamiento virtual puede ser incluso más competitivo que la vida real”.

### DISCIPLINA Y VALENTÍA: SUS PILARES

Consultado sobre las habilidades clave para destacar en este deporte, Matías no duda: “La disciplina es fundamental. Yo no me considero un talento nato, pero amo tanto lo

que hago que esa pasión me ha llevado a ser constante. Y la valentía: en cada carrera te enfrentas a riesgos, a la incertidumbre de competir contra los mejores. Sin eso, no avanzas”.

### EL RESPALDO DE UN EQUIPO

Aunque el automovilismo es un deporte individual, Matías destaca el valor del apoyo organizacional:

“Un equipo que confía en ti te da seguridad. No solo se trata de apoyo económico, también emocional. Saber que alguien entiende lo difícil que es este camino te da fuerza para seguir”.

### ORGULLO PERUANO EN ESCENARIOS INTERNACIONALES

Su momento más memorable hasta ahora llegó en 2024, cuando representó a Perú en el FIA Motorsport Games en Valencia, España.

“Fue increíble. No me iba bien al inicio, pero pensé: ‘No puedo dejar mal al país’. Eso me impulsó a llegar a semifinales. Fue un antes y un después para mí”.

Otro hito reciente fue su victoria en el Mac Racing 2025, donde obtuvo un simulador profesional. “Ver mi esfuerzo transformado en algo tangible fue indescriptible”.

### UN MENSAJE A LAS NUEVAS GENERACIONES

Más allá del consejo técnico, Matías hace un llamado especial a los padres:

“El Sim Racing es una oportunidad única para que los niños conozcan el automovilismo sin



Matías Arévalo  
Piloto profesional de Sim Racing

riesgos y con menos costos. Pero hay que dejar que se enamoren del deporte por sí mismos. No presionarlos. Si la base es el amor por lo que hacen, seguirán adelante incluso cuando las cosas se pongan difíciles”.

Con pasos firmes, Matías Arévalo busca llevar al Sim Racing peruano a un nuevo nivel. Su meta: competir en los principales torneos del mundo y seguir inspirando a otros jóvenes a vivir la adrenalina de la velocidad, aunque sea desde un simulador.



# ESPORTS Y PERÚ:

## RETOS, REALIDADES Y OPORTUNIDADES



Christian Andres Roque Castillo  
CEO  
INFAMOUS GAMING  
[croque@infamous.gg](mailto:croque@infamous.gg)

Hablar de esports en el Perú es hablar de un ecosistema lleno de pasión, pero también de retos estructurales que han frenado su desarrollo pleno. Desde mi experiencia, iniciar un equipo competitivo en nuestro país implica navegar un camino donde la ilusión se enfrenta rápidamente a realidades duras: la economía de la atención y la escasez de recursos.

**“HABLAR DE ESPORTS EN EL PERÚ ES HABLAR DE UN ECOSISTEMA LLENO DE PASIÓN, PERO TAMBIÉN DE RETOS ESTRUCTURALES QUE HAN FRENADO SU DESARROLLO PLENO.”**

El primer obstáculo es la visibilidad. En un entorno en el que las marcas evalúan su inversión en función del alcance y la notoriedad, un equipo nuevo —sin una comunidad sólida ni redes sociales activas— difícilmente recibirá apoyo económico. Esto obliga a los proyectos a construir, casi desde cero, una base digital que conecte con la audiencia y transmita valor. Sin embargo, este proceso suele depender de resultados competitivos: ganar atrae seguidores, genera admiración y crea sentido de pertenencia. El problema es que, en los esports, la victoria no siempre está garantizada, y

la comunicación digital se convierte en un arma clave para mantenerse relevante, incluso en la derrota.

Otro gran desafío es la profesionalización de los jugadores. Aunque en los últimos años ha crecido la conciencia sobre la importancia de la disciplina y la responsabilidad, aún persiste la idea de que el rol de un jugador se limita a competir. La realidad es que, además de entrenar, deben entender que representan a una marca y a un equipo. Su imagen pública, el contenido que generan y la forma en que se conducen son piezas fundamentales para atraer patrocinadores y fortalecer el ecosistema. La falta de compromiso, la escasa “camiseta” y, en algunos casos, la informalidad en los traspasos entre equipos —sin respetar contratos— minan la credibilidad del sector. A esto se suman las limitaciones técnicas y económicas.

**“EN LOS ESPORTS, LA VICTORIA NO SIEMPRE ESTÁ GARANTIZADA, Y LA COMUNICACIÓN DIGITAL SE CONVIERTE EN UN ARMA CLAVE PARA MANTENERSE RELEVANTE, INCLUSO EN LA DERROTA”**

Aunque el internet ha mejorado, sigue siendo un factor que condiciona el rendimiento, especialmente en juegos de PC que exigen hardware de alto nivel. El mobile gaming ha democratizado la competencia, pero incluso allí, la diferencia entre un equipo de gama alta y uno de gama media puede marcar la diferencia en el resultado final.

Finalmente, el mercado peruano todavía carece de una cultura sólida de inversión en gaming. El interés crece cuando hay logros que capturan la atención mediática, pero sin una propuesta de valor bien articulada y un área de marketing que transforme esos hitos en crecimiento sostenible, el impulso se diluye.

Pese a todo, veo un horizonte alentador. La industria global de los esports no deja de crecer, y en el Perú todavía hay un terreno fértil por desarrollar. Con organización, profesionalismo y visión a largo plazo, podemos convertir este espacio en una industria sólida, capaz de generar empleo, innovación y orgullo nacional. Los esports son una de esas áreas donde la tecnología no sustituirá la pasión humana; por eso, a pesar de los retos, es momento de seguir apostando y construir juntos el futuro que queremos.



# CÓMO LA COMUNIDAD MOLDEA EL FUTURO DE LOS VIDEOJUEGOS EN EL PERÚ

En un mundo donde los videojuegos son mucho más que un pasatiempo, alcanzando la categoría de fenómeno cultural y una industria multimillonaria, solemos centrar nuestra atención en los grandes estudios, las consolas de última generación y los lanzamientos. Sin embargo, detrás de cada éxito rotundo, yace una fuerza silenciosa pero colosal: la comunidad. En Perú, esta fuerza no solo es vibrante, sino que está jugando un papel fundamental en el desarrollo y la legitimación de la industria local.

**“DETRÁS DE CADA ÉXITO ROTUNDO, YACE UNA FUERZA SILENCIOSA PERO COLOSAL: LA COMUNIDAD”**

Lejos de ser meros consumidores pasivos, las comunidades de jugadores peruanas son verdaderos incubadoras de talento, plataformas de e-sports y, en muchos casos, los cimientos sobre los que se construyen futuras innovaciones. Y si queremos entender el pulso de esta influencia, debemos mirar hacia donde late con más fuerza: nuestras universidades y las pasiones que cultivan.



Juan Gonzales Almache  
Gestor de Proyectos  
Universidad Tecnológica del Perú  
[jgonzalesa@utp.edu.pe](mailto:jgonzalesa@utp.edu.pe)

El fenómeno de los torneos interuniversitarios es un claro ejemplo de esta efervescencia. Iniciativas como el InterU de Mobile Legends, la ECUP de la UTP o el OXY 2025 de la Federación Peruana de Esports, no son

simples competencias; son eventos que cristalizan el espíritu competitivo, fomentan el trabajo en equipo y, crucialmente, profesionalizan una pasión.

Estos torneos no solo exponen

a nuevos talentos a la mirada de reclutadores y equipos profesionales de e-sports, sino que también actúan como catalizadores para el desarrollo de infraestructura y organización alrededor de los videojuegos. Las universidades, al abrazar y apoyar estas iniciativas, no solo legitiman el gaming como una actividad válida, sino que también están cultivando las habilidades (análisis estratégico, comunicación, liderazgo) que son esenciales en cualquier carrera, incluyendo, por supuesto, el desarrollo de videojuegos. Imaginen el semillero de programadores, diseñadores de juegos y gestores de comunidad que emerge de estas vivencias.

**“LAS UNIVERSIDADES, AL ABRAZAR Y APOYAR ESTAS INICIATIVAS, ESTAN CULTIVANDO LAS HABILIDADES QUE SON ESENCIALES EN CUALQUIER CARRERA”**

Pero la influencia comunitaria va más allá de los campus. Perú ha sido históricamente un bastión para ciertas franquicias, y pocas lo demuestran tan vehementemente como la **comunidad de Pro Evolution Soccer (PES)**, ahora eFootball. Durante años, y aún hoy, la pasión por PES ha trascendido lo digital para convertirse en un fenómeno social. Las “caberitas” y ligas barriales no oficiales, organizadas por y para los jugadores, son el testimonio de una auto-organización impresionante. Esta comunidad no solo mantuvo viva una franquicia en el país, sino que impulsó la venta de consolas, el desarrollo de pequeños negocios locales (desde cabinas hasta tiendas de videojuegos) y, lo más importante, creó una cultura de competición y camaradería. Han sido, en esencia, pioneros en la profesionalización amateur de los e-sports mucho antes de que el término fuera de uso común.

Este modelo de auto-organización y pasión

colectiva es un tesoro para la industria. Las comunidades, ya sean universitarias o de nicho, son las que proveen el feedback más valioso a los desarrolladores, señalan las tendencias emergentes y, en muchos casos, generan el entusiasmo y la demanda que justifican nuevas inversiones. Son los “early adopters”, los “beta testers” no oficiales, los “influencers” orgánicos y, en última instancia, el mercado que permite que nuevos juegos y estudios germinen.



Colaboración entre Claro y la UTP en el ámbito de los esports.

El reto para la industria peruana de desarrollo de videojuegos es reconocer y capitalizar esta fuerza. No se trata solo de vender juegos, sino de interactuar, escuchar e integrar a estas comunidades en el proceso creativo. Impulsar hackatones con estudiantes universitarios, organizar mesas redondas con líderes de comunidades de nicho, o simplemente estar presente en sus eventos, puede ser la clave para desarrollar productos que realmente resuenen con el público local e incluso global.

La forja del futuro de los videojuegos en Perú no está solo en los despachos de los desarrolladores, sino también en las aulas universitarias, en las cabinas de barrio y en cada reunión de amigos para jugar. Son las comunidades, con su pasión y su voz, quienes están marcando el ritmo y tejiendo la red invisible que sostiene y eleva nuestra naciente, pero prometedora, industria de videojuegos.



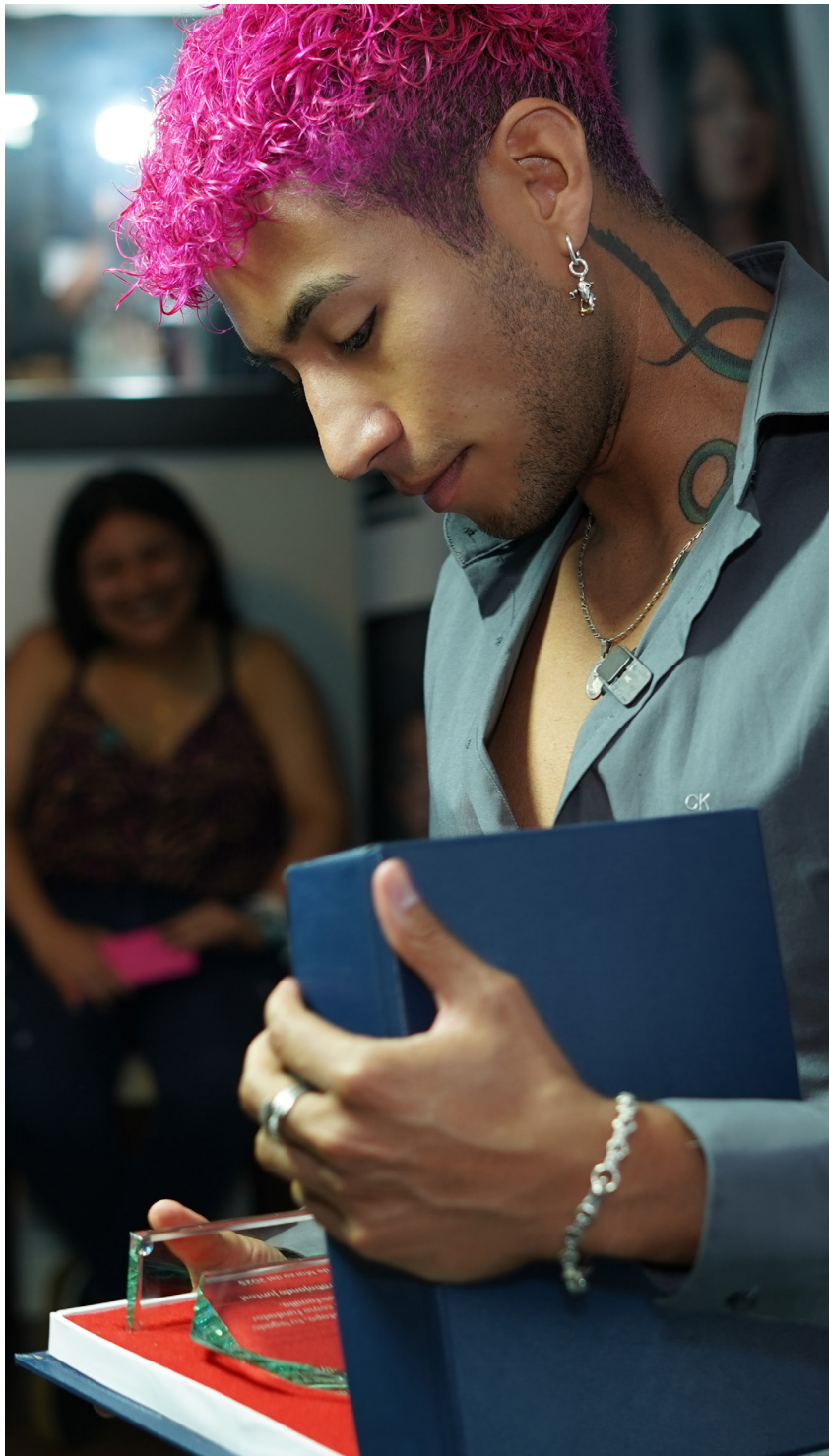
# 1ER ANIVERSARIO DE INFLUTONIC MARKETING AGENCY

**C**elebrando nuestro primer aniversario, Influtonic Agency mira hacia atrás con orgullo y hacia adelante con audacia. Desde su inicio, un 4 de marzo del 2024, la agencia se consolidó como referente en igaming, esports e influencer marketing en LATAM y Europa. Lanzamos Influtonic Esports, nuestro equipo femenino de Dota 2, empoderando el talento de las mujeres en entornos competitivos.

Ampliamos nuestro alcance global con presencia en eventos internacionales de iGaming.

Siempre con la mentalidad enfocada en conectar marcas con audiencias, organizamos activaciones híbridas: online y presenciales, combinando influencer marketing con experiencias reales.

El lanzamiento de nuestra revista oficial, diseñada para consolidar nuestra voz como referencia experta en gaming y entretenimiento digital y de la Fundación Ruth Elena para apoyar con coaching y herramientas de soporte emocional a pacientes con cáncer. Son hitos durante este año.



Bryan Pareja, en la ceremonia del aniversario de Influtonic Agency.

Para este 2025 seguimos expandiéndonos a nuevos mercados internacionales, fortaleciendo servicios de gestión de talento e influencers. Apostamos por campañas de recaudación e iniciativas solidarias, usando el poder del entretenimiento para generar transformaciones reales.

Lo que más resalta en el equipo de Influtonic: gratitud hacia nuestro equipo, clientes, partners y comunidad que fueron pilares en este primer año. En este primer año hemos demostrado que el influencer marketing y los esports no

son sólo entretenimiento, sino también motor de innovación y responsabilidad social.

**“NUESTRO EQUIPO, CLIENTES, PARTNERS Y COMUNIDAD FUERON PILARES EN ESTE PRIMER AÑO”**

Nuestro aniversario no se reduce a una fiesta, es una declaración de propósito: seguir creciendo con conciencia, creatividad y comunidad. El aniversario es el inicio de una etapa marcada por impacto real. Influtonic Agency demuestra

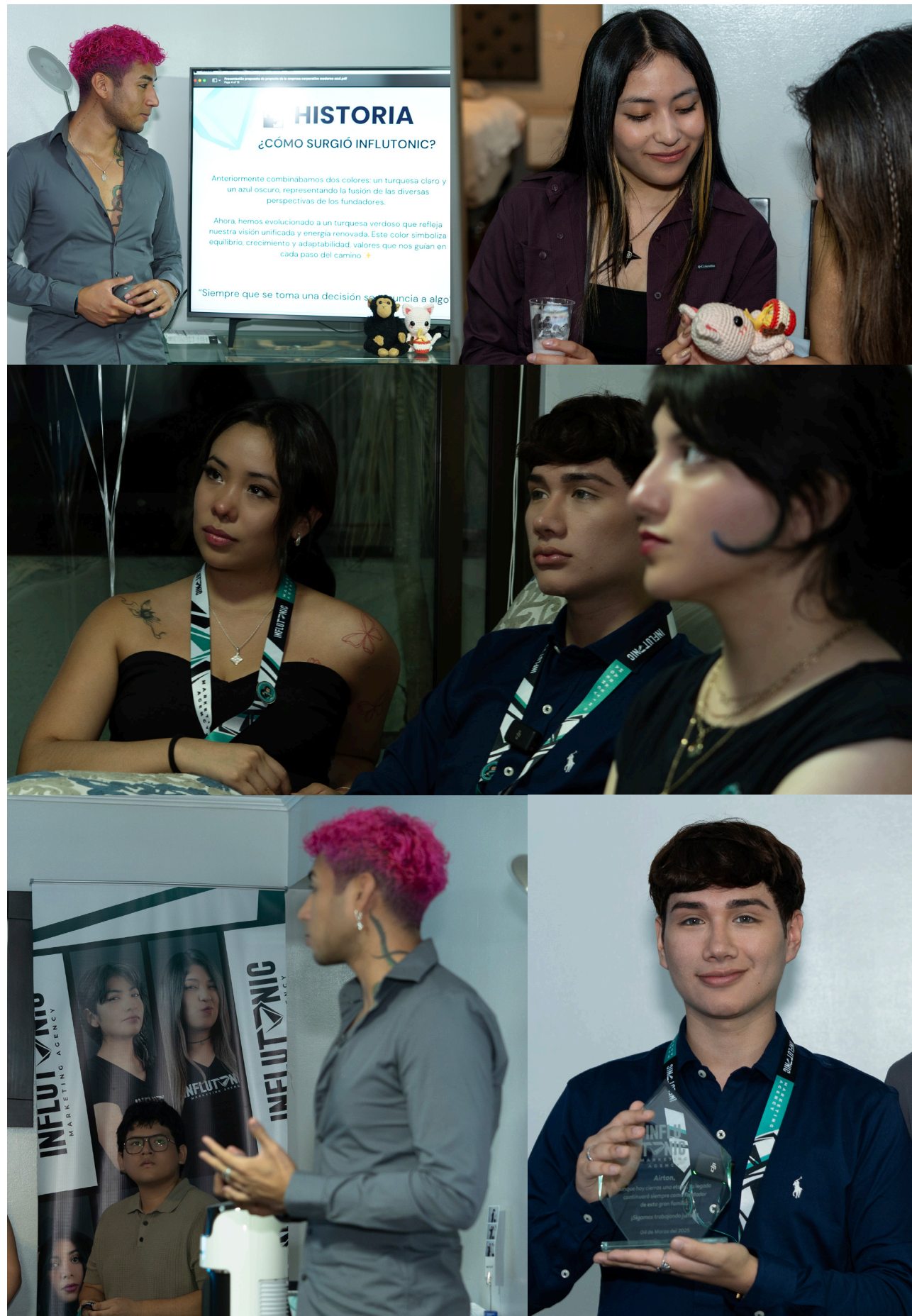
que una idea, talento y propósito pueden convertirse en una comunidad global unida por el gaming y el bien social.

¡Feliz primer aniversario! Que el siguiente año esté lleno de nuevas metas y, especialmente, más influencia con impacto.



Airton Morales y Bryan Pareja, fundadores de la agencia.





Staff de Influtonic Agency junto a las jugadoras de Influtonic Esports.



Ruth Elena  
Foundation



Porque juntos, **en el mundo digital  
y real**, somos más fuertes

Sé parte de esta  
**#FORTALEZAQUEINSPIRA**

Conoce más en nuestras redes sociales





# ¡VISITA PERÚ!

## TURNING INFLUENCE INTO IMPACT!

**INFLUTONIC**  
MARKETING AGENCY

Transformamos el mundo del streaming  
al unir marcas y creadores, potenciando el  
crecimiento con propósito,  
innovación y estrategia.

 Influtonic Agency

 @Influtonic.Agency

 [hello@influtonic.com](mailto:hello@influtonic.com)