



Universidad
Monteávila



Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO FINAL DE CARRERA:
**TODOS EN LA MISMA CANCHA: EVENTO DEPORTIVO PARA LA INTEGRACIÓN
DE LA COMUNIDAD TENÍSTICA EN CARACAS**

Autores

Arguinzones, Patrizia

Leal, Ana Paola

Mota, Nicole

Tutor

Baradat Rodriguez, Maria Eugenia

Caracas, junio de 2026

DERECHO DE AUTOR

Quien suscribe, en condición de autor/es del trabajo titulado **“TODOS EN LA MISMA CANCHA: EVENTO DEPORTIVO PARA LA INTEGRACIÓN DE LA COMUNIDAD TENÍSTICA EN CARACAS.”** declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo.

Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgar, publicar o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar nuestros intereses y derechos que nos corresponden como autores de la obra antes señalada.

La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a nuestra persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutoría o a cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autores:

Arguinzones, Patrizia CI. 28.169.814

Leal, Ana Paola CI. 30.707.552

Mota, Nicole CI. 30.774.761

The image shows three handwritten signatures in black ink. The first signature on the left is for Patrizia Arguinzones, the middle one is for Ana Paola Leal, and the third one on the right is for Nicole Mota. The signatures are stylized and cursive.

En la ciudad de Caracas, el 11 de Junio de 2026

OBJETIVOS DEL DESARROLLO SUSTENTABLE (ODS) AL CUAL SE ORIENTA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la Investigación	Directo	Indirecto
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	Promueve la actividad física y la convivencia social, contribuyendo al bienestar mental y físico a través de un evento saludable y recreativo.	X	

	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	El evento impulsa la participación de pequeñas y grandes marcas patrocinantes, generando oportunidades de promoción comercial.		X
	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	El torneo se desarrolla gracias a la colaboración de la comunidad deportiva, patrocinadores y empresas privadas demostrando el valor de las alianzas para alcanzar comunes objetivos.	X	

DEDICATORIA

En primer lugar, el grupo dedica este trabajo a cada una de sus familias, por su apoyo incondicional durante toda la carrera y, especialmente, durante los últimos meses, los cuales representan uno de los mayores retos en la vida de un estudiante próximo a graduarse. Gracias por acompañar cada desafío y por impulsar constantemente a seguir adelante con amor, dedicación y confianza, incluso en los momentos de mayor exigencia.

Mayemis Ruiz, Luis Leal, Cleyxis Zambrano, Giomaira Dignazio y Ramón Arguinzones; el pilar fundamental para hacer posible el cumplimiento de esta meta, el equipo les expresa su más profundo agradecimiento.

Por otro lado, el presente trabajo también se dedica a las productoras del evento, quienes, a través de su dedicación y compromiso, logran transformar una idea en un proyecto tangible que refleja los conocimientos adquiridos durante su formación académica. Juntas, superan los mayores obstáculos mediante el trabajo en equipo y el compromiso con la excelencia, demostrando que la colaboración y la constancia son elementos fundamentales para alcanzar los objetivos.

Finalmente, las estudiantes dedican este trabajo a la Universidad Monteávila, centro de estudio que, a través de sus docentes, impulsa el desarrollo de próximos profesionales comprometidos con la amabilidad y la excelencia. Los valores y conocimientos adquiridos trascienden los salones y acompañan el crecimiento de cada una de las integrantes de este proyecto. Sin duda alguna, su paso por la institución representa una de las etapas más importantes en sus vidas.

AGRADECIMIENTOS

Las estudiantes expresan su más sincero agradecimiento a todas las instituciones y personas que hicieron posible la realización del presente Proyecto Final de Carrera; familiares, amigos, profesores, marcas aliadas, autoridades del Club Táchira, cuya confianza contribuye al desarrollo exitoso de esta iniciativa.

Agradecen a cada uno de los docentes de la Universidad Monteávila que comparten sus conocimientos y se interesan por el bienestar del estudiante. Cada una de sus guías representa un aporte incomparable para la culminación de este proyecto. Gracias a Rodrigo Nuñez, Carlos Carmona, Michelle Rodriguez, Tomás Bello, Luis Lamberti, Lucía Galeno, Pausides Gonzalez, Isabella Cavalieri, Rafael Puncelles, Willmar Tarazona, Yoharlis Linares, Gabriel Sará, Rafael Lastra, Marianao Vallenilla y Yoselin Zapata.

De manera especial, extienden un profundo agradecimiento a la profesora Niur Bolivar, quien acompaña al equipo desde el inicio del proyecto hasta el último momento, brindando su paciencia, apoyo incondicional y siempre una sonrisa. Su apoyo constituye una pieza clave para la realización exitosa de este torneo.

Asimismo, manifiestan su gratitud a María Eugenia Baradat, por sus observaciones oportunas y la confianza depositada en el proyecto, impulsando al equipo a ser cada vez más exigentes y a mantener un alto estándar de compromiso y calidad.

También expresan su agradecimiento a sus amigas de la Universidad Monteavila, quienes comparten desde el primer semestre este camino de crecimiento convirtiéndose en una de las principales redes de apoyo dentro y fuera de los salones. El equipo les manda un abrazo con mucho cariño a Giralnette Cadiz, Oriana Suny, Isabela Velasquez, Andrea López y Sofia Figuera.

Para terminar, reconocen y agradecen a cada miembro de la comunidad del tenis del Club Táchira que hace suyo el proyecto con mucho cariño. En especial, a quienes, el día del torneo, ayudan espontáneamente en el secado de las canchas luego de la fuerte lluvia que se presenta antes de empezar los partidos. Asimismo, permanecen disfrutando del ambiente y brindan su apoyo en el evento. Ese gesto de comunidad representa el verdadero espíritu de “Todos En La Misma Cancha” e incentiva a las organizadoras a no perder el foco de un evento con un propósito tan humano y valioso.

ÍNDICE

DERECHO DE AUTOR.....	1
OBJETIVOS DEL DESARROLLO SUSTENTABLE (ODS) AL CUAL SE ORIENTA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN.....	8
Palabras clave:.....	9
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	9
NOCIONES TEÓRICAS.....	10
OBJETIVO GENERAL.....	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
PLAN DE ACCIÓN.....	14
PROYECTO.....	15
Cronograma:.....	15
PREPRODUCCIÓN.....	19
Público meta:.....	19
Datos del evento:.....	19
Comités de trabajo:.....	20
Participantes:.....	20
Modelo de carta de presentación para participantes:.....	20
Modelo de carta de agradecimiento para participantes:.....	21
Base de datos de participantes:.....	22
Patrocinios y proveedores:.....	23
Modelo de carta de presentación para patrocinantes:.....	23
Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes:.....	24
Base de datos de patrocinantes:.....	25
Logística y planificación:.....	31
Previo al evento:.....	31
Obsequios:.....	31
Decoración y anfitrión:.....	32
Identidad gráfica:.....	32
Presupuesto:.....	33
Comunicación y promoción:.....	34
Estrategia promocional:.....	34
Producción:.....	35
Postproducción:.....	36
Análisis de feedback:.....	36
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS.....	43

RESUMEN

El presente Proyecto final de carrera corresponde a la modalidad de producción de eventos y su objetivo es la conceptualización, planificación y ejecución de un torneo de tenis (categoría suma 10 mixto) con enfoque social en el Club Táchira en la ciudad de Caracas-Venezuela. El proyecto nace a partir de la identificación de una comunidad tenística activa, pero fragmentada entre clubes, con una interacción social limitada debido a la falta de espacios que refuercen el sentido de pertenencia colectivo.

El evento tiene como objetivo trascender la competencia tradicional y a su vez, integrar entretenimiento, interacción social, la construcción de una comunidad entre los participantes y experiencia de marca. En este contexto, crear comunidad implica generar un espacio donde los jugadores puedan intercambiar experiencias, fortalecer vínculos ya existentes, crear nuevas relaciones y desarrollar un sentido de pertenencia hacia su comunidad.

La metodología contempla las etapas de preproducción, producción y postproducción del evento, y determina aspectos importantes como la gestión de patrocinadores, la evaluación de resultados, la definición del público objetivo y la planificación logística. A su vez, se incorporan estrategias de comunicación Below The Line (BTL) y marketing experiencial orientadas a crear una conexión real entre las marcas aliadas y los asistentes mediante experiencias participativas que impulsan la interacción y el fortalecimiento de la comunidad generada alrededor del torneo.

Finalmente, se comprueba que los eventos deportivos de este tipo funcionan como plataformas efectivas para generar experiencias memorables, por consiguiente, fortalecer el sentido de comunidad para aportar un valor significativo tanto para las marcas aliadas como para los participantes. Como resultado, el proyecto logra consolidar 26 alianzas estratégicas, alcanzar el 100% de los cupos disponibles y desarrollar un evento que integra activaciones de marca, deporte, sorteos y música. Estos resultados evidencian la capacidad de generar una propuesta de valor que trascienda la competencia deportiva.

Palabras clave:

Eventos deportivos, comunidad, tenis, networking deportivo, producción de eventos.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto consiste en la planificación, desarrollo y ejecución de un evento deportivo que concentra a los jugadores y aficionados del tenis, con el objetivo de construir una comunidad activa, inclusiva y sólida. La propuesta busca crear un espacio de convivencia donde la pasión por el deporte constituye el punto de conexión entre personas de distintos niveles y edades, fomentando la competencia sana y fortaleciendo el vínculo dentro de la comunidad deportiva.

El evento se plantea desde una perspectiva multidisciplinaria, en la que el deporte se mezcla con el entretenimiento y la comunicación estratégica. De esta manera, se convierte en una experiencia integral que incluye activaciones de marcas aliadas, ambientación musical y espacios para el networking entre los deportistas y aficionados.

Al ser itinerante, el evento tiene el potencial de convertirse en una ruta deportiva que se desarrolla en diferentes lugares de la ciudad. Además, su característica replicable lo convierte en una propuesta sostenible en el tiempo.

El proyecto surge a partir de una motivación personal del grupo de promover espacios deportivos que no solo formen atletas, sino que también construyan comunidad. A través de este proyecto se expone cómo la comunicación tiene la capacidad de transformar y generar ambientes que conecten a las personas desde lo humano, lo deportivo y lo colectivo.

NOCIONES TEÓRICAS

La comunidad tenística caraqueña cuenta con aproximadamente más de 2.000 jugadores activos (según inscripciones de la segunda temporada de CTA 2025). Durante el año se celebran dos grandes torneos (CTA y Open League), los cuales permiten el intercambio deportivo segmentado por clubes, como resultado se evidencia la existencia de una amplia comunidad sin sentido de pertenencia común. El proyecto tiene como propósito romper esa barrera, generar sentido de pertenencia y conexión en una comunidad que se encuentra fragmentada actualmente. Además, busca impulsar valores de compañerismo al humanizar el deporte como espacio de encuentro, y no solo de competencia.

A diferencia de otros deportes como el *running* y el pádel, el tenis no cuenta con eventos masivos y de comunidad; por ejemplo, el 04 de mayo del anterior año el organizador “*La Perla Run Club*” realiza un evento con 8.971 asistentes, llamado *Coffee Run Party* Caracas, el cual combina ambiente social con actividad física ligera (5km). Asimismo, la 3era edición del Pádel Fest Venezuela (2024) ofrece un amplio programa gastronómico, musical y competencia deportiva que lo llevó “a consolidarse como la más relevante opción de diversión en la capital del país” (Redacción Tendencia, 2024). Por ende, la iniciativa busca llenar esa brecha en el tenis y servir como punto de encuentro accesible y agradable.

Desde un enfoque comunicacional, la propuesta busca consolidarse como una experiencia temática y coherente, en la que cada decisión —desde la selección del espacio hasta la narrativa visual y los mensajes clave— contribuya a construir un ambiente identitario compartido. **Todos en la misma cancha** no solo funciona como bandera comunicacional, sino como el principio que articula el propósito del proyecto: transformar el tenis en un espacio de encuentro social, accesible y significativo, donde los distintos actores de la comunidad puedan reconocerse, integrarse y participar activamente en la construcción de un sentido colectivo de pertenencia.

Torneo "Deja tu huella jugando pádel y pickleball" pro-fondos para la fundación Autismo Dejando Huella y el proyecto de residencia para adultos con autismo severo, evento que se realiza el 10 de junio del 2024. Demuestra como un evento deportivo puede funcionar como espacio de integración social. A su vez, comprueba que los eventos deportivos no solo sirven para competir, sino también como espacios de encuentro social y para construir comunidad. Tal como afirman Reyes, Vera, Vivas (2024) "Organizar eventos deportivos con objetivos sociales es una práctica cada vez más exitosa para concientizar sobre temas relevantes y recaudar fondos para causas sociales". En el caso del proyecto propuesto, busca fomentar la unión entre jugadores de distintos clubes y generar sentido de pertenencia grupal, con el propósito de fortalecer las relaciones sociales entre jugadores que comparten un mismo interés.

El impacto social de un evento deportivo mediano recurrente: El caso del Maratón de Valencia. Su realización tiene lugar el año 2021. Todos en la misma cancha, al igual que el maratón de Valencia, "puede contribuir a generar impactos socioculturales positivos relacionados con el sentimiento de pertenencia, identificación y orgullo de la comunidad" (Parra, Aguado, Alguacil. 2021). De hecho, la propuesta es crear un evento tenístico con proyección replicable en el tiempo; con el objetivo de fortalecer el sentido de pertenencia y comunidad entre los profesores, jugadores y aficionados.

Sport as a Catalyst for Social Justice and Inclusion: A Case Study of the Gaelic Athletic Association's Role in Community and Youth Development. Que se realiza en el año 2025. El medio para construir la comunidad es el vínculo con el tenis, ya que Brennan, Dolan, Regan y Alter (2025) mencionan que "el deporte puede ser una poderosa herramienta para la construcción de comunidad, el fomento de la inclusión, la lucha contra la intolerancia y el avance de la justicia social". Con el objetivo de humanizar la interacción deportiva y ofrecer beneficios que "van más allá de la salud física y abarcan el crecimiento psicológico, emocional y social" (Brennan, Dolan, Regan y Alter, 2025).

Análisis de las Estrategias de mercadeo Below The Line aplicadas por marcas de consumo masivo y la experiencia del fanático en el deporte. Caso: Liga Venezolana de Béisbol Profesional (LVBP) - Temporada 2024-2025 Estadio Universitario de la UCV. Su realización tiene lugar en mayo de 2025. Destaca la importancia de la vivencia del usuario y del marketing experiencial en la consolidación de comunidades deportivas. Este trabajo analiza cómo los eventos exitosos (mediante estrategias de mercadeo BTL) son capaces de generar vínculos humanos duraderos, más allá de la competencia. El fanático valora los espacios donde puede compartir su pasión con otros, más allá del resultado deportivo.

Análisis del modelo de negocio de “Belisario Academy”. Que se realiza en noviembre de 2022. Más allá de lo competitivo, el deporte requiere un desarrollo “psicológico, social y espiritual de los atletas” (Belisario, 2022). Existen múltiples academias en la ciudad que se enfocan en perfeccionar el rendimiento deportivo, entre ellas Belisario Academy. A su vez, son escasos los eventos deportivos que promueven la cultura y los valores humanos, aspecto que busca abordar el presente proyecto.

Construcción de canchas de pádel y su efecto en imagen corporativa de Alcaldía de Baruta. Su realización tiene lugar en enero de 2023. Aporta la importancia de contar con estrategias adecuadas en la gestión de eventos deportivos, reforzando la comunicación participativa, clara y alineada con los intereses de los posibles participantes. Para así evitar conflictos y percepción negativa del proyecto.

Contribuir con el programa de apoyo al plan de becas de la universidad Monteávila mediante la realización de un evento orientado a fomentar el deporte. Evento: 1era carrera UMA 6km. Que se realiza el 11 de marzo de 2014. La carrera, además de ser impulsada para brindar apoyo económico al plan de becas de la universidad, también “promueve la práctica sana del deporte” (Carrillo, Dias, Rodriguez y Cappellin, 2014). De la misma manera, el evento de tenis impulsa la participación sana desde los valores y la importancia de la convivencia en comunidad.

En conclusión, los mencionados trabajos demuestran la pertinencia de desarrollar un evento de tenis con enfoque comunicacional, que genera comunidad y sentido de pertenencia; en un contexto en el que existen una gran cantidad de jugadores y actividades limitadas que humanicen el deporte.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un evento deportivo de tenis que impulse el sentido de comunidad e integración en aficionados, entrenadores, academias y jugadores de distintos clubes de la capital.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Crear una identidad comunicacional atractiva y coherente para el evento “Todos en la misma cancha”, que promueva la integración y sentido de pertenencia.
2. Gestionar al menos 15 alianzas estratégicas con grandes empresas y emprendimientos que aportan recursos para aumentar el valor de la experiencia de los participantes y asistentes.
3. Planificar el evento, actividades, aliados, formato y recursos para su ejecución.
4. Implementar estrategias de comunicación interna y externa que fortalecen la participación de la comunidad tenística y visibilizan el evento.
5. Impulsar valores de respeto, bienestar y compañerismo a través de experiencias sociales y deportivas durante el evento.
6. Evaluar los resultados del evento con la finalidad de consolidar un modelo replicable en el tiempo.

PLAN DE ACCIÓN

El evento deportivo de tenis está orientado a fortalecer la comunidad tenística en Caracas y contempla el siguiente plan de acción:

Etapas 1: Diagnóstico

- Identificación de públicos clave.
- Entrevistas y análisis de perfiles de usuario para conocer necesidades, expectativas, motivaciones.

Etapas 2: Conceptualización del evento

- Revisión de antecedentes en reconocidas universidades de la capital, así como también estudios internacionales enfocados en eventos deportivos de comunidad.
- Diseño a profundidad del concepto de la mano del tutor/asesor: encuentro deportivo y social que promueva unión, inclusión y pertenencia. Humanizar el tenis.
- Construcción de mensajes clave y tono comunicacional del proyecto.

Etapas 3: Planificación

- Selección de canales de comunicación: redes sociales, clubes, medios aliados.
- Elaboración del plan de comunicación interno y externo. La primera consiste en la coordinación entre aliados, participantes y organizadores, la segunda en la promoción del evento hacia el público y jugadores.
- Búsqueda y selección de alianzas estratégicas con marcas y clubes deportivos.

Etapas 4: Producción y logística

- Elaboración del cronograma de actividades, planificación de las etapas de montaje, registro,desmontaje del evento.
- Búsqueda y selección del lugar del evento.
- Definición de fecha.
- Definición de recursos humanos y técnicos necesarios.

- Planificación de actividades durante el evento.
- Gestión de patrocinadores y materiales.
- Definición del tipo de entrada al evento, así como la página o metodología para el registro de participantes.
- Desarrollo de piezas gráficas, contenido audiovisual y mensajes promocionales.

Etapas 5: Ejecución

- Implementación del evento según el cronograma establecido.
- Supervisión del cumplimiento de las actividades previstas.
- Documentación audiovisual del evento.
- Aplicación de estrategias de comunicación en tiempo real durante el evento.

Etapas 6: Cierre y evaluación de resultados

- Encuestas para obtener *feedback* de los asistentes.
- Elaboración de conclusiones finales en el trabajo de grado con resultados, aprendizajes y propuestas de mejora para futuras ediciones.

PROYECTO

Cronograma:

FASE	ACTIVIDAD	FECHA
1	Identificación de públicos clave	1era semana de noviembre
1	Análisis de 3 perfiles de usuario	2da semana de noviembre
	Revisión de antecedentes en reconocidas	

2	universidades de la capital, así como también estudios internacionales enfocados en eventos deportivos de comunidad	2da semana de noviembre
2	Diseño a profundidad del concepto de la mano del tutor/asesor: encuentro deportivo y social que promueva unión, inclusión y pertenencia. Humanizar el tenis.	2da semana de noviembre
2	Construcción de mensajes clave y tono comunicacional del proyecto.	3era semana de noviembre
3	Selección de canales de comunicación: redes sociales, clubes, medios aliados. Elaboración del plan de comunicación interno y externo.	4ta semana de noviembre
3	Búsqueda y selección de alianzas estratégicas con marcas y clubes deportivos.	2da semana de enero

4	Búsqueda y selección del lugar del evento. Definición de fecha.	3era y 4ta semana de enero
4	Elaboración del cronograma de actividades. Definición de recursos humanos y técnicos necesarios.	1era semana de febrero
4	Planificación de actividades durante el evento	2da semana de febrero
4	Gestión de patrocinadores y materiales.	3era y 4ta semana de febrero
4	Definición del tipo de entrada al evento, así como la página o metodología para el registro de participantes.	1era semana de marzo
4	Desarrollo de piezas gráficas, contenido audiovisual y mensajes promocionales.	2da y 3era semana de marzo
	Tiempo estimado para solucionar imprevistos y	

-	nuevas alianzas. Publicación del flyer del evento, así como la utilización de todos los canales disponibles para su promoción.	De la 4ta semana de marzo a 4ta semana de mayo
5	Implementación del evento según el cronograma establecido. Supervisión del cumplimiento de las actividades previstas. Documentación audiovisual del evento. Aplicación de estrategias de comunicación en tiempo real durante el evento.	1era semana de junio
5	Encuestas para obtener feedback de los asistentes. Evaluación del alcance y asistencia al evento. Elaboración de	2da semana de junio

	conclusiones finales en el trabajo de grado	
--	--	--

PREPRODUCCIÓN

Público meta:

Este torneo se enfoca en jugadores de tenis en las edades comprendidas entre los 25 a 50 años, especializados entre las categorías 6ta, 5ta y 4ta de ambos géneros.

Datos del evento:

“Todos en la misma cancha” es un torneo de tenis suma 10 mixto, diseñado para promover la integración social dentro de la comunidad tenística de la ciudad de Caracas. A diferencia de los demás torneos, la propuesta contempla un formato reducido o *express* con la participación de seis parejas (12 jugadores) lo cual permite generar una experiencia cercana entre los asistentes. Lo anterior responde a la necesidad de priorizar la calidad sobre la masividad. Más allá de la competencia deportiva, el evento estima caracterizarse como una experiencia social, donde el tenis actúa como el punto de conexión para generar comunidad.

El torneo se lleva a cabo en dos canchas de tenis del Club Táchira, ubicado en Colinas de Bello Monte, Caracas-Venezuela, el jueves 04 de junio del año 2026. Aunque el inicio de los partidos se programa para las 5:00 p.m., la fuerte lluvia ocasiona un retraso en el desarrollo de la jornada, lo que requiere la implementación de ajustes operativos en la planificación del torneo.

El evento cuenta con 12 personas inscritas (seis mujeres y seis hombres), la participación es en parejas categoría suma 10 mixto.

Los participantes son divididos aleatoriamente (por medio de sorteo) en dos grupos para competir bajo el formato *Round Robin* (cada pareja se enfrenta a todas las demás de su mismo grupo). Una vez finalizada la fase de grupos (la clasificación a la siguiente fase se determina según la cantidad de partidos ganados), se llevan a cabo dos semifinales y la final durante la misma jornada.

En total, se disputan nueve partidos durante el torneo. Al finalizar la actividad, se define una pareja campeona (Paola De Miguel y Vicente Quijada) y una pareja subcampeona (Valentina Casasanta y Andrés Hernández); ambas reciben premios otorgados por los patrocinadores del evento.

Comités de trabajo:

Comité de finanzas: Ana Paola Leal

Comité de participantes: rol compartido entre los organizadores

Comite de identidad y comunicación: Nicole Mota

Comité de logística y protocolo: Patrizia Arguinzones

Participantes:

La selección de participantes se hace mediante una convocatoria dirigida a jugadores activos de la comunidad del tenis de Caracas-Venezuela. Una vez finaliza el torneo, cada jugador recibe un mensaje de agradecimiento acompañado de una encuesta para conocer su opinión sobre el evento.

Modelo de carta de presentación para participantes:

¿Te gustaría participar en una experiencia diferente dentro de la comunidad del tenis?

Te invitamos a formar parte de "Todos en la Misma Cancha", un torneo invitacional diseñado para reunir jugadores, compartir entre amigos, competir en un ambiente agradable y disfrutar de una jornada llena de sorpresas.

 **Jueves 4 de junio**

 **Club Táchira**

 **Inicio de partidos: 5:00 p.m.**

 **Modalidad: Suma 10 Mixto**

 **Inscripción: \$60 por pareja**

Tu inscripción incluye:

-  **Kit de bienvenida**
-  **Premios para campeones y subcampeones**
-  **Sorteos exclusivos para los jugadores participantes**
-  **Activaciones y experiencias con marcas aliadas**
-  **Música y ambiente social durante toda la jornada**

Además, todos los jugadores participarán en el sorteo de **2 pasajes ida y vuelta a Margarita**, cortesía de nuestros aliados.

Los cupos son limitados, por lo que te recomendamos confirmar tu participación lo antes posible.

Más que un torneo, queremos crear un espacio para compartir, conectar y disfrutar del tenis dentro y fuera de la cancha.

¡Te esperamos en Todos en la Misma Cancha!

Modelo de carta de agradecimiento para participantes:

 **¡Muchas gracias a todos!** 

Queremos agradecerles por haber sido parte de **"Todos en la Misma Cancha"**. Gracias por su entusiasmo, su buena energía y por hacer de este torneo una experiencia tan especial. Sin ustedes, este proyecto no habría sido posible.

Como parte del cierre de nuestro Proyecto Final de Carrera en la Universidad Monteávila, necesitamos recopilar la opinión de los participantes. Por eso, les agradeceríamos muchísimo si pudieran responder una breve encuesta sobre el evento. Sus respuestas serán utilizadas únicamente con fines académicos y nos ayudarán a elaborar las conclusiones de nuestra tesis.

 <https://forms.gle/TaQuz5Tc8q8Coq3B9>

Les tomará solo unos minutos y su opinión es muy importante para nosotras.

¡Gracias nuevamente por acompañarnos y por confiar en este proyecto!  

Base de datos de participantes:

Fecha	Jugador	Método de pago	Monto
13/05/26	Andrés Hernández	Pago móvil	BS.17.890
13/05/26	Valentina Casasanta	Pago móvil	BS. 17.890
15/05/26	Marco Salcedo	Pago móvil	BS. 18.043,56
18/05/26	Marco Pereira	Pago móvil	BS. 18.065,40
18/05/26	Mercedes Luque	Pago móvil	BS. 18.065,40
21/05/26	Rosana García	Pago móvil	BS. 18.281
21/05/26	Gema González	Pago móvil	BS. 18.281

22/05/26	Paola De Miguel	Pago móvil	BS. 18.300
31/05/26	Sandra Guzman	Pago móvil	BS. 19.204,1
31/05/26	Denny Hidalgo	Pago móvil	BS. 19.204,1
03/06/26	Luis Alberto Leal	Pago móvil	BS. 20.000
04/06/26	Vicente Quijada	Pago móvil	BS. 19.515,18

Patrocinios y proveedores:

Modelo de carta de presentación para patrocinantes:

Caracas, 2026

Estimado(a):

Reciba un cordial saludo.

Mi nombre es Ana Paola Leal y formo parte del equipo organizador de "Todos en la Misma Cancha", un torneo de tenis desarrollado como Proyecto Final de Carrera de estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

El evento tiene como objetivo promover la integración de la comunidad tenística a través de una experiencia que combina deporte, convivencia y activaciones de marca en un entorno diseñado para el disfrute de los participantes y asistentes.

El torneo se llevará a cabo en el Club Táchira y contará con la participación de aliados comerciales y miembros de la comunidad deportiva. Durante la jornada se desarrollarán actividades deportivas, premiaciones, sorteos y experiencias de marca que permitirán generar visibilidad y conexión directa con los asistentes.

Por este motivo, nos gustaría invitar a _____ a formar parte de esta iniciativa como aliado estratégico. La colaboración puede realizarse mediante aporte de productos, premios, activaciones, material promocional o apoyo económico, según lo que mejor se adapte a las posibilidades de la organización.

Como contraprestación, ofrecemos presencia de marca en las piezas promocionales del evento, inclusión del logotipo en materiales de difusión, menciones en las comunicaciones oficiales y oportunidades de interacción directa con los participantes.

Agradecemos de antemano su atención y quedamos a su disposición para ampliar cualquier información que considere necesaria.

Atentamente,

Ana Paola Leal

Patrizia Arguinzones

Nicole Mota

Equipo Organizador

"Todos en la Misma Cancha"

Proyecto Final de Carrera

Universidad Monteávila

Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes:

Estimado(a):

Reciba un cordial saludo.

Por medio de la presente, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por el apoyo brindado a "Todos en la Misma Cancha", torneo de tenis desarrollado como parte de nuestro Proyecto Final de Carrera de la Universidad Monteávila.

Su colaboración fue fundamental para la realización exitosa del evento y contribuyó significativamente a enriquecer la experiencia de los participantes y asistentes. Gracias a aliados como ustedes fue posible ofrecer una jornada caracterizada por la integración, la sana competencia y el fortalecimiento de la comunidad deportiva.

Valoramos profundamente la confianza depositada en nuestro proyecto y el compromiso demostrado durante el proceso de planificación y ejecución del torneo.

Como muestra de agradecimiento, les compartimos el siguiente enlace, donde podrán acceder al material audiovisual generado durante el evento, incluyendo fotografías y videos publicados el día del torneo a través de las redes sociales de la comunidad de tenis del Club Táchira, @tenistachiraoficial:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hHFvcDmUtEoFnaeB8krxQQTf6NfljnSV>

Esperamos que este material les permita apreciar el impacto de su participación y la visibilidad que su marca obtuvo durante la jornada.

En nombre de todo el equipo organizador, reiteramos nuestro agradecimiento y esperamos que esta experiencia haya representado una oportunidad positiva para fortalecer los vínculos entre su organización y la comunidad participante.

Atentamente,

Equipo Organizador

"Todos en la Misma Cancha"

Proyecto Final de Carrera Universidad Monteávila

Base de datos de patrocinantes:

TORNEO “TODOS EN LA MISMA CANCHA”			
#	PATROCINANTE	APOORTE	DETALLES
1	Fruts	12 Jugos	1 jugo para cada kit de bienvenida
2	Yolo	Stand de degustación y 70 productos	Degustación durante el torneo
3	Corporación Tropical Cotoperí	12 jugos de 500ml, 32 colados, 12 bolsas ecológicas verdes y 4 jugos de litro y medio	1 jugo de 500ml, 2 colados y 1 bolsa ecológica en cada kit de bienvenida 1 jugo de litro y medio y 2 colados en cada kit de campeón 1 jugo de litro y medio y 2 colados en cada kit de subcampeón
4	Banplus Banco universal	12 card holders, 12 bolígrafos, 12 libretas,	1 card holder, 1 bolígrafo y una libreta en cada kit de bienvenida

		stand de información	Stand de información de sus productos y servicios durante el torneo
5	Café San Antonio	25 paquetes de café pequeños	1 paquete de café en cada kit de bienvenida 3 paquetes de café en cada kit de campeón 3 paquetes de café en cada kit de subcampeón
6	Popcorner	4 paquetes de cotufas de sabores variados	1 paquete de cotufas en cada kit de campeón 1 paquete de cotufas en cada kit de subcampeón
7	Mosh	2 termos deportivos	1 termo en cada kit de campeón
8	Makeup Land	2 protectores solares en spray	1 protector solar en cada kit de campeón
9	Laser Airlines	2 pasajes ida y vuelta para Porlamar	Se sorteó entre los jugadores inscritos
10	Miravisión Óptica	2 lentes de sol	1 lente de sol en cada kit de campeón
11	Organic Munchies	12 productos	1 producto en cada kit

			de bienvenida
12	Embutidos Millennium	Stand de degustación	Degustación durante el torneo
13	Power Waffles	12 waffles de proteína	1 waffle de proteína en cada kit de bienvenida
14	Meku Sportswear	12 tarjetas de 10% de descuento	1 tarjeta de 10% de descuento en cada kit de bienvenida
15	Maizoritos	3 <i>tote bags</i> con un cereal y una toalla deportiva incluida	1 <i>tote bag</i> con cereal y toalla en cada kit de campeón 1 <i>tote bag</i> con cereal y toalla que se sorteó entre los asistentes
16	Monk Cookies	16 paquetes de galletas saludables	1 paquete de galletas en cada kit de bienvenida 1 paquete de galletas en cada kit de campeón 1 paquete de galletas en cada kit de subcampeón
			1 cesta de casabes pequeños en cada kit

17	Casabe Benatural	12 cestas de casabes pequeños y 6 bolsas de casabes grandes	de bienvenida 1 bolsa de casabes grande en cada kit de campeón 1 bolsa de casabes grande en cada kit de subcampeón 2 bolsas de casabes grandes que se sorteó entre los asistentes
18	Farma	12 VapoRub de 12 g, 20 Farma D, 20 Calcibon Supra, 20 magalex, 12 pulseras de la marca y 4 paños para limpiar lentes de la marca	1 VapoRub, 1 Farma D, 1 Calcibon Supra, 1 Magalex y 1 pulsera de la marca en cada kit de bienvenida 2 Farma D, 2 Calcibon Supra, 2 Magalex y 1 paño para limpiar lentes en cada kit de campeón 2 Farma D, 2 Calcibon Supra, 2 Magalex y 1 paño para limpiar lentes en cada kit de subcampeón

19	The Crunchy Bakery	Stand de venta de productos	Venta de dulces durante el torneo
20	Fiat Autosial	Aporte monetario	Aporte monetario destinado a las franelas personalizadas en cada kit de bienvenida
21	Ron Carúpano	2 botellas Carúpano 18 reserva limitada y 2 botellas Carúpano 21 reserva privada	1 botella Carúpano 18 años reserva limitada en cada kit de subcampeón 1 botella Carúpano 21 reserva privada en cada kit de campeón
22	Árnica FC	4 <i>roll on</i> de Árnica	1 <i>roll on</i> de Árnica en cada kit de subcampeón 1 <i>roll on</i> de Árnica en cada kit de campeón
23	Mi Inmueble	Aporte económico y stand de información sobre sus servicios + activación de marca	Aporte económico destinado a 2 trofeos de campeones y 2 medallas de subcampeones
			3 potes de pelotas fueron utilizados durante los partidos

24	Care Plus	7 potes de pelotas de tenis	1 pote de pelotas en cada kit de campeón pote de pelotas en cada kit de subcampeón
25	Solera	DJ	DJ durante el torneo

Logística y planificación:

Previo al evento:

- Recolección de productos, *giftcards* y premios de los patrocinantes
- Distribución de banderolas y stands
- Confirmación de jugadores y hora de inicio del torneo
- Realización de guión técnico con detalles de montaje y desmontaje por marca

Obsequios:

Se entrega a los participantes del torneo como kit de bienvenida:

- Una camisa de ejercicio personalizada
- 2 colados “Cotoperí”
- 1 jugo de 500ml “Cotoperí”
- 1 bolsa ecológica verde “Cotoperí”
- 1 bolígrafo “Banplus”
- 1 Cardholder “Banplus”
- 1 libreta “Banplus”
- 1 paquete de café “San Antonio”
- 1 producto “Organic Munchies”
- 1 waffle de proteína “Power Waffles”
- 1 paquete de galletas “Monk Cookies”

- 1 cesta de casabes pequeño “Benatural”
- 1 VapoRub “Farma”
- 1 pulsera “Farma”
- 1 Vitamina D “Farma”
- 1 Calcibon Supra “Farma”
- 1 Magalex “Farma”
- 1 jugo revitalizante “Fruts”
- 1 *Gift Card* “Meku Sportswear”

Decoración y anfitrión:

Se coloca un pendón con el nombre del torneo, así como todos los logos de las marcas patrocinadoras, de acuerdo a la identidad visual previamente establecida. El evento cuenta con microfonía y sonido para hacer anuncios durante el torneo, los sorteos, agradecimientos a los patrocinadores y comentarios del animador.

Elio Gutierrez es seleccionado como animador del torneo gracias a su gran capacidad de conectar con las personas, además, por su interés en la vida saludable y el deporte. Ya que también es reconocido por ser entrenador personal. Su participación tiene como objetivo agradecer cada cierto tiempo a todas las marcas patrocinantes, anunciar resultados de partidos, hacer llamados de jugadores a cancha, invitar a los asistentes a visitar los stands de las marcas, resultados de sorteos y más.

La decisión de incluir un animador responde a la estrategia de que el evento no fuera netamente competitivo, por el contrario, que impulse la participación del público tanto en los partidos como con las marcas presentes, y hacer del evento un gran encuentro social.

Certificados:

Gracias a Laser Airlines, es posible realizar un sorteo entre los jugadores del torneo de 2 pasajes ida y vuelta para Margarita (Porlamar), la ganadora es Gema Gonzalez (6ta categoría).

Identidad gráfica:

El concepto de “Todos En La Misma Cancha” o “Misma Cancha” simboliza igualdad de oportunidades en el deporte más allá de algo competitivo, en la que personas con diferentes categorías de juego, edad y hasta círculos sociales pueden compartir un mismo espacio. En cuanto a la identidad visual, el equipo opta por utilizar elementos representativos del deporte (raqueta y pelota de tenis) combinados con una tipografía clara (*Archivo Black*) y colores vibrantes.

A su vez, la pieza se desarrolla considerando la visibilidad de todas las marcas patrocinantes sin afectar la estética ni generar ruido visual. Así mismo, esto permite fortalecer la relación evento-patrocinante y cada día crear mayor interés en el torneo.



Presupuesto:

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Canchas Club Táchira	2	200	400
DJ	1	200	200
Camisas para jugadores	12	10	120
Trofeos	2	20	40
Medallas	2	10	20
Pelotas	7	10	70
Premios	12	60	720
Comida producción	3	15	45
Transporte producción	3	8	24
Uniforme <i>staff</i>	3	15	45
Gastos imprevistos	1	500	500
			TOTAL 2.184

Estos costos representan un estimado necesario para cubrir el evento, sin embargo, muchos elementos reflejados en la tabla son donados por parte de los patrocinadores para el torneo.

Comunicación y promoción:

Un mes antes (4 de mayo) se inicia la promoción del *flyer* oficial del torneo a través de la cuenta de *Instagram* @Tenistáchiraoficial (cuenta de la comunidad del tenis del club táchira) con la intención de llegar directamente a jugadores de tenis y aficionados del deporte activos en la actualidad. La cuenta del Club Táchira también hace *repost* a la historia para que el evento tenga mayor alcance.

Estrategia promocional:

Para promocionar el evento se mantiene la publicación del flyer 3 veces por semana en la cuenta de *Instagram* de la comunidad del tenis, así como también es difundido por diversos grupos de *WhatsApp* que reúnen jugadores de tenis activos en Caracas.

Producción:

GUIÓN TÉCNICO			
PROVEEDOR	DÍA	HORA	DESCRIPCIÓN
MONTAJE			
Mi Inmueble	Jueves 04 Junio	4:00 p.m.	Montaje de stand de información, dinámica para asistentes, premios para la dinámica, banderolas y pendones
Banplus	Jueves 04 Junio	4:00 p.m.	Montaje de stand de información
The Crunchy Bakery	Jueves 04 Junio	4:30 p.m.	Montaje de stand para venta de postres
Embutidos Millennium	Jueves 04 Junio	4:00 p.m.	Montaje de stand de degustación
Yolo	Jueves 04 Junio	4:30 p.m.	Montaje de stand de degustación
Solera	Jueves 04 Junio	3:30 p.m.	Montaje de sonido, DJ e instalación de toldo
Casabes Benatural	Jueves 04 Junio	4:30 p.m.	Montaje de stand de degustación y venta de producto
Monk Cookies	Jueves 04 Junio	4:00 p.m.	Montaje de stand de

			degustación
Maizoritos	Jueves 04 Junio	4:00 p.m.	Montaje de banderolas
DESMONTAJE			
Mi Inmueble	Jueves 04 Junio	9:00 p.m.	Desmontaje de stand de información, banderolas y pendones
Banplus	Jueves 04 Junio	8:00 p.m.	Desmontaje de stand de información
The Crunchy Bakery	Jueves 04 Junio	10:00 p.m.	Desmontaje de stand de venta de postres
Embutidos Millennium	Jueves 04 Junio	8:00 p.m.	Desmontaje de stand de degustación
Yolo	Jueves 04 Junio	8:00 p.m.	Desmontaje de stand de degustación
Solera	Viernes 05 Junio	10:00 a.m.	Desmontaje de sonido, DJ y desinstalación de toldo
Casabes Benatural	Jueves 04 Junio	9:00 p.m.	Desmontaje de stand de degustación y venta de producto
Monk Cookies	Jueves 04 Junio	9:00 p.m.	Desmontaje de stand de degustación
Maizoritos	Viernes 05 Junio	9:30 a.m.	Desmontaje de banderolas

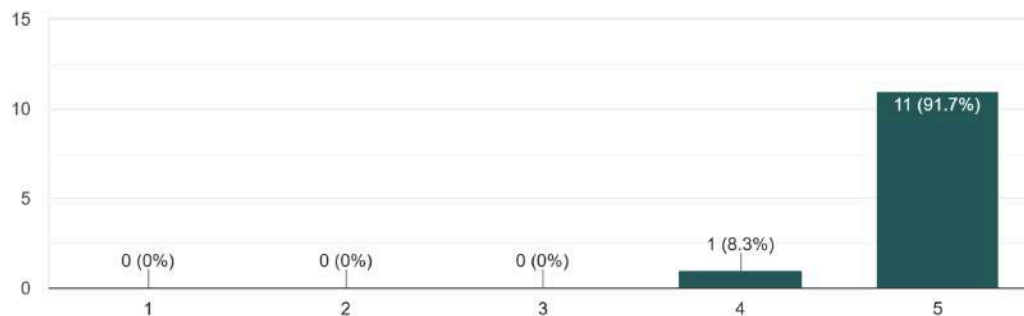
Postproducción:

Análisis de *feedback*:

Resultados y análisis de la encuesta de satisfacción dirigida a los jugadores del torneo:

¿Cómo calificarías la organización del evento?

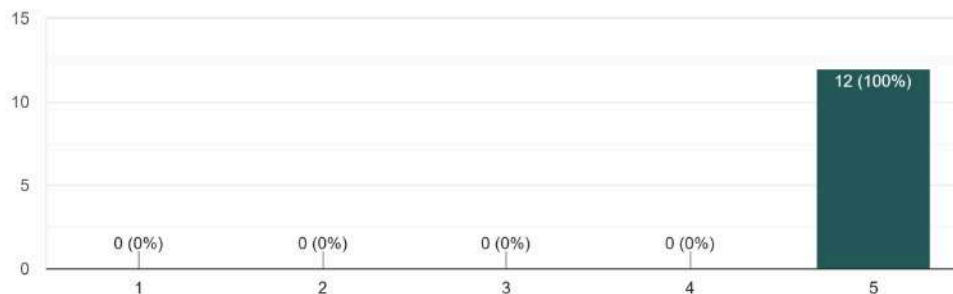
12 respuestas



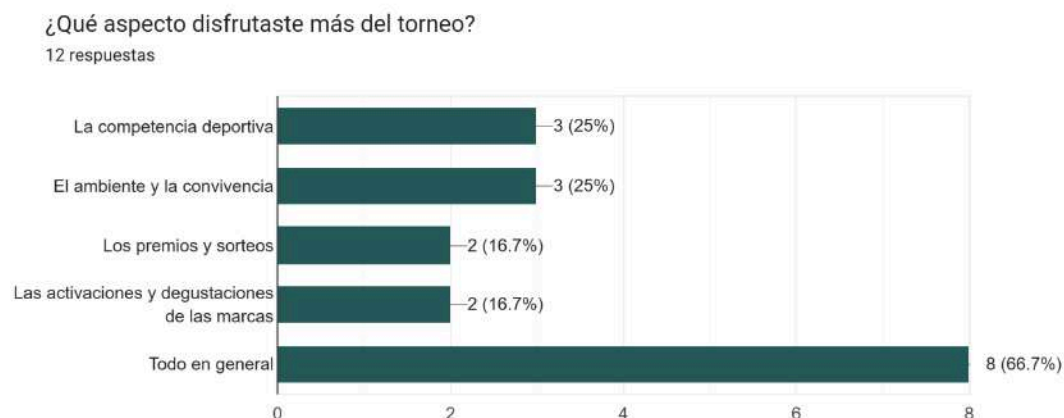
El gráfico evidencia que un 91,7% de los jugadores considera que la organización del evento es “cinco estrellas” y un 8,3% “cuatro estrellas”. Ningún participante selecciona una calificación menor, lo que refleja un alto nivel de satisfacción con la organización del torneo.

En términos generales, ¿cómo calificarías tu experiencia en el torneo?

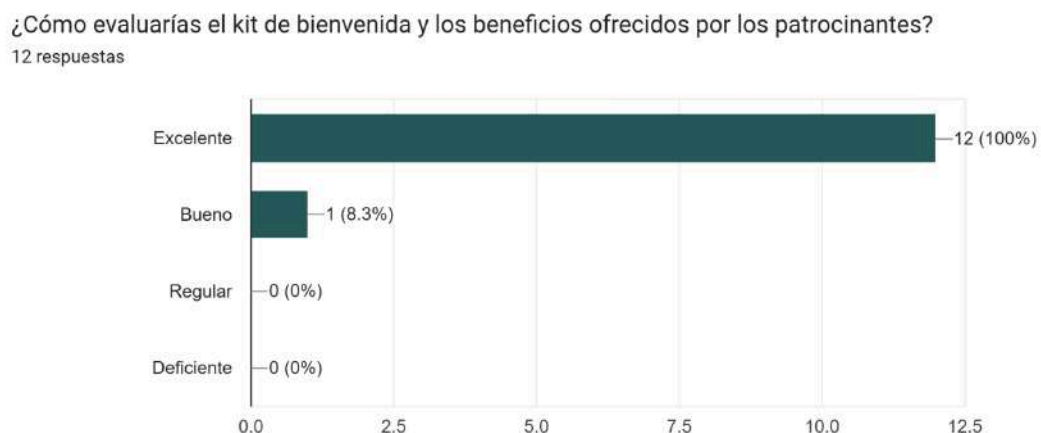
12 respuestas



En continuación de la pregunta anterior, los jugadores en su totalidad califican su experiencia, específicamente en el ámbito deportivo (torneo), con “5 estrellas”. Importante mencionar que, como se observa en el gráfico, es la mayor puntuación.



Con esta pregunta el equipo tiene la intención de conocer si el propósito del proyecto (trascender lo deportivo y lograr enfocarse en el ambiente y la convivencia) es cumplido. Los resultados confirman que sí, pues, si bien hay un 25% que se inclina por la competencia deportiva; también se refleja un 66,7% que selecciona todo en general, incluida la parte social.



Durante el evento, las organizadoras notan gran asombro por parte de los jugadores y los números de la encuesta lo confirman. Los productos de las marcas y la camisa de bienvenida cumplen al 100% con las expectativas de los participantes y todo gracias a las marcas patrocinadoras.

CONCLUSIONES

La realización de “Todos En La Misma Cancha” permite alcanzar los objetivos planteados desde el inicio del proyecto, y demuestran la viabilidad de generar un espacio de convivencia e integración para la comunidad tenística a través del deporte.

Los resultados obtenidos mediante una encuesta de satisfacción evidencian la percepción positiva de los jugadores, entre los comentarios recibidos destacan: “Increíble el torneo y lo mejor de todo fue el ambiente afuera. Soy el presidente de la comisión de tenis del club Táchira y hasta la fecha los socios piden que se haga una segunda edición. Era una actividad que hacía falta en el tenis.”, Excelente torneo.” y “Me gustó mucho”. Dichos testimonios demuestran que el torneo cumple con su propósito de ofrecer una experiencia que combine convivencia, construcción de comunidad y deporte.

El evento permite al grupo aplicar conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la universidad relacionados con la comunicación organizacional, identidad de marca, producción de eventos, relaciones públicas y la gestión de patrocinantes. Aprendido en materias como Mercadeo, Color, Producción de eventos, Marketing de servicios, entre otras.

En el aspecto práctico, la experiencia de la lluvia exige al grupo desarrollar la capacidad de adaptación ante situaciones imprevistas y solución de las mismas. Ya que mientras se espera que pare la lluvia las organizadoras se encargan de resguardar bajo techo a todas las personas y el personal presente, de movilizar todo stand o material que no se pueda mojar, activar las degustaciones de las marcas mientras las

personas esperan y la recolección de banderolas y pendones que son abatidos por la fuerte brisa. Posteriormente, el proceso de secado de cancha; en el cual participa en total 7 personas entre las dos canchas (organizadoras y asistentes que se ofrecen a colaborar)

Uno de los aspectos más importantes del torneo es la capacidad de mantener el interés y la participación de las personas aun cuando la lluvia retrasa el desarrollo de los juegos. Este resultado comprueba que la propuesta de valor no depende de la competencia deportiva, sino también de las experiencias ofrecidas durante el evento. Asimismo, el apoyo de 27 marcas aliadas fortalece la experiencia de los jugadores y asistentes, y consolida a “Todos En La Misma Cancha” como un espacio de construcción de comunidad, entretenimiento y como un espacio de integración.

A nivel personal y profesional, para el grupo este evento representa una de las experiencias más enriquecedoras de la carrera, en la que se presentan situaciones que nos permiten fortalecer el trabajo en equipo, las habilidades de liderazgo de cada una, la negociación y la resolución de problemas bajo situaciones desfavorables permitiendo trabajar bajo presión para alcanzar los objetivos propuestos.

Finalmente, “Todos En La Misma Cancha” es la evidencia de que un evento deportivo puede ser una plataforma para fortalecer comunidades, fomentar la interacción social y generar interés tanto para las marcas como para los participantes. El proyecto deja un precedente que sirve como base para futuros retos profesionales dentro del campo deportivo y la producción de eventos.

RECOMENDACIONES

Para una segunda edición del torneo se recomienda:

- No realizarlo durante temporada de lluvia.
- Contar con más categorías y, a su vez, posibilidad de más parejas inscritas.
- Que se realice un día de fin de semana para poder dar inicio desde la mañana.

- Establecer una temporada específica para realizarlo. Considerando que no estén activos CTA ni *Open League*.
- Involucrar más stands de marcas aliadas.
- Evaluar otro club con más espacio para los asistentes y espectadores.
- Evaluar otro club con canchas techadas para evitar retrasos por lluvia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Belisario, G. (2022). *Análisis del modelo de negocio de “Belisario Academy”*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://unimet.ent.sirsi.net/custom/web/tesis/1/HF5500B431.pdf>

Brennan, M; Dolan, P; Regan, C y Alter, T. (2025). *Sport as a Catalyst for Social Justice and Inclusion: A Case Study of the Gaelic Athletic Association’s Role in Community and Youth Development*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://www.mdpi.com/2673-995X/5/3/70>

Carrillo, C; Dias, J; Rodríguez, J y Cappellin, J. (2024). *Contribuir con el programa de apoyo al plan de becas de la universidad Monteávila mediante la realización de un evento orientado a fomentar el deporte. Evento: 1era carrera UMA 6km*. [Página web en línea]. Recuperado de: http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/bitstream/123456789/530/1/PFC43_2014.pdf

La cantidad de jugadores fue recuperado de la base de datos de CTA Competencia de Tenis Amateur (<https://ctatenis.com/cts/>).

Luma. (2025). *Coffee Run Party Caracas*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://luma.com/v34gx03b?locale=es>

Meza, R. (2025) *Análisis de las Estrategias de mercadeo Below The Line aplicadas por marcas de consumo masivo y la experiencia del fanático en el deporte. Caso: Liga Venezolana de Béisbol Profesional (LVBP) - Temporada 2024-2025 Estadio Universitario de la UCV*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://unimet.ent.sirsi.net/custom/web/tesis/1/HF5500M67.pdf>

Parra, D; Aguado, S y Alguacil, M. 2021. *El impacto social de un evento deportivo mediano recurrente: El caso del Maratón de Valencia*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://ccd.ucam.edu/index.php/revista/article/view/1576/841>

Redacción Tendencia. (2024). *Llega la 3era. edición del Pádel Fest Venezuela*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://www.tendenciainternacional.com/2024/09/17/llega-la-3era-edicion-del-padel-fest-venezuela/>

Reyes, C; Vera, V y Vivas, E. (2024) *Torneo "Deja tu huella jugando pádel y pickleball" pro-fondos para la fundación Autismo Dejando Huella y el proyecto de residencia para adultos con autismo severo*. [Página web en línea]. Recuperado de: http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/bitstream/123456789/1125/1/PFC34_2024.pdf

Uzcategui, E y Zavala, M. (2023). *Construcción de canchas de pádel y su efecto en imagen corporativa de Alcaldía de Baruta*. [Página web en línea]. Recuperado de: <https://saber.ucab.edu.ve/items/e56b6850-e719-4de2-827f-df6f85aa5cdd>

ANEXOS





TODOS EN LA MISMA CANCHA
TORNEO INVITACIONAL

JUEVES, 04 DE JUNIO
INICIO DE PARTIDOS 5:00PM
CLUB TÁCHIRA

Categoría
 • Mixto suma 10

Regístrate ahora!
 Los cupos son limitados, ¡asegura tu lugar hoy!
 Costo de inscripción: \$60 por pareja
 Tu inscripción incluye kit de bienvenida

INCREÍBLES PREMIOS
 PARA CAMPEONES Y SUB

SORTEO ESPECIAL SOLO ENTRE LOS JUGADORES
2 PASAJES IDA Y VUELTA A MARGARITA

Inscripción: 0424-1721660

FRUTS COTOPERI San Antonio M MASH LASER Airlines 85+ POWER WAFFLES
 YOLO Banplus POPCORNER Makeup Land MIRAVISION OPTICA meku Mifanum
 MI INMUEBLE MAZORITO CABA MONK COOKIES FIAT OM RON CARUPANO





