



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

PLANIFICACIÓN Y REALIZACIÓN DEL EVENTO CAMPUS ESPORTS LEAGUE PARA LA PROMOCIÓN Y CRECIMIENTO DE COMUNIDAD GAMER A NIVEL UNIVERSITARIO

Autores:

Luzardo Gómez, Jesús Andrés

Méndez Perales, Johandrix Valentina

Parra Colmenares, Rafael Francisco

Romero Cruz, Daniel David

Profesor Coordinador:

Tomás Arias

Caracas, 26/05/2026

Derecho de Autor

Quien suscribe, en condición de autor/es del trabajo titulado PLANIFICACIÓN Y REALIZACIÓN DEL EVENTO CAMPUS ESPORTS LEAGUE PARA LA PROMOCIÓN Y CRECIMIENTO DE COMUNIDAD GAMER A NIVEL UNIVERSITARIO 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.

Autor/es:

C.I: V- 30.245.912

C.I: V- 30.714.844

C.I: V- 30.773.710

C.I: V- 30.712.594

FIRMA DIGITAL DEL AUTOR O DE LOS AUTORES

Four digital signatures are displayed horizontally. From left to right: the first is a stylized signature with three loops; the second is a signature that appears to read 'phandrix' followed by a flourish; the third is a signature that appears to read 'D.R.L.'; and the fourth is a signature with a large, sweeping loop.

En la ciudad de Caracas, el 27 de mayo de 2026



PLANIFICACIÓN Y REALIZACIÓN DEL EVENTO CAMPUS ESPORTS LEAGUE PARA LA PROMOCIÓN Y CRECIMIENTO DE COMUNIDAD GAMER A NIVEL UNIVERSITARIO

Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la Investigación	Directo	Indirecto
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.			
	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.			
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	Los esports, aún si tienen un aspecto digital y contrario a la creencia popular, requieren que sus jugadores se mantengan en condiciones físicas óptimas para tener el rendimiento necesario para la competencia, por lo que el ejercicio forma parte de esto.		X
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.			
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.			
	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.			

	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.			
---	--	--	--	--

	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Al realizar proyectos como esta competición, se demuestra las muchas oportunidades laborales que los Esports ofrecen a distintas carreras. Debido a su constante crecimiento en el territorio nacional, eventos como estos promueven las grandes vacantes que existen.		X
	Construir infraestructura resistente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.			
	Reducir la desigualdad en y entre los países.			
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.			
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Los esports no solo se quedan en el apartado del evento. Se promueve también el consumo de contenido en redes sociales, consumo en establecimientos especializados y los propios eventos; por su novedad y atractivo, generan un beneficio en su producción sostenible.		X
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.			
	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.			
	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.			

	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.			
	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.			

Dedicatoria

Dedico este trabajo y cada logro alcanzado a mis padres, Tatiana Perales y Jhon Méndez, quienes me han acompañado en cada etapa y proceso que pasamos para llevar a cabo el evento. Agradezco cada palabra, acompañamiento y consejo que permitió convertir este proyecto en una propuesta de alto valor.

Dedico este trabajo y todos los logros asociados a este proyecto a mi familia, específicamente a mis padres Gilma Colmenares y Rafael Parra; junto a mi hermano Miguel Parra; quienes fueron mi compañía y en ocasiones unos guías para superar las dificultades presentadas en este proyecto. También lo dedico a todos los amigos que formaron parte del equipo y decidieron poner voluntariamente tiempo para ayudarnos, gracias a ellos se obtuvo el objetivo que buscamos con tanto esfuerzo.

Dedico este trabajo a mis padres, Danelly Cruz y David Romero, piezas fundamentales en el desarrollo como persona y como humano, a mi abuela Nitza y a mi abuelo Crispulo, que aunque físicamente no se encuentren conmigo están celebrando tanto como yo arriba en el cielo. Se lo dedico a aquellas personas que me han sacado una sonrisa y me levantan día a día para mostrar mi mejor versión.

Dedico este trabajo a mis padres Niurky Gómez, Jesús Luzardo y a mi hermano Santiago Luzardo. Mi familia siempre ha sido la base para mi crecimiento personal como ser humano, me han enseñado los valores que yo tengo como ciudadano y su guía me ha servido para convertirme en la persona que soy hoy en día.

Agradecimientos

Nuestro mayor agradecimiento es a todos aquellos que nos apoyaron durante la realización de este proyecto. Durante los 9 meses de realización numerosas personas nos ayudaron en distintas fases del proyecto, muchas de las cuales dejaron un espacio en sus agendas y planes para prestarnos su apoyo.

Principalmente el mayor agradecimiento es a Xtreme Esports Arena, quienes no solo nos permitieron realizar Campus Esports League sino que además nos aportaron conocimientos y consejos que permitieron que la campaña y la organización del evento fuera mucho más fluida y, sobretodo, preparada para las eventualidades inesperadas que un evento contiene. Además agradecer a todos sus trabajadores y técnicos, quienes se encargaron del mantenimiento y la resolución de problemas técnicos durante la realización de los torneos.

También agradecer enormemente a todos los miembros del equipo de protocolo y logística. Todos ellos amigos cercanos quienes voluntariamente aceptaron asistir y dar su apoyo durante la realización del evento; así como también quienes se encargaron de las redes sociales y la publicación y edición del contenido y a las animadoras del evento, quienes con su carisma y emoción generaron un verdadero ambiente de comunidad y diversión. Todos ellos forman parte del proyecto Campus Esports League, y por lo mismo merecen un enorme agradecimiento.

Agradecer a nuestro tutor Tomás Arias, quien con su guía constante, consejos y palabras de aliento permitió que el proyecto fluyera sin mayores inconvenientes y con el dinamismo que requiere. Así como también al profesor Daniel Magne, quien además de prestar su apoyo en calidad de asesor, también apoyo como “caster” durante la realización de los torneos.

.

Índice

Derecho de Autor	2
Dedicatoria	6
Agradecimientos	7
Índice	8
Resumen	9
Presentación del proyecto	10
Nociones Teóricas y Conceptuales	10
Objetivo General	17
Objetivos específicos	17
Justificación	18
Motivación	19
Solución	20
Plan de Acción	21
Proyecto	26
• Cronograma del Evento	26
• Preproducción	26
• Participantes	28
• Patrocinios	31
• Logística y planificación:	33
• Identidad Gráfica	35
• Presupuesto	36
• Comunicación y Promoción	37
• Producción	37
• Montaje	37
• Cuadro de horario de montaje	39
• Integrantes y Proveedores	41
• Desenvolvimiento del equipo y/o integrantes	42
• Guión y grilla horaria (Desarrollo del evento y Desmontaje)	43
• Postproducción	44
Conclusiones	50
Recomendaciones	54
Referencias Bibliográficas	60
Anexos	63

Resumen

El proyecto final de carrera Campus Esports League surge como una propuesta para unificar a las comunidades universitarias de Caracas a través de profesionalizar el gaming competitivo. El propósito que lo fundamenta es el legitimar los deportes electrónicos como una disciplina oficial universitaria que trascienda a lo académico y social, donde se fomenten las habilidades blandas tales como el liderazgo, la toma de decisiones bajo presión y el trabajo en equipo. Bajo una visión de integración juvenil y la excelencia digital, el proyecto busca llenar ese espacio abandonado en el ecosistema de esports universitario venezolano, en el cual se transforme el hábito de los videojuegos en una herramienta de crecimiento personal y con sentido de pertenencia.

La modalidad del proyecto consiste en un evento presencial de carácter recreativo y competitivo, programado para que su fase eliminatoria se realice entre el 25 y 26 de abril y la fase final el 9 de mayo del año 2026. El cronograma contempla torneos presenciales en dos categorías, individual y grupal, en títulos como Valorant, EA FC, Clash Royale y Street Fighter. Operativamente, el evento se llevará a cabo en las instalaciones de Xtreme Esports Arena, el cual está sustentado en un modelo de gestión que integra patrocinios estratégicos, marketing digital en un enfoque en redes sociales y logística profesional en torneos de estas categorías. En asistencia al evento se estima un impacto de más de 120 personas en presencial en el evento, consolidando una plataforma que valide el talento digital de los jóvenes venezolanos.

Palabras clave: Esports, universidad, comunidad, liderazgo, desarrollo, cultura, gamer.

Presentación del proyecto

El proyecto Final de Carrera (PFC) se centra en el diseño y ejecución de la Campus Esports League (CEL), un evento universitario de deportes electrónicos (esports) que se lleva a cabo en Caracas, Venezuela. El proyecto inicia como una respuesta estratégica a la creciente demanda y audiencia global de los deportes electrónicos, llegando a un alcance global de 640.8 millones de personas para el 2025 (Influencer Marketing Hub, 2024).

En el contexto local, existe un vacío institucional en la conformación de comunidades de esports que integren los valores competitivos con la formación académica. Por lo tanto, CEL se propone como una plataforma para profesionalizar el ecosistema de gaming universitario, transformando el uso recreativo de los videojuegos en una herramienta de desarrollo sostenible que fortalezca la disciplina, el análisis estratégico y la gestión del estrés.

Nociones Teóricas y Conceptuales

Para tener una mayor comprensión sobre los elementos que componen el proyecto de CEL, se deben dar definiciones e información sobre nociones que se involucran en el mundo de los esports y la actividad del videojuego competitivo.

Definición de Videojuego y “Gamer”

Según Juul (2010), el videojuego como acción es una actividad digital que se basa en reglas con un resultado favorable, variable y cuantificable donde se plantea un objetivo al usuario y se le proporcionan las herramientas para alcanzarlo.

Desde una perspectiva sociológica, el “gamer” es aquel sujeto que forma parte de una comunidad de prácticas, donde su aprendizaje y su identidad se han de construir a través de la interacción social en entornos digitales (Gee, 2007). El concepto

de la palabra “gamer” fue desarrollado originalmente por Etienne Wenger, el cual se aplica al mundo de los esports a nivel competitivo; y a un nivel social, se utiliza para identificar a aquellos que participen constantemente en la actividad del videojuego.

Definición de Esports

Los esports no son simplemente videojuegos; son la institucionalización de la competencia de jugar “online”. Hamari y Sjöblom (2017) los definen como una forma de deporte cuyos aspectos primarios del juego son facilitados por diversos sistemas electrónicos que van desde computadora, consolas y cualquier artefacto electrónico. La entrada de los jugadores, así como la salida del sistema, son medidas que se dividen en una interfaz entre lo humano y lo digital.

La transición hacia el término esports fue formalizada por la Associated Press en el año 2017 en su manual de estilo, argumentando que el término ha adquirido un uso tan común y una identidad tan robusta que ya no requiere el guión para denotar su naturaleza electrónica.

Historia de los Esports

El origen a nivel académico se remonta a 1972 con la “Intergalactic Spacewar Olympics” en la Universidad de Stanford. Sin embargo, la socióloga Taylor, Tarleton (2012) señala que el comienzo formal de los esports profesionales modernos comienzan a finales de los años 90 con el lanzamiento del videojuego StarCraft en Corea del Sur, donde el juego se convirtió en un espectáculo mediático televisado y creando la figura del “pro-player”, el cual se conoce como un jugador especialmente habilidoso o con numerosos logros en algún videojuego específico.

Géneros competitivos

En ese sentido, dentro del mundo de los videojuegos existen géneros particularmente compatibles con la competitividad de los Esports. Entre ellos están:

- **MOBA (Multiplayer Online Battle Arena):** Este género se basa en el trabajo de un equipo de entre 4 a 5 jugadores quienes deben destruir la base del enemigo. Según Ferrari, S. (2013) este género funciona como una evolución de la estrategia en tiempo real que enfatiza el control individual y la coordinación extrema con el resto de tu equipo.
- **Tactical Shooter:** Género de juegos que se concentran en el uso de armas y el trabajo en equipo para cumplir un objetivo, sea capturar un punto de control o plantar un explosivo en el territorio enemigo. Los juegos de disparos tácticos no dependen solo del reflejo mecánico que el jugador pueda tener, sino que también manejan una red de información compartida que permite al equipo dominar el entorno espacial y territorial (Giddings, 2009).
- **Fighting Games:** Este tipo de juegos se concentran en simular combates de artes marciales entre dos personajes. Cada uno de los personajes para elegir tiene un estilo y forma de juego distinta, por ello este tipo de juego representa la forma más pura de competencia 1v1. Según Harper (2014), estos juegos se centran principalmente en la lectura del oponente y la ejecución de comandos en tiempo de milisegundos para obtener ventaja.

Definición de juegos móviles (Mobile Esports)

La incursión de los juegos móviles en los esports es lo que Hjorth y Richardson (2020) denominan como “gaming ambiental”. La cualidad principal de los juegos basados en dispositivos móviles es su accesibilidad, ya que estos rompen la barrera socioeconómica que existe en el mundo de los videojuegos, como es el caso del hardware costoso. Debido a estas barreras económicas, los autores explican que el smartphone pasó a ser la consola de uso más constante en el último tiempo. Además

de que al estar en un dispositivo de fácil acceso, su capacidad para generar comunidad y competición se ve potenciada por un mayor número de jugadores.

Habilidades blandas y duras

Ramirez y Tavera (2021) explican que los videojuegos funcionan como una herramienta útil para la motivación y el aprendizaje, así como también en el desarrollo de distintas habilidades. Este tipo de habilidades se dividen en dos tipos diferenciados:

- Habilidades duras: Se refieren a la alfabetización digital y técnica necesaria para operar software y hardware especializado (Lankshear & Knobel, 2008).
- Habilidades blandas: Según Eseryel (2014), el juego competitivo de alto nivel desarrolla el pensamiento crítico, la resolución de problemas bajo presión y, fundamentalmente, la inteligencia emocional para gestionar la frustración en equipo.

El uso y práctica constante con los videojuegos, especialmente en su área competitiva, y sus distintos desafíos permiten que las personas generen este tipo de habilidades que son necesarias para la vida.

Historia de los videojuegos en Latinoamérica y Venezuela

En la región, el crecimiento de los esports ha sido orgánico pero acelerado. Arango y Carrillo (2020) destacan que Latinoamérica es una de las regiones con mayor crecimiento en audiencia debido a la penetración del internet móvil.

Sin embargo este crecimiento no es del todo reciente. Para definirlo de una mejor forma, se divide la historia de los videojuegos competitivos en la región por tres etapas fundamentales: la primera va desde el año 2000 al 2010, y estuvo marcada por los “Cyber Cafés” y comunidades locales que organizaban torneos locales de Counter Strike o de juegos de pelea; incluso se sabe popularmente que cada país de latinoamérica tiene uno de estos videojuegos como los más jugados.

La segunda etapa va ligada a la llegada de servidores locales de empresas como Riot Games y otras compañías similares. De acuerdo con Gómez (2024), la apertura de las oficinas administrativas en Santiago de Chile y Ciudad de México permitió la creación de una copa latinoamericana que institucionalizó este deporte en un nivel regional. Esto permitió que la conversación sobre los esports se pueda dar desde un enfoque profesional y que alcanzara a una mayor cantidad de personas de las que antes se podía..

Finalmente, la pandemia del año 2020 llevó al público mundial a conocer y consumir en mayor medida los esports. A partir de este punto histórico es que Latinoamérica dejó de ser considerada una zona emergente en los esports, para convertirse oficialmente en una potencia global, especialmente tras el desempeño de varios equipos regionales, así como de jugadores que alcanzaron la participación internacional. La innovación tecnológica constante y la entrada de clubes deportivos tradicionales han masificado esta disciplina hasta el punto en que se puede formar parte de un equipo oficial de esports que se comporta de la misma manera que un equipo de cualquier deporte profesional.

En el caso de Venezuela, el mundo de los esports ha crecido a un paso más lento que en otros países, pero sin quedarse atrás. Recientemente la aparición de eventos como la Venezuela Game Show (VGS) o ligas profesionales como la LGApplay han generado un gran interés por parte del público venezolano en la profesionalización de los videojuegos. Incluso se ha llegado hasta la legitimación académica; liderada por centros de innovación universitaria como la UCAB. Esta universidad en particular ha integrado los esports no solo como recreación, sino como un área de estudio en gestión deportiva y comunicación a nivel digital.

La Venezuela Game Show como referente de producción

La ya mencionada Venezuela Game Show (VGS) se define como el evento de mayor envergadura en la industria de los videojuegos del país. Según García (2023), la VGS no es solo una competencia, sino que también es una plataforma de convergencia

mediática que integra marcas de consumo masivo con comunidades digitales. La VGS es un modelo de factibilidad y capacidad operativa real, la cual demuestra que existe público interesado en eventos presenciales de gran escala asociados a los esports. Este evento involucra a toda la comunidad gamer venezolana y a las empresas privadas para lograr una cohesión que no existía anteriormente en el país.

El espectador de esports y el engagement digital

Durante la pandemia del año 2020 hubo un aumento significativo del público que consume contenido de esports a nivel mundial. A diferencia de otros deportes, los torneos de estas disciplinas digitales se pudieron mantener de forma online y no presencial. Con esto en mente, Hamari y Sjöblom (2017) señalan que el consumo de los esports no son pasivos; sino que estos se basan en la gratificación de necesidades cognitivas que van desde aprender estrategias y pasan por los sociales como interactuar con otros pares; similar a la conversación entre dos consumidores de deportes tradicionales, los espectadores de esports discuten, aprenden y crean estrategias. Este fenómeno a su vez, se potencia mediante el uso de plataformas digitales como las redes sociales y de streaming las cuales funcionan como principal canal de comunicación donde el contenido que se crea es un atractivo que permite a jugadores casuales enterarse de los eventos y actividades de la competencia digital.

Profesionalización del ecosistema

Pluss, Christian (2019) argumenta que los jugadores de esports han de ser considerados como “ciberatletas” debido a que las demandas cognitivas extremas llevan a tomar decisiones en milisegundos, atención dividida y coordinación óculo-manual. Para llegar a tener un nivel considerado profesional se requiere de constante práctica y aprendizaje, cada juego tiene un sistema y reglas distintas, además de que el factor humano de la competición agrega una mayor dificultad. Participar en el ecosistema de los esports requiere de disciplina, paciencia y motivación para continuar aprendiendo las distintas partes de lo que se necesita.

Éxito en Estados Unidos

Al ser uno de los primeros países en tener presencia de los esports en la historia, Estados Unidos se ha convertido en uno de los grandes competidores en el ecosistema así como el anfitrión de varios de los más grandes torneos.

De hecho, en los ámbitos universitarios de este país, los esports no son solo entretenimiento, sino un vehículo para el liderazgo y la obtención de becas de estudios, el cual se ha demostrado que los Esports pueden integrarse como una disciplina académica formal (National Association of College, s.f.). La gestión de un equipo de esports, el entendimiento de los conceptos más complejos de un torneo y el desarrollo de videojuegos que apunten a la competitividad son algunos temas que se encuentran aledaños al contexto académico superior.

Cultura en Corea del Sur

Internacionalmente se reconoce a Corea del Sur como el más grande exponente del ecosistema de esports y su alcance. A nivel cultural, la infraestructura propia de los esports ha logrado una cohesión social y un sentido de pertenencia comparable a los deportes tradicionales. El éxito de Corea no fue casualidad, sino el resultado de una estructura que integró tecnología, cultura y políticas públicas. Según Jin, D.Y. (2010), el país logró transformar los videojuegos de un simple pasatiempo a un motor económico y una identidad cultural mediante la profesionalización de los jugadores y la creación de una infraestructura sólida de estadios y ligas asiáticas. Al tener un éxito los esports, el gobierno coreano decidió apoyar la estructura con el organismo oficial de nombre KeSPA (Korea e-Sports Association) que regula todo el ecosistema coreano.

Objetivo General

Unificar a las comunidad universitaria de la ciudad de Caracas mediante la implementación de un torneo de Esports, con el fin de profesionalizar la pasión de los estudiantes y transformarlos en líderes digitales de un ecosistema que legitime el gaming competitivo como una disciplina que fomenta la identidad, el talento y la integración social.

Objetivos específicos

- Coordinar y ejecutar la logística del evento presencial de esports contando con el respaldo de patrocinadores y aliados estratégicos del sector.
- Establecer vínculos de colaboración con marcas comerciales e influencers de alto impacto dentro del ecosistema gamer venezolano para asegurar visibilidad y proyección.
- Impulsar la formación y participación del estudiantado en áreas de multidisciplinas que incluyen la comunicación, el diseño, la producción de eventos y el desempeño en el gaming competitivo.
- Fomentar el desarrollo de habilidades blandas en los participantes, tales como el trabajo en equipo, la toma de decisiones bajo presión y la gestión del estrés en base a competencias sanas.

Justificación

El mundo de los deportes digitales, desde su concepción a principios de los años 2000, tuvo una explosión de desarrollo en el último tiempo a nivel mundial. Competencias de gran renombre como la EVO de Estados Unidos basada en videojuegos de pelea, el campeonato mundial de League of Legends con grandes récords de audiencia y espectadores, entre otros; muestran que los esports dejaron de ser un hobby y se convirtieron en verdaderas disciplinas deportivas.

Sin embargo, en Latinoamérica la participación ha tomado más tiempo que en otras partes del mundo. Aunque esto no implica que no exista participación de la región en campeonatos a nivel internacional. “Los Esports en Latinoamérica no son algo nuevo, si bien en los últimos años se han vuelto cada vez más populares y una industria mucho más grande que hace unos años, son un fenómeno que se viene gestando en la región hace ya más de una década” (Uribe Zazzali, L. 2022).

Desde el año 2014 se han realizado torneos de gran magnitud en territorio latino, siendo la más popular en su momento la Copa Latinoamérica celebrada de la mano de Riot Games, creadores del juego League of Legends, en Colombia. Pero, no fue sino hasta un año después, en el 2015, que Chile logró posicionarse a un nivel internacional como competidor.

Y, aun así, existen casos donde personas individuales logran llegar a las grandes ligas por su cuenta y gracias a eso generan una comunidad en su propio país. Está el caso de la comunidad de juegos de pelea chilena, la cual tuvo su inicio oficialmente luego de que el jugador “KaneBlueriver” llegase por sus propios medios hasta el mayor torneo de esta comunidad a nivel mundial; el EVO.

Con todo esto, el caso de Venezuela es particular en relación al resto de países de Sudamérica. El inicio de los esports en el territorio nacional ocurre en el año 2020, de la

mano de Movistar Venezuela y la Copa Movistar Esport donde los juegos eran Fornite, que en ese momento tuvo su mayor pico de popularidad, y League of legends.

A partir de este punto, el crecimiento de este mundo en Venezuela se acelera enormemente. Eventos como la Venezuela Game Show, que inició en el año 2021, y su gran éxito demuestran que hay un gran interés por parte del público gamer venezolano en participar en competiciones de esports.

Incluso a nivel académico, Venezuela está desarrollando el tema de los videojuegos competitivos, teniendo como mayores ejemplos la “Arena Gamer” ubicada en la Universidad Católica Andres Bello y los equipos competitivos creados por estudiantes universitarios tanto en la Universidad Metropolitana como en la propia UCAB.

El público gamer venezolano, que crece constantemente con las nuevas generaciones, está realmente interesado en que exista una comunidad universitaria de esports, que les brinde un espacio oficial para el desarrollo de sus habilidades competitivas así como fomentar otras cualidades que provienen de los propios videojuegos.

Motivación

En este panorama nace Campus Esports League, como un proyecto que busca dar inicio a la comunidad de esports en la universidad monteávila y otras universidades de la capital. Para ello, se realizó una investigación de campo en forma de encuesta a estudiantes universitarios de Caracas.

En esta investigación se le preguntó a un total de 41 estudiantes cuestiones asociadas al proyecto de los cuales 40 de ellos están de acuerdo en que el mundo de los esports se extienda a más universidades nacionales (anexo 3); es decir, existe un gran interés por parte de los estudiantes de que todo lo relacionado a los esports a nivel universitario se promocióne y se haga en universidades del país.

El 65% de los encuestados están al tanto de que universidades como la UCAB ya están participando en el mundo de los esports con su arena gamer, y que otras universidades han creado equipos competitivos (Anexo 6). Poco a poco, el mundo de los esports está entrando en el conocimiento de los jóvenes estudiantes.

Incluso, la gran mayoría reconoce a la universidad como el lugar idóneo para la promoción de los esports, sus disciplinas y sus beneficios, entre un 43 y 46% (anexo 8). por lo cual el proyecto de CEL posee una buena base para poder realizarse y que se considere un éxito entre el público universitario.

Solución

Para lograr lo que se propone, el proyecto de CEL consiste en un evento de 4 torneos que recogen 4 disciplinas de esports distintas: Los juegos por equipo por medio de Valorant, los juegos de pelea por medio de Street Fighter, los juegos móviles por medio de clash royale y los juegos de deportes por medio de EA FC. Los participantes de cada disciplina son estudiantes universitarios que actualmente están cursando sus carreras y que envían comprobantes que verifiquen su estado como estudiante.

Durante el desarrollo surgieron casos de personas interesadas pero que se graduaron recientemente a lo cual se les permitió participar por lo cercano a nuestro público objetivo.

Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN PARA CONCRETAR EL EVENTO CAMPUS ESPORTS LEAGUE		
OBJETIVO	FECHA	RESPONSABLE
Establecer los roles y cargos de cada miembro del equipo	Noviembre 2025	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Investigar el ecosistema de los Esports y la producción de eventos similares	Noviembre 2025	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Definir el público objetivo a través de entrevistas	Noviembre 2025	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Realizar el anteproyecto para presentarlo a facultad	Noviembre 2025	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Buscar un tutor con experiencia en el mundo gaming y de los Esports	Noviembre 2025	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Desarrollar la identidad gráfica de la marca Campus Esports League	Noviembre 2025	Johandrix Méndez
Analizar posibles establecimientos donde se pueda dar la ejecución del proyecto	Enero 2026	Jesús Luzardo
Coordinar una reunión con el establecimiento que dio respuesta a la	Enero 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo

propuesta (Xtreme Esport Arena)		
Crear una estructura de costos	Enero 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez y Rafael Parra
Organizar las reuniones con Xtreme Esport Arena	Febrero, marzo, abril y mayo 2026	Jesús Luzardo
Iniciar con la cuenta de Instagram del evento y planificar, idear, diseñar los posts y manejar las grillas mensuales	Febrero, marzo, abril y mayo 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Contactar con Marcas con la finalidad de conseguir alianzas estratégicas	Febrero, marzo y abril 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Crear los formularios de inscripción de cada una de las disciplinas y verificar la información de cada uno de los jugadores	Febrero, marzo y abril 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Investigar información sobre el uso de anuncios en aplicaciones de la plataforma Meta	Marzo 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Configurar los anuncios y publicarlos para tener más alcance en la plataforma Instagram	Marzo 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Redactar los contratos para establecer reglas de juego y comportamiento de los participantes	Marzo 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez y Rafael Parra
Buscar al staff del evento (Hosts, camarógrafos y protocolo)	Marzo y abril 2026	Johandrix Méndez y Rafael Parra

Invitar influencers al evento y llevar a parte de su comunidad al mismo	Marzo y abril	Johandrix Méndez y Rafael Parra
Diseñar una estrategia de cobranding para impulsar el crecimiento del evento con marcas y diversas personalidades de la cultura gaming y esports	Marzo y abril 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Anunciar la fecha oficial del evento y de los días de eliminatorias	Abril 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Idear, diseñar y pegar el poster del evento en la universidad para llamar la atención de la población estudiantil local	Abril 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Elaborar el croquis del establecimiento para ubicar las zonas de juego y de las marcas	Abril 2026	Daniel Romero
Definir los premios de cada una de las disciplinas	Abril 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Contactar a los jugadores, brindarles la información del evento y verificar que firmaron los contratos	Abril 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Invitar a compañeros, amigos, conocidos y autoridades de la Universidad Monteávila	Abril y mayo 2026	Johandrix Méndez y Rafael Parra
Elaborar el guion del evento	Abril y mayo 2026	Daniel Romero y Rafael Parra

Hacer los grupos de WhatsApp con los jugadores y staff	Abril y mayo 2026	Johandrix Méndez y Jesús Luzardo
Hacer los sorteos y definir los brackets de cada una de las disciplinas	Abril 2026	Jesús Luzardo
Llevar a cabo los días de eliminatorias	Abril 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Conseguir material pop	Abril y mayo 2026	Johandrix Méndez y Rafael Parra
Enviar horarios e información del evento a los Casters	Mayo 2026	Rafael Parra
Montaje del evento	Mayo 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Ejecutar el evento	Mayo 2026	Daniel Romero, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Jesús Luzardo
Verificar el pago a los ganadores	Mayo 2026	Johandrix Méndez
Verificar el pago a los casters	Mayo 2026	Rafael Parra

En el Anexo 13 se encuentra el link de acceso a la tabla de excel para una revisión a profundidad.

Proyecto

- **Cronograma del Evento**

Se diseñó un cronograma mensual de la producción del evento, detallando las tareas más representativas con sus fechas de inicio y fin. La primera etapa se centró en la arquitectura del proyecto, desarrollo de la identidad conceptual y la identidad visual, además de definir los objetivos generales y establecer una hoja de ruta clara.

Siguiendo el desarrollo del evento, la segunda etapa se enfocó en la organización, comunicaciones, contacto con las marcas e influencers y la fase de convocatoria para los posibles participantes, permitiendo tener una base de datos de los jugadores interesados en los esports a un nivel universitario. En la última fase, se realizó el evento y sus 4 torneos, logrando obtener un feedback de los asistentes. Este proceso concluyó con el análisis de los datos obtenidos, los cuales se integraron al informe final que detalla el proyecto completo.

El anexo 6,7 y 8 detallan con porcentajes el evento en sus 3 fases, y en el anexo 14 se encuentra detallado el link del cronograma mes a mes, con todas sus tareas.

- **Preproducción**

En el proceso de preproducción del evento se detalló el público objetivo al que se iba a dirigir toda la campaña publicitaria. Este se estableció en 3 perfiles:

Perfil 1: Universitario Gamer

- Hombres
- 18 – 25 años
- Estudiantes de Universidad
- Residentes en el Distrito Capital o Estado Miranda
- Intereses: Mundo gaming, esports, comunidad, vida universitaria, consumo de contenido digital

Perfil 2: Universitaria Gamer y Creadora de contenido

- Mujeres
- 18-25 años
- Estudiantes de universidad
- Residentes en el Distrito Capital o Estado Miranda
- Intereses: Mundo gaming, influencers, creadoras de contenido, cosplayer, esports, comunidad, vida universitaria, consumo de contenido digital.

Perfil 3: Egresado / Joven Profesional

- Hombres y Mujeres
- 25-30 años
- Egresados de universidad
- Residentes en el Distrito Capital o Estado Miranda
- Intereses: Networking, tecnología, mundo gaming, influencers, esports, comunidad, vida universitaria, consumo de contenido digital

Ya que la mayor parte del público objetivo es universitario decidimos, en conjunto a Xtreme E-Sports Arena, establecer fechas que no interfirieran con los periodos de evaluaciones y parciales universitarios; garantizando tener la mayor cantidad de asistentes, tanto de jugadores como audiencia.

Al inicio se pautó como fecha el 2 de mayo, pero tras obtener las fechas de parciales en las diferentes universidades en Caracas se movió al 9 de mayo la gran final y las eliminatorias el 25 y 26 de abril, en las instalaciones de Xtreme Arena de Las Mercedes, Caracas, Venezuela

Desde la fase de arquitectura del proyecto, el equipo de Campus Esports League decidió dividirse en 2 grupos para obtener resultados más factibles y rápidos:

Grupo de comunicaciones, integrado por Jesús Luzardo y Johandrix Méndez, este grupo se consolidó ya que Luzardo tiene conocimientos en el manejo de redes sociales y Méndez es diseñadora gráfica realizando todas las piezas gráficas que necesita el proyecto, los resultados que dieron al proyecto son: la grilla mensual para redes sociales, los post de Instagram, el material pop del evento y el diseño de poster's para el evento, entre otros.

Grupo de logística , integrado por Rafael Parra y Daniel Romero, este grupo se consolidó ya que Parra conoce y sabe vender el proyecto a las posibles marcas patrocinantes y Romero tiene una gran cantidad de contactos que facilitaron el acceso con el mundo de los esports, los resultados que dieron al proyecto son: los patrocinantes del evento, las influencers invitadas y la alianza con Xtreme E-Sports Arena.

De igual manera todo el equipo se mantuvo en constante ayuda entre sí, lo que permitió tener un proceso más eficaz y logrando una buena distribución del proyecto.

- **Participantes**
- **Modelo de Carta de presentación para participantes**

Durante la fase de convocatoria, se diseñaron 4 modelos de carta de presentación para las diversas disciplinas del torneo. Esta segmentación garantizó una gestión de datos y comunicación asertiva con los participantes.

Las misivas detallaban los requerimientos y las normativas técnicas, asegurando que el participante tuviera pleno conocimiento de la estructura y las exigencias del evento.

En el anexo 1,2,3 y 4 se encuentran los links a las cartas con su información detallada.

- **Modelo de Carta agradecimiento de los participantes**

Se diseñó un modelo de carta para cada participante, con el objetivo de agradecer su compromiso y confianza en el evento. En la misma se expresa de manera detallada el propósito fundamental del proyecto y se resalta que fue logrado gracias a cada uno de ellos.

En el anexo 5 se encuentra el link de la carta con su información detallada.

- **Base de Datos (Posibles)**

Marca temporal	Dirección de correo	Nombre y Apellido	Cédula de Identidad	Universidad a la que pertenece
6/3/2026 12:18:	gsusluza2022@	Sebastián Ferná	33109748	Universidad Montevilla
6/3/2026 12:24:	djruco1007@ig	Diego Figueira	31.985.106	Montevilla
6/3/2026 14:00:	sebastian.cespe	Sebastian Vallej	30.821.108	Alejandro de Humboldt
6/3/2026 18:59:	mickey17moon(	Miguel Luna	30507902	UMA
6/3/2026 19:12:	angelojsclarano(	Angelo Scarano	30830309	Universidad Central de Venezuela
7/3/2026 12:35:	saulregardiz76(	saul regardiz	32500570	montevilla
7/3/2026 16:45:	fabianjreina@gr	Fabian Solorzan	30719509	Universidad Santa María
7/3/2026 17:48:	gustabosantane	Gustavo santani	31092325	Universidad monteavila
9/3/2026 21:43:	jabm1808@gme	José Bravo	30330474	Unearte
10/3/2026 13:31:	santikuzardo200	Santiago Luzard	32790651	Instituto Superior Mariano Moreno
13/3/2026 16:1:	kevinleal427@g	Kevin leal	32396962	Santa María
16/3/2026 13:0:	adrianriveros09(	Adrián Riveros	31661616	Universidad monte ávila
16/3/2026 21:12:	luigi2567@gmai	Javier Morales	29968243	Instituto Universitario de Tecnología de Administración Industrial (IUTA)
16/3/2026 22:3:	njcpusd@gmail	Nelson Contrera	32264468	UJMV
17/3/2026 19:2:	andresmgdf@gr	Andres Garces	30468035	Universidad Bicentenaria de Aragua Núcleo San Antonio de Los Altos
18/3/2026 13:0:	gomezdanielma	Daniel Gomez	29515059	Universidad Central de Venezuela (UCV)
18/3/2026 21:3:	diegoavillarreal	Diego villarreal	31814233	Santiago Mariño
19/3/2026 3:49:	jimefifa5@gmai	Daniel Jiménez	30750880	Universidad metropolitana
20/3/2026 22:2:	hermanbonillauc	Hernán Bonilla	32882175	Universidad Central de Venezuela
22/3/2026 14:4:	vallettams18@g	Santiago Vallett	33.432.023	Universidad Montevilla

Marca temporal	Dirección de correo	Nombre y Apellido	Cédula de Identidad	Universidad a la que perteneces
22/3/2026 20:21	naquilesolmos@	Nelson Olmos	28444696	Ucv
22/3/2026 20:31	pedroluisarizale	Pedro Arizaleta	32697515	monteavila
23/3/2026 15:41	figarella123@gr	Leonardo Figare	30.247.936	Ucab
24/3/2026 9:19	leandro.villegas:	Leandro Villegas	28307292	Escuela nacional de administración y hacienda pública (ENAH)
24/3/2026 9:31	jonasrenierferne	Jonás Fernández	29922023	Jesus obrero
24/3/2026 11:21	cnieves_2029ec	César Nieves	31707247	Universidad Monteavila
24/3/2026 12:11	israelivancontre	Ivan Contreras	28404581	Ucs Hugo Rafael Chávez frías
24/3/2026 13:21	nicolecrak2017	nicole caicedo	28443073	santa maria
24/3/2026 14:01	dannycasadiegc	Daniel Casadiegc	28309963	UCSAR
24/3/2026 15:11	rogerchacon38	Alexander Chaco	30102035	Universidad bicentenario de Aragua
24/3/2026 15:31	eduardoangelgil	Angel Guaramat	32105335	UNEXCA
24/3/2026 15:31	propplaylo8@gm	Javier Arteaga	26102242	Unexca
24/3/2026 15:51	gabrielalexande	Gabriel Ramírez	29922958	Algoritmics
24/3/2026 18:41	herediacesar00	Cesar Heredia	29776883	Santa maria
25/3/2026 16:21	sebgonzalez20	Sebastián Gonz	32534881	Universidad Monteavila
25/3/2026 16:21	fernandorios01	Fernando Rios	32.996.640	Universidad pedagógica experimental libertador
25/3/2026 17:31	jesusarjov08	Jesús Rojas	32648216	UNEXPO Vicerectorado: Luis Caballero Mejias
26/3/2026 8:53	jesubrito2004@	Jesús Rodríguez	30229939	Universidad metropolitana
26/3/2026 11:01	jtavera3004@gr	Jorge Tavera	34033606	UBA
27/3/2026 10:21	naomarjesus12	Naomar Narváez	31.952.170	universidad de Oriente (UDO)

● Base de Datos (Finales)

Nombre de Jugador	Correo Electrónico	Número de Teléfono	Universidad	Correo	contrato firmado
1. Javier Morales	luigi2567@gmail.com	0424-5715145	Instituto Universitario de Tecnología de Administración Industrial (IUTA)	Enviado	Firmado
2. Nelson Olmos	naquilesolmos@gmail.com	0414-0281731	Ucv	Enviado	Firmado
3. Leandro Villegas	leandro.villegas2004@gmail.com	0412-4255957	Escuela nacional de administración y hacienda pública (ENAH)	Enviado	Firmado
4. Jonás Fernández	jonasrenierfernandezloaiza@gmail.com	0412-3907064	Jesus obrero	Enviado	Firmado
5. Alexander Parra	alexanderparra921@gmail.com	0412-5536886	UMA	Enviado	Firmado
6. Daniel Casadiegc	dannycasadiegc@gmail.com	0414-2250290	UCSAR	Enviado	Firmado
7. Javier Arteaga	propplaylo8@gmail.com	0424-5674025	Unexca	Enviado	Firmado
8. Gabriel Ramírez	gabrielalexander1401@gmail.com	0412-9920309	gabrielalexander1401@gmail.com	Enviado	Firmado

Nombre de Jugador	Correo Electrónico	Número de Teléfono	Universidad	Correo	contrato firmado
1. Sebastián Fernández	sfernandez_2028d@alumni.uma.edu.ve	0424-2064325	Monteavila	Enviado	Firmado
2. Diego Figueira	djrucko1007@gmail.com	0414-2260535	Monteavila	Enviado	Firmado
3. Saul Regardiz	saulregardiz76@gmail.com	0414-3167935	monteavila	Enviado	Firmado
4. Gustavo Santana	gustavasantana2905@gmail.com	0424-3052166	monteavila	Enviado	Firmado
5. Kevin Ireal	kevinireal427@gmail.com	0412-9838563	Santa Maria	Enviado	Firmado
6. Adrián Riveros	adrianriveros0906@gmail.com	04140-9005223	Monteavila	Enviado	Firmado
7. Daniel Gomez	gomezdanielmartinez11@gmail.com	0414-8271680 0414-2693436	Universidad Central de Venezuela (UCV)	Enviado	Firmado
8. Daniel Jiménez	jimefifa5@gmail.com		Universidad metropolitana	Enviado	Firmado
9. Hernán Bonilla	hernanbonillaucv19@gmail.com	0424-1387647	Universidad Central de Venezuela	Enviado	Firmado
10. Santiago Valletta	vallettams18@gmail.com	0412-4182711	Universidad Monteavila	Enviado	Firmado
11. Pedro Arizaleta	pedroluisarizaleta@gmail.com	0412-0962815	monteavila	Enviado	Firmado
12. Leonardo Figarella	figarella123@gmail.com	0414-3333286	Ucab	Enviado	Firmado
13. Alexander Parra	alexanderparra921@gmail.com	412-5536886	UMA	Enviado	Firmado
14. Jorge Piña	jorgepinamejias@gmail.com	412-3716003	UMA	Enviado	Firmado
15. César Nieves	cnieves_2029ec@alumni.uma.edu.ve	0424-1204635	UMA	Enviado	Firmado
16. Sebastián González	Sebgonzalez2008@gmail.com	0424-2309907	UMA	Enviado	Firmado
17. Alexander Chaco	Alechanadrid13@gmail.com	19043383331	Universidad bicentenario de Aragua		
18. Andres Garces	andresmgd@gmail.com	0414-9265936	Universidad Bicentenario de Aragua Núcleo San Antonio de Los Años		
19. Jesús Rodríguez	jesubrito2004@gmail.com	0424-8556911	Universidad metropolitana		

Nombre de Jugador	Correo Electrónico	Número de Teléfono	Universidad	Correo	contrato firmado
1. Sebastian Vallejos	sebastian.cspedes09@gmail.com	0414-1192372	Alejandro de Humboldt	Enviado	Firmado
2. Miguel Luna	Mickey17moon@gmail.com	0412-6310371	Monteavila	Enviado	Firmado
3. Angelo Scarano	angelojsclarano@gmail.com	0412-7868313	Universidad Central de Venezuela	Enviado	Firmado
4. Fabian Solorzano	fabianjreina@gmail.com	0414-1285556	Universidad Santa María	Enviado	Firmado
6. Santiago Luzardo	santiluzardo2008@gmail.com	0424-1322548	Instituto Superior Mariano Moreno	Enviado	Firmado
7. Luis Daniel Suárez toro	luigpoked@gmail.com	0424-2669422	Universidad bolivariana de Venezuela	Enviado	Firmado
9. nicole caicedo	nicolecra2017@gmail.com	0412-7324464	santa maria	Enviado	Firmado
10. Cesar Heredia	herediacesar00@gmail.com	0414-3655237	Santa maria	Enviado	Firmado
11. Fernando Rios	fernandorios0106@gmail.com	0416-8041077	Universidad pedagógica experimental libertad	Enviado	FIRMADO
12. Jesús Rojas	jesusarojasv08@gmail.com	0424-1467727	UNEXPO Vicerectorado: Luis Caballero Mejías	Enviado	FIRMADO
13. Jorge Tavera	jtavera3004@gmail.com	0424-3808094	UBA	Enviado	Esperando
Diego Villareal	diegoanillareal335@gmail.com	0424-7504285	Santiago Mariño	Enviado	
José Bravo	jbravo1808@gmail.com	0428-3136885	Unesarte	Enviado	

Jugador Representante	Jugadores	Correo Electrónico	Número de Teléfono	Universidad
Wilker Ramirez	Johan Primera, Favió Taipe, Asdrubal Vera, Alejandro Santafe, Mario de Trizio	wilkerramirez2000@gmail.com	0414-2725301	Unexca
Santiago Luzardo	Santiago Luzardo, Sebastián remolina, Sebastián Bessil, Sophia Herrera y Diego Andrade	santiluzardo2008@gmail.com	0424-1322548	Santiago Luzardo: instituto superior Mariano moreno Sebastián remo
Ronald Fariás	Sammy Darauche, Salomón Darauche, Faady Morey, Ronald Fariás, Servando Fariás	ronar905@gmail.com	0412-9028415	UCV
Juan Medina	Juan Medina, Javier Pérez, Richard Mendoza, Yamali Acosta, David Bergolla	acostajuaneduardo@gmail.com	0412-2151453	Politecnico Santiago Mariño, Universidad Central de Venezuela, Instituto Un
Miguel Jimenez	Miguel Jimenez, Carlos Ovalles, Gabriel Ovalles	steammj2407@gmail.com	0412 019-6689	Universidad Nacional Experimental de la Gran Caracas (UNEXCA)
Cesar Machado	César Machado, Andrés Díaz, Axel Calzadilla, Jeremy Garcia, Rubén Estévez	Cesarmachadoc@gmail.com	0424-1301472	UCAB
Javier Colmenares	Fernando Castillon, Luis Freitas, Daniel Bernal, Samuel del Gallo, Javier Colmenares	javierelpapee@gmail.com	0414-2350073	UCV

Para poder participar en el evento el único requisito es que el participante se encuentre estudiando en la universidad actualmente o tenga poco tiempo de egresado, ya que la misión del proyecto es crear una comunidad “gamer” universitaria que desarrolle habilidades aplicables en la vida diaria.

El objetivo de los jugadores en cada disciplina es que mediante el desempeño que realicen en el evento, obtengan un desarrollo personal aplicable en diferentes ámbitos, y fomentar la interacción entre estudiantes de diferentes universidades con el fin de que creen un vínculo entre ellos.

- **Patrocinios**

Modelo de Carta de Patrocinio

Se diseñó un modelo de carta para los patrocinadores y alianzas potenciales identificados en la fase de reproducción. Se desarrolló con una estructura corporativa y concisa, orientada a explicar nuestro proyecto, su propuesta de valor y el impacto que proyecta.

Se detallaron las solicitudes que pedíamos a la empresa y le ofrecimos beneficios para la vinculación de la marca y el alcance que se tenía previsto. En base a este proceso se logró crear alianzas con múltiples marcas que vieron potencial en nuestro proyecto.

En el anexo 9 se encuentran el link de la carta con su información detallada.

- **Modelo de carta para agradecimiento de patrocinios**

Además se diseñó una carta modelo de agradecimientos dirigida a los patrocinadores y aliados que permitieron que el evento se llevara a cabo. Se estructuró con una base corporativa orientada a reconocer y agradecer la confianza depositada en el desarrollo del proyecto.

En dicha carta, se especificaron de manera detallada los objetivos alcanzados y el impacto que tuvo el evento tanto en la comunidad gamer como en la futura comunidad de esports universitarios.

En el anexo 10 se encuentra el link de la carta con su información detallada.

Marcas patrocinadores (posibles)

- Redragon
- Movilnet
- Diablitos
- Pepsico
- Oreo
- UProducts
- Arturo's
- Circuito Líder
- Cinex
- Hirai Manga

Marcas Patrocinantes Finales

- Calabozo Crillo - Activación de marca- Zona de entretenimiento
- Panadería y Pastelería Jhoandryx.c.a - Comida para el Staff, premio en metálico
- Comic con - Entradas para los ganadores
- La cabaña Geek - Descuentos y camisas para los dos equipos finalistas
- Avene - Alianza con Xtreme
- Club Social - Alianza con Xtreme
- Iselitas - Patrocinio de 2 cajas de sus productos
- Gametrend - Accesorios gamers
- Xtreme E-Sports Arena - Alianza del lugar del evento y pago de los casters
- Papelería Creativa - Premio en metálico

- **Logística y planificación:**

En términos de la logística del proyecto. El refrigerio se encuentra cubierto por los servicios de Panadería y pastelería Jhoandryx.c.a así como los productos otorgados por Iselitas.

Los premios que se entregarán a los ganadores de los torneos se conforman de los patrocinios de varias marcas conjuntas, los cuales se dividen a su vez por juego individual.

El modelo para gestionar los patrocinios se basó en intercambios estratégicos, con beneficios tanto para la marca patrocinante como para el equipo de Campus Esports League. Bajo esta premisa, el evento ofrecía a las marcas una alta visibilidad durante el evento y su preparación, tanto en redes sociales como en las pantallas de la arena en los días del evento

A cambio los aliados apoyaron al evento en las posibilidades que ellos decidían, algunas marcas apoyaron con productos y otras marcas apoyaron monetariamente al

evento, recursos que cubrieron servicios fundamentales permitiendo elevar el nivel de la premiación.

El ámbito logístico y el lugar del evento fueron cubiertos por el patrocinio y alianza de Xtreme E-Sports Arena, permitiendo reducir los costos del presupuesto. La alianza con Club Social y Avene por parte de Xtreme permitió que se pudiese pagar los honorarios a los casters/narradores el día de la gran final.

Panadería y Pastelería Jhoandryx.c.a y Papelería Creativa como patrocinadores permitieron la reducción del presupuesto en diferentes ámbitos como la comida y los premios. Mientras que los demás patrocinadores apoyaron con:

- La cabaña Geek: Camisetas con el diseño de los logos de los equipos, incluyendo un descuento del 30% al ganador en productos de su tienda.
- Xtreme Arena: Full day para el equipo ganador
- 250\$ en conjunto de patrocinios de las marcas
- Periféricos y artículos gamer por parte de Gametrend
- 10 entradas para la comic con (2 por miembro del equipo)

Los premios de EA FC fueron los siguientes:

- Descuento del 30% en productos de la Cabaña Geek
- Un Full day en Xtreme Arena
- Dos entradas a la comic con
- 1 camisa de fútbol a preferencia del ganador
- 50\$ en metálico por parte de las marcas patrocinantes
- Periféricos y artículos gamer por parte de Gametrend

Los premios para Clash Royale fueron:

- Descuento del 30% en productos de la Cabaña Geek
- Un Full day en Xtreme Arena
- Dos entradas a la comic con

- 50\$ en metálico por parte de las marcas patrocinantes
- Periféricos y artículos gamer por parte de Gametrend
- Una tarjeta de regalo de Google play o App store (dependiendo del ganador)

Los premios para Street fighter fueron:

- Descuento del 30% en productos de la Cabaña Geek
- Un Full day en Xtreme Arena
- Dos entradas a la comic con
- 50\$ en metálico por parte de las marcas patrocinantes
- Periféricos y artículos gamer por parte de Gametrend
- Set de 6 funkos de los personajes del juego

En términos del protocolo, decoraciones y equipo audiovisual estos aspectos corren por medio de la alianza con Xtreme Arena, además de las labores del equipo de Campus Esports League en estos apartados.

La entrada al evento en todos sus días es libre con aforo limitado, así como la inscripción a participar en los torneos. El programa del proyecto se especifica en el anexo 11.

En cuanto a los invitados, se les extendió la invitación a 4 influencers para que asistieran a cualquiera de los días del evento. Su rol era el de interactuar con las marcas, con el público y la entrega de los premios en caso de venir el día de la final. Por otro lado, la anfitriona del día de la final tuvo la tarea de dar inicio a los partidos respectivos de esa jornada así como animar a los asistentes y espectadores a interactuar con las marcas que se encuentren.

• **Identidad Gráfica**

La identidad gráfica se consolidó en la primera fase del proyecto, bajo la premisa de que una estructura sólida es clave para la credibilidad de cualquier evento. El equipo de Campus Esports League estructuró la identidad conceptual de la marca basándose en

otros eventos de Caracas como la VGS. Luego de definir la conceptualización y la personalidad de la marca se pasó al branding.

La paleta de colores seleccionada utiliza tonos vibrantes de naranjas y rojos, ya que a nivel psicológico tienden a asociarse con marcas deportivas. Dado que nuestro objetivo es legitimar los esports universitarios como una disciplina de alto rendimiento, estos colores refuerzan esa imagen de intensidad. Para equilibrar el rojo y el naranja se agregaron colores neutros como el marrón, negro y blanco, aportando seriedad y contraste.

El logotipo nace como una síntesis del nombre “Campus Esports League” y se abrevió como “CEL”. La construcción visual de las siglas juega con la geometría de un podio de ganadores. De igual manera se desarrolló un sistema de elementos gráficos inspirados en el ecosistema gamer que funcionan como soporte visual.

En el anexo 12 se encuentra el conjunto de piezas gráficas utilizadas en las redes sociales del evento.

- **Presupuesto**

	ESTIMADOS \$	CANTIDAD
VIDEOGRAFÍA Y FOTOGRAFÍA	250	1 día evento
PREMIOS	560	Premios de los 4 torneos
PROTOCOLO	120	1 día evento : 4 personas
PUBLICIDAD	100	2 mes
CASTERS	300	1 día
FLYERS Y AFICHES	50	flyers, stickers y afiches
CREDENCIALES	30	10 credenciales
COMIDA	100	
BRAZALETES	40	100 unidades
ANIMADORA	40	
	1.590	

El presupuesto estimado para realizar el evento de Campus Esports League era de \$1,590. Se logró cubrir el 100% de este monto gracias a los patrocinadores y alianzas estratégicas concretadas por el equipo.

- **Comunicación y Promoción**

La estrategia de Campus Esports League se centró en profesionalizar el ecosistema gamer universitario, estableciendo un espacio de encuentro para estudiantes interesados en los deportes electrónicos. El plan se enfocó en proyectar el torneo como un evento de alto rendimiento, cumpliendo con los estándares de calidad exigidos por cada uno de los aliados y los jugadores.

Para ello, se utilizó la identidad visual diseñada por el equipo para conectar con jugadores y espectadores, generando expectativa y apelando al sentido de competitividad. Gracias al despliegue en redes sociales y a la coherencia de las piezas gráficas, se logró transformar un evento de nicho en un punto de encuentro.

En relación al plan de medios, se ejecutaron diversas fases estratégicas en plataformas digitales para generar distintas emociones en la audiencia. El proceso inició con una etapa de intriga mediante piezas de expectativa, seguida de una fase de captación dirigida a los jugadores interesados, y finalizó con la fase de cierre para difundir los resultados del evento.

Mientras que la gestión en redes permitió el acercamiento inicial con el público, la jornada presencial del 9 de mayo funcionó como el escenario principal de activación. El respaldo de marcas garantiza una experiencia de nivel profesional que, además de cumplir con los objetivos logísticos, validó la capacidad de los estudiantes para liderar proyectos de gran escala.

● **Producción**

- **Montaje**

El evento se realizó en un total de 3 días, 2 de los cuales corresponden a las eliminatorias de los respectivos torneos. El día sábado 25 de abril, el equipo de CEL

llegó al establecimiento e inició con el montaje a las 11:00 am. La preparación de este día se enfocó en los juegos de consola: EA FC y Street Fighter. Una vez que los jugadores llegaron al lugar, se dió inicio al primer torneo (Street Fighter) a las 12:00 pm. Durante las partidas, las marcas presentes realizaron dinámicas preparadas con algunos de los asistentes. En este día, se determinaron los finalistas para los respectivos torneos y se culminó satisfactoriamente la primera fase.

El domingo 26 de abril, la preparación inició desde las 11:00 am, ya que se esperaba una mayor cantidad de jugadores, y se prepararon las computadoras para adaptarlas a las necesidades de los participantes y sus equipos. Debido a la cantidad de personas que se tenía estimado que asistieran, se determinó que mientras que los equipos terminaban de instalar sus periféricos se diera inicio al torneo de Clash Royale; que se realiza en dispositivos móviles, para agilizar la cantidad de personas y el movimiento dentro del establecimiento. Mientras tanto, el equipo de fotografía y de influencers realizaba contenido tanto con los espectadores como con aquellos jugadores que no estuvieran jugando en el momento. Al final del día se determinaron los finalistas de las disciplinas de Valorant y Clash Royale.

El montaje de la final del evento de Campus Esports League se realizó satisfactoriamente gracias a un cronograma detallado de las tareas que se debían realizar durante el día y toda la jornada del evento. Esto inició con la llegada del equipo del proyecto a las 10 am, y durante la primera hora de trabajo, los organizadores junto con Xtreme E-sports Arena, se encargaron de verificar los dispositivos y organizar los espacios para las marcas patrocinadoras. Esto fue fundamental ya que se descartaron posibles fallas en las computadoras, las consolas y de internet.

Desde las 10:30 am comenzó a llegar al establecimiento el personal de apoyo, el cual constaba de 9 personas adicionales, los fotógrafos, la community manager y las marcas patrocinantes para traer los premios correspondientes y su pendón, de acuerdo con el patrocinio conseguido. A las 10:40 llegaron los narradores del evento (casters) y la host. Se procedieron a realizar las pruebas de sonido correspondientes y, en

paralelo, la community manager comenzó su trabajo junto con los fotógrafos para documentar todo el proceso de preparación. En este lapso de tiempo se logró realizar una revisión final para confirmar que todo el equipo conociera su rol y tarea en el evento.

La apertura oficial del evento fue a las 11:00 am, permitiendo el acceso de todos los jugadores y espectadores del evento. El cronograma de las competencias inició a las 11:30 am, comenzando por la final de EA FC, mientras se preparaban los jugadores de Clash Royale para que dicho torneo comenzara a la 1:00 pm. Mientras se realizan las partidas, al mismo tiempo se encontraban en vivo los casters quienes realizaban comentarios y animaban a los espectadores; para que se mantuvieran atentos al evento y a los torneos. Al terminar cada disciplina la host mencionaba al ganador y se realizaba la entrega de su premio; también invitando a participar en las dinámicas de las marcas que se encontraban en el evento y mencionaba a los patrocinadores del mismo.

Durante la jornada del día las influencers llegaban al evento para realizar contenido digital del mismo y grabar videos junto con el equipo de la CEL para las promociones en redes sociales. A la 1:40 pm comenzó la preparación de los jugadores para el torneo de Street Fighter, que iniciaba a las 2:30 pm. Al ir finalizando este torneo, se preparaban los dos equipos finalistas de Valorant, para iniciar a las 4:00 pm siendo la disciplina más importante del evento. Al terminar todas las disciplinas, el equipo de la CEL dio unas palabras de agradecimiento por todo el apoyo que recibieron para hacerlo posible, dando finalización del evento a las 7:30 pm

- **Cuadro de horario de montaje**

Actividad	Hora de montaje
Llegada del staff	9:50 am
Prueba de internet y computadoras	10 am

Llegada del Protocolo	10:30 am
Llegada de los fotógrafos y community manager	10:30 am
Llegada de las marcas	10:40 am
Llegada de los casters y la host	10:40 am
Prueba de sonido	10:45 am
Apertura del evento	11 am
Torneo de EA Sports FC	12:00 pm
Preparación del torneo Clash Royale	12:30 pm
Entrega de Premio EA Sports FC	1:40 pm
Torneo de Clash Royale	2 pm
Activación de las marcas	2 pm
Preparación del torneo Street Fighter	2:20 pm
Entrega de Premio Clash Royale	2:40
Torneo de Street Fighter	2:45 pm
Videos con las influencers	2:50 pm
Palabras de agradecimiento	3 pm
Entrega de Premio Street Fighter	3:10 pm
Videos con las influencers	4 pm
Inicio de torneo de Valorant	4:30 pm
Torneo de Valorant	5:50
Entrega de Premio Valorant	6:40 pm
Cierre del evento	7:30

- **Integrantes y Proveedores**

Campus Esports League integró colaboradores y aliados al equipo organizador del evento para distribuir la carga de tareas y asegurar la ejecución exitosa del evento. El staff fue dirigido por Jesús Luzardo, Johandrix Méndez, Rafael Parra y Daniel Romero, quienes figuraban como organizadores principales y se encargaron de la dirección general, la toma de decisiones críticas, supervisar el cronograma y la gestión con los patrocinadores; además estando atentos de liderar y asignar tareas al equipo logístico y de apoyo.

El protocolo general del evento se encontró a cargo de Julián Suárez y Eduardo Arango, coordinadores del flujo de asistentes durante dicho día, recibir a los jugadores y de atender a los profesores evaluadores de la universidad; Suárez y Arango reforzaron el cumplimiento de las normas por parte de los asistentes y se encargaron de velar por el comportamiento adecuado de los presentes dentro del recinto.

El apartado audiovisual del evento estuvo bajo el mando de Cristian Rauseo y Paola Caballero, junto con el apoyo de Lorena Olavarría, Sophia Herrera y María Laura García, encargados de realizar la cobertura del mismo; ellos grabaron contenido del montaje, desarrollo y el desmontaje, material funcional para presentar los resultados del proyecto. Ambos equipos trabajaron junto con Sophia Apolinar, community manager del evento, encargada de publicar el contenido en las redes sociales el 9 de mayo. Todos ellos siendo apoyados por el grupo de influencers que nos estuvieron colaborando el día del evento, este consta de la directora de influencers Oriana Betancourt, creadora de contenido, Umi Chan y Envy como cosplayers invitadas, junto con Edymar y Claunyx influencers/Streamers. Adicionalmente el staff encargado invitó a la streamer venezolana Feirlygab como invitada sorpresa, la cual pudo asistir por una hora y habló un poco del mundo gamer en Venezuela.

Finalmente, la narración y el análisis técnico de los torneos se encontró a cargo de un equipo de casters profesionales con experiencia previa en proyectos de similar

naturaleza, integrado por: Mcnetick, Replicant, Sekaicrash, Daniesanchez, Álvaro Golcaster y El Puma. Estos trabajaron junto a Valerie Gamboa y Camila Ereira, hosts del evento y responsables de la conducción profesional, quienes actuaron como el hilo conductor entre la producción y el público.

Como proveedores para el evento se encontraron a distintas marcas comerciales, teniendo una mención especial a Xtreme E-sports Arena quienes proporcionaron la infraestructura del evento y la tecnología del lugar, adicionalmente, durante la jornada, su equipo logístico brindó soporte técnico directo, supervisando el funcionamiento de los ordenadores para garantizar una experiencia óptima al jugador.. Por otro lado, las marcas se integraron al evento realizando dinámicas y activaciones de marca que ayudan al entretenimiento de la jornada .

- **Desenvolvimiento del equipo y/o integrantes**

El desarrollo del evento requiere de la colaboración constante entre todos los miembros del equipo. Esta colaboración permitió que el evento se desarrollara sin muchas dificultades. Durante la ejecución de la jornada, todos los participantes desempeñan sus roles de forma destacada y colaborativa, facilitando la completación del objetivo planteado por el comité del evento.

El éxito del evento no solo es muestra de la efectividad y cumplimiento del cronograma, sino que también es testimonio del esfuerzo y compromiso de sus organizadores, quienes trabajaron mes a mes para dar un buen resultado al proyecto, permitiendo dar una experiencia de calidad a los competidores y espectadores.

- **Guión y grilla horaria (Desarrollo del evento y Desmontaje)**

En el anexo 15 se encuentra el link de acceso para conocer el cronograma del evento y en el anexo 16 se encuentra el link del guión realizado para la host en la gran final.

El desmontaje del evento inició una vez culminada la agenda del día, aproximadamente entre las 7:40 y 8: 00 pm, y cuando los asistentes desalojaron el recinto. El staff del proyecto procedió a acompañar a la salida a todo el talento que animó durante el día, estos constaban de los casters y la host. Asimismo, se otorgó un pequeño obsequio a las influencers que contribuyeron con la cobertura y el posicionamiento del evento en redes sociales. El equipo también extendió su gratitud a las marcas aliadas por su colaboración y por la confianza depositada en el proyecto.

Aproximadamente a las 8:10, se inició un encuentro con el equipo logístico de Xtreme para evaluar el desempeño del evento durante la jornada, se revisaron las fallas y los éxitos durante el día; se analizaron los aciertos y las fallas con el fin de determinar la factibilidad del evento y ajustar detalles para futuras ediciones. A la par, se discutieron las métricas de asistencia y el cumplimiento de los acuerdos establecidos al inicio de la alianza. Posteriormente, se procedió con la fase de limpieza para retirar los materiales y desechos restantes en el área.

Finalmente, el 11 de mayo se llevó a cabo la jornada para el retiro de material restante y entrega definitiva del espacio. Durante el día se gestionaron los compromisos que estaban pendientes, incluyendo el pago de honorarios al talento y los agradecimientos formales a los colaboradores. Esta última etapa garantiza las responsabilidades logísticas que prometió el staff al equipo Xtreme E-sports arena.

● Postproducción

- Resultados de la Encuesta

A través de una encuesta realizada posterior al día de la gran final se determinaron ciertos aspectos importantes de cara a la evaluación general del evento y su futuro. En total, la encuesta fue respondida por 25 personas que asistieron a los días del evento; las cuales se encuentran en un rango de edad de entre los 18 y 25 años, todos estudiantes universitarios, como aparece ilustrado en el anexo 16

Como aspecto de mayor importancia y a través de un sistema de estrellas, se les preguntó a los encuestados sobre su apreciación del evento y su experiencia durante el mismo. De entre sus respuestas vistas en el anexo 17, un 92% de los encuestados respondieron con una valoración de 5 estrellas en cuanto a su experiencia durante el evento. De esto se puede determinar, que los esfuerzos realizados en torno a la organización del evento y sus actividades fueron satisfactorias para una mayoría de los asistentes. Además, según los resultados del anexo 18, los aspectos que mejor se determinaron durante el evento se dividen en distintos rubros. Particularmente, la organización, las disciplinas de los torneos celebrados y las propias áreas del establecimiento, Xtreme Esports Arena, fueron los más votados por los encuestados como aspectos destacables de la jornada.

En los siguientes apartados se miden aspectos como la expectativa de aquellos que no conocen las dinámicas de un torneo de esports, de los cuales según el anexo 19 se determinó que fueron cumplidas en su casi totalidad. También, se preguntó si los encuestados volverían a participar en un evento de esta índole, sea en calidad de jugador o de espectador.

Esta pregunta tuvo una respuesta mayoritariamente afirmativa de parte de los encuestados, un 96% según el anexo 20, lo cual significa que existe un interés de parte

del público objetivo de regresar en una futura edición de Campus Esports League o de participar en eventos similares.

En el siguiente apartado, se realizaron preguntas enfocadas en posibles futuras ediciones y qué aspectos podrían mejorar o cambiar de cara al público. En el anexo 21, se determinó a través del sistema de votación por estrellas que un 88% de los encuestados tienen una disposición positiva de participar nuevamente en una futura edición de Campus Esports League. En relación a esto, se realizó una pequeña lista de otras posibles disciplinas, y por consiguiente públicos, que podrían protagonizar una edición futura. Entre las respuestas recogidas en el anexo 22, se encontró un interés mayoritario en videojuegos como League of Legends con un 24%, Super Smash Bros Ultimate con un 20% y Mario Kart con 16%; entre otros con apoyos moderados.

Finalmente, para concluir los resultados pertenecientes al evento en sí, se encuentran preguntas relacionadas a un aspecto discutido durante el desarrollo del proyecto Campus Esports League entre sus organizadores. Este tema pertenece a la idea de colocar una cuota monetaria para la entrada y también para la participación al evento. Esto, ya que durante esta primera edición se decidió por parte del equipo que no se colocaría una cuota de entrada o de participación.

Sin embargo, de esta pregunta las respuestas que se obtuvieron en el anexo 23, surge que un 40% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a pagar una cuota de inscripción a torneo, con un 60% respondiendo de forma ambigua. Esto se debe a que este tipo de eventos nacientes suelen tener un rango de confianza que debe construirse de cara al público, para que de esta forma la noción de pagar por participar se vea como una actividad que valga el dinero invertido.

Siguiendo en este apartado, se preguntó sobre el rango de costos que sería el más cómodo para cobrar. Según lo obtenido en el anexo 24, las respuestas se dividen entre los precios de 5\$, 10\$ y 15\$; cada uno teniendo un porcentaje de elección de 48%, 36% y 16% respectivamente. Esto implica que, de existir una cuota de inscripción, esta debería encontrarse entre los 5 y los 10\$ para de este modo atraer a los participantes y

además de tener un beneficio económico que puede usarse en favor de aspectos de la organización logística del evento.

En este sentido, se preguntó sobre el incentivo que el público estaría dispuesto a recibir para asistir a una edición donde la entrada sea a partir de una cuota monetaria, concluyendo según el anexo 25, que un “kit” de entrada para el jugador participante sería un gran incentivo para participar, con un 44% de interés por parte de los encuestados. Mientras que otro tipo de incentivo sería un premio en metálico mayor con un 28%.

Ahora bien, entrando en el apartado de la percepción de los esports por parte del público y los jugadores participantes. En este, se busca conocer las ideas que los encuestados desarrollaron tras el evento en relación al mundo de los esports y su posible unión con el universitario. En particular, la relación entre los videojuegos competitivos y su ambiente profesional en un territorio como Venezuela, donde según el anexo 26, un 56% se encuentra de acuerdo con que los videojuegos puedan ser considerados una carrera deportiva profesional.

En otros aspectos, según el anexo 27 un 100% de los encuestados están de acuerdo con la idea de que los eventos que incluyen actividades de videojuegos competitivos permiten el desarrollo de habilidades tecnológicas e incluso del trabajo en equipo. Dependiendo que tipo de videojuego competitivo se esté hablando, las habilidades que comúnmente se desarrollan se ven potenciadas en mayor o menor medida. Particularmente el caso de los juegos por equipos tienen un rasgo mayor de dificultad ya que requieren de la comunicación constante entre todos los miembros para alcanzar la meta.

En el anexo 28, 29 y 30 se explora con los encuestados las posibilidades del mundo profesional así como el académico que los esports podrían tener. El primer anexo trata sobre la posibilidad de que el mundo de los esports permita elevar el perfil tecnológico de una universidad; a lo cual los resultados muestran que un total del 88% de las respuestas están de acuerdo que los esports tienen una capacidad importante para

mejorar el apartado tecnológico de una universidad. Esto gracias a que actividades de este estilo permiten que los estudiantes se interesen en la tecnología, sea en su área de desarrollo o en su entendimiento de sus funciones, entre otras.

Por otro lado, existe una idea de que los esports en Venezuela son capaces de generar empleos para profesiones asociadas a las carreras de diseño gráfico, comunicación social, etc. A lo cual el anexo 29 indica que un 84% de los encuestados están de acuerdo en la idea de que el mundo de los esports tiene la capacidad de generar numerosas oportunidades para carreras de este estilo. Además, el anexo 30 arroja los resultados más interesantes, ya que este trata del interés por parte de los encuestados, la mayoría estudiantes universitarios, de que sus respectivas universidades incluyan diplomados y cursos asociados al mundo de los esports; teniendo un total de 92% de votos a favor de esta idea. Lo cual demuestra que el público universitario se encuentra en búsqueda de que las universidades nacionales también apoyen y den espacio a los esports, los cuales van mucho más allá de un pasatiempo y son un mundo de posibilidades para la juventud.

El último apartado de interés, en cuanto a los resultados de las encuestas, se habla del rol que las universidades del país pueden tener en relación al mundo competitivo de los esports, además de las capacidades de conectar a los estudiantes entre las facultades y el networking asociado.

Según lo representado en el anexo 31, un 92% de los encuestados respondieron que estaban de acuerdo con la idea de que las universidades otorguen becas deportivas a aquellos estudiantes destacados en el mundo de los torneos de esports nacionales. Es decir, existe un interés por parte del cuerpo estudiantil de que las universidades apoyen el desarrollo de posibles representantes en competencias de este mundo.

Siguiendo con esto, en los anexos 32 y 33 se puede determinar que hay una opinión positiva en relación al desarrollo de habilidades necesarias para situaciones de mucho estrés o la toma de decisiones bajo presión, siendo en este primer apartado un

porcentaje del 96% de encuestados que están de acuerdo con esta idea; de manera similar, la idea de que eventos de esports como Campus Esports League son espacios donde se fomenta la conexión entre estudiantes de distintas facultades e incluso la conexión profesional se obtuvo una aprobación del 96% de encuestados.

Es decir, a partir de estos resultados obtenidos tras la realización del evento de Campus Esports league, se ha demostrado que no solo existe una comprensión por parte del público objetivo de los beneficios que los eventos de esports y la propia actividad de los videojuegos competitivos traen, sino que además hay un interés por parte del específicamente el público estudiantil de que las universidades de Venezuela se incluyan y apoyen estas prácticas, que llevan al desarrollo personal como profesional de sus estudiantes.

- **Acciones y Correctivos a futuro**

En términos de las acciones tomadas durante el evento y los correctivos tomados como respuesta a situaciones adversas o que perjudican al desarrollo del mismo, se generaron los siguientes aspectos.

La creación de un ambiente en un evento es de suma importancia, esto debido a que alivia los momentos donde no se está realizando alguna actividad, sea porque se está preparando los jugadores de la siguiente categoría u otras razones. Por ello, una de las acciones que los organizadores aprendieron se trata de colocar música de ambiente en los momentos en los que no se esté hablando. A partir de la experiencia del día 25 de abril, los días de evento posteriores fueron mejores tanto para el público como el equipo organizador.

En relación a esto, una situación que surgió durante la realización del proyecto se asocia al manejo del tiempo. Debido a que el evento contiene un total de 4 torneos de juegos distintos, cada uno tiene un tiempo determinado que debe tenerse en cuenta.

Por ello, las modalidades para los días de eliminatorias debían ser lo más rápido posible, debido a la cantidad de jugadores que se manejan en esos días. El primer día del evento se tomó una decisión en relación a la duración de las partidas de uno de los torneos, lo cual alargó el tiempo de juego y generó momentos estáticos en la jornada de ese día. A partir de esta situación, se manejó en el equipo una mejor dinámica en relación a la duración de las partidas según el juego, concepto que se aplicó en los días posteriores y permitieron que las actividades fueran más dinámicas para el público presente.

Para concluir con la fase de postproducción del proyecto, el equipo se encargó en los días posteriores a realizar los pagos correspondientes a los servicios de los talentos y jugadores que estuvieron presentes en el proyecto el pasado 9 de mayo.

El 9 de mayo se realizó el pago de los jugadores que resultaron ganadores de las disciplinas, estos mediante pago móvil. Al enviar el pago, el equipo organizador le informaba al jugador que certifique su recibimiento para mantener la transparencia del evento.

El lunes 11 de mayo mediante el patrocinio de Xtreme Esports Arena y Club Social se realizó el pago de los casters con el mismo mecanismo de pago móvil, posteriormente a la confirmación de todos los pagos, el equipo se comunicó con cada uno de los casters para confirmar su pago y agradecerles por participar y apoyar en el evento.

Y para culminar esta fase se realizó el pago mediante pago móvil de la host del día Valerie Gamboa por su trabajo. Una vez finalizado el proceso se le enviaron las gracias por toda la animación el día del evento y su labor.

Conclusiones

Durante la experiencia de los 3 días de evento, contando eliminatorias y la gran final, el equipo conjunto de Campus Esports League tuvo una experiencia satisfactoria, las cuales resultaron del tiempo de esfuerzo y organización previa que los miembros desempeñaron.

Además, se demostró que el público universitario quiere involucrarse en el mundo de los esports en Venezuela. Un nicho que constantemente crece y que no es explotado en su totalidad en el territorio nacional; durante todos los días de evento la presencia tanto de jugadores y espectadores enseñaron que si existe un interés del público objetivo.

La división del evento en 3 días, 2 para eliminatorias y uno para la final, generó que se tuviese la experiencia completa de un torneo profesional de común celebración en el entorno internacional. En ese sentido, se determinó que existe una mayor popularidad para ciertas disciplinas más que en otras.

Durante el primer día de eliminatorias, el sábado 25 de abril, se realizaron las disciplinas de Street fighter y EA FC; ambas individuales; asistieron un total de 40 personas, divididas entre el equipo del staff del evento, invitados y jugadores. Durante este día las competencias se hicieron sin mayor dificultad, aunque se aprendió que lo más importante es el dinamismo en eventos de esta índole.

Un conocimiento que se aplicó al día siguiente, ya que el domingo 26 de abril se realizaban las categorías con mayor cantidad de jugadores y por lo mismo mayor cantidad de asistentes. En este caso, un total de aproximadamente 100 personas asistieron al lugar, dividido nuevamente entre equipo de la organización, invitados de los jugadores y los propios jugadores. Además durante este día, las dinámicas con las marcas fueron mucho más fructíferas, ya que la creación de contenido fue constante y las marcas patrocinantes se vieron satisfechas de las promociones realizadas.

Finalmente, el día de la gran final celebrada el 9 de mayo, y con los conocimientos de los días anteriores, dió inicio oficialmente a las 11:30 am. Los partidos de este día estaban todos narrados por “casters” profesionales, los cuales le dieron un nivel mayor de profesionalidad a los torneos. Las host de ese día Valerie Gamboa junto a Oriana Betancourt, dieron inicio a un ambiente donde los espectadores disfrutaban de las partidas así como de las instalaciones de Xtreme Arena. La creación de contenido fue constante y gracias a las influencers del día mucho del contenido fue de gran importancia para las redes del evento. De hecho, se contó con la fortuna de que la streamer más grande del país “FairlyGab” asistiera durante un pequeño momento que, aunque corto, generó un gran revuelo entre los asistentes. El día culminó con la partida final de Valorant y las palabras de cierre de las animadoras.

De este día, y gracias a distintos testimonios tanto de jugadores como de espectadores, se determinó lo más importante; el disfrute del evento generó que los asistentes tuvieran ganas de otra edición. Es decir, existe un interés por parte de los estudiantes universitarios por seguir participando en eventos de este tipo.

El mundo de la organización de eventos es complejo y lleno de rubros por los cuales es importante tener un equipo que pueda estar pendiente de todas las áreas. Un evento requiere de tiempo y de mucha organización para poder darse con éxito, y esto se aplica a todo tipo de eventos, no solo a aquellos asociados a los esports. Contactar con marcas requiere de saber el momento y el mensaje que se debe enviar, además de aprovechar hablar con marcas no tan conocidas pero que están relacionadas al concepto del evento lo cual permite que sea más sencillo conseguir patrocinios de su parte.

Uno de los aspectos más importantes de cara a un evento es la certeza. Durante el tiempo de organización de Campus Esports League, lo que más se buscó en cuanto a los elementos fundamentales para los torneos era la certeza. De parte de las marcas, de parte de los jugadores y de parte de las actividades que se realizaron durante el día

mientras se estuviese jugando. Tener asegurados cuestiones como el presupuesto o las marcas patrocinantes ayuda a generar confianza en tus colaboradores y en el público.

En ese sentido, el segundo aspecto de gran importancia es la confianza. Al ser un evento naciente, lo más importante para tener éxito es generar confianza. Una organización sólida, planes de financiamiento diversificados y una comunicación basada en la identidad de marca son esenciales para que se puedan construir lazos; y de esta forma generar en el público la necesidad de repetir la experiencia. Campus Esports League, durante los 9 meses de organización que tuvo, buscó constantemente a través de las redes y las comunicaciones con las marcas que su imagen fuera la de un evento organizado por estudiantes universitarios que eran conscientes de sus acciones y que tienen una actitud profesional en su manejo del proyecto.

Como se evidenció durante los días de eliminatorias y de la final, el objetivo del proyecto se cumplió con creces. Los jugadores crearon una comunidad entre ellos mismos, las marcas quedaron satisfechas de sus participaciones y sus patrocinios y los asistentes quedaron con ganas de revivir la experiencia en futuras ediciones.

El mundo de los esports crece constantemente a nivel mundial, y Venezuela poco a poco está incursionando en este mundo también. Sin embargo, hace falta que las universidades nacionales se involucren también, ya que los mayores consumidores del contenido de este rubro de la competición deportiva digital son jóvenes que rondan el periodo de vida de la universidad. Existe talento oculto en muchos estudiantes que requieren de espacios como Campus Esports League para, no solo demostrar sus habilidades, sino para iniciar en un camino de disciplina y competición que los puede llevar hasta el ámbito internacional.

Las universidades pueden sacar provecho de incluir más elementos de los esports en sus instalaciones, desde cursos, diplomados, hasta becas deportivas. Este es un mundo digital que no debe ser desaprovechado en el país, y cuyo potencial es especialmente grande, el desarrollo personal y profesional que puede traer es importante para el desarrollo tanto personal como académico. Por ello, pasos pequeños

como un torneo enfocado en los universitarios son importantes, además de que pueden llegar a una talla mundial si se le da la atención necesaria.

Recomendaciones

- **Crear una base sólida en la marca:**

Un evento, y en particular uno que busca atraer un público específico, necesita para cumplir con sus objetivos de una marca que pueda sostenerse y tenga espacio de acción. Conceptos como una campaña de marketing aplicada según un público objetivo bien delimitado, tener mensajes para redes sociales que llamen la atención, así como piezas gráficas llamativas, y un tono de marca que se relacione con el público objetivo son fundamentales para la realización de un evento exitoso. Además, este concepto ayuda a la hora de contactar con aliados comerciales quienes estén relacionados a tu marca o, en caso de que estén buscando entrar en el público específico al que se apunta, tenga más disposición para aliarse con el evento y otorgar patrocinios.

- **Contactar y planear con tiempo suficiente:**

Todos los elementos que un evento necesita tienen un tiempo aproximado para lograrse. Cuestiones como encontrar el espacio donde realizar el evento, contactar con las marcas patrocinantes y realizar la comunicación de redes sociales necesitan de tiempo suficiente para que el día del evento se tenga todos los elementos necesarios y planes de contingencia en caso de alguna situación adversa. Además, al momento de contactar con marcas es importante mantener la conversación constantemente, ya que en las agendas de las marcas pueden haber momentos donde no tengan oportunidad de responder, así como posibilidad de que regresen el mensaje.

Por ello, es importante tener certeza cuando se habla con las marcas, la ambigüedad no es viable debido a que en un evento; aquello que no se encuentre definido en su totalidad puede ser también razón de falla dentro de la planificación del evento. Por lo mismo, es menos recomendable confiar en conversaciones vacías ya

que pueden llevar a tener problemas si dependes de ese patrocinio para un elemento fundamental del evento.

- **Contactar inicialmente con marcas pequeñas y posteriormente con marcas grandes:**

Existen numerosas marcas que se extienden entre pequeñas y medianas en Caracas, muchas de las cuales están en constante búsqueda de oportunidades de darse a conocer a públicos más amplios. Eventos como estos contienen una oportunidad de oro para estas marcas, por lo que muchas de estas marcas son más capaces de colaborar con patrocinios que una marca más grande. Incluso, al momento de hablar con estas marcas y asegurarlas como patrocinantes es mucho más sencillo acercarse a empresas más grandes y que estas te otorguen un espacio para exponer tu idea. En ese sentido, el orden en que se contacta con las marcas es sumamente importante de cara a tener una buena plataforma de acción a punta de patrocinios, sean por intercambio o con contribuciones monetarias.

- **Buscar a los jugadores con antelación:**

El mundo de los esports en Venezuela está en constante expansión, y por lo mismo no existe mucha competencia en el ámbito de los eventos presenciales. Sin embargo, el público objetivo de este tipo de eventos no tiende a salir mucho de sus hogares, a menos que tenga un buen incentivo o se busque con suficiente tiempo. Además dependiendo del juego que tengas en tu evento para realizar el torneo, estas apuntando a un tipo de público muy distinto y modalidad muy distinta. Por ello, la búsqueda debe ser constante y los mensajes utilizados deben ser llamativos para que atraigan a los jugadores. También es un buen incentivo tener una palestra de premios definida, ya que esto es el mayor de los atractivos que un torneo puede ofrecer.

- **Formar un equipo de logística y organizar las tareas:**

Un torneo no se concentra solo en las partidas que se vayan a jugar, también requiere de un público espectador que consuma y apoye a los jugadores, similar a un partido de cualquier deporte. Esto implica que, de tener un aforo ilimitado o un espacio cerrado donde se realiza el evento, es importante tener un equipo logístico que pueda encargarse de todas las áreas al mismo tiempo. Para eso, es importante tener un lista de tareas, áreas, actividades y de las personas que pueden encargarse de esas mismas, además de construir canales de comunicación para que el equipo en su totalidad esté enterado de decisiones tomadas durante el evento o de soluciones a problemas que surjan durante la jornada. Un equipo de logística requiere por ejemplo, técnicos de computadora y de software, supervisores de reglas, árbitros, protocolo general del evento, inventario, técnicos de sonido, animadores, narradores o “casters”, entre otros.

- **Hacer un presupuesto y actualizarlo constantemente:**

Normalmente en un evento de esta índole es importante contar con un presupuesto bien definido. Especialmente si se busca patrocinio de financiamiento, ya que de cara a las marcas tener acceso a un presupuesto para analizar oportunidades de apoyo y sea más factible su participación. Es importante actualizar el presupuesto constantemente, ya que siempre que se obtenga un patrocinio por intercambio, o se encuentre una alternativa igual de buena pero menos costosa es importante plasmarlo en el presupuesto para llevar un control y tener una mejor idea de que tanta inversión se debe buscar u otorgar al proyecto.

- **Generar una estructura de las actividades del evento:**

En este apartado nos referimos a la creación de un cronograma de actividades, o también conocido como un minuto a minuto. Este documento es importante para delimitar las actividades del día y que todo el equipo sepa qué actividad se está

haciendo, cual se debe preparar y cuándo llegarán los espectadores y participantes. Junto a esto, y debido a que estos eventos se tratan de competencias; es de suma importancia tener un manual de reglas y condiciones para las partidas. De esta manera, se permite que las partidas sean en igualdad de condiciones y no exista espacio para la ventaja injusta. Finalmente, es destacable que el manual de reglas establecido no puede cambiarse bajo ninguna circunstancia, pero el cronograma debe ser lo suficientemente flexible para que en caso de que una de las actividades se alargue haya una capacidad de que el evento no se extienda más de la hora acordada.

- **Formar alianzas estratégicas (Tecnología e internet)**

Además del contacto con marcas, tanto pequeñas como grandes, para patrocinios; es importante tener contacto con alianzas estratégicas que faciliten el trabajo de organización y de logística del evento. Es necesario encontrar alianzas con establecimientos especializados en este tipo de torneos, como arenas gamer, o en caso de tener un espacio más amplio, tener alianzas con marcas de tecnología y de internet. En estos casos el apoyo no forma parte de un patrocinio sino de una colaboración, el tener las máquinas para los torneos, así como también un servicio de internet estable son indispensables para este tipo de eventos. Por ello, es necesario tener definidas cuáles son las posibles alianzas estratégicas necesarias para que el evento tenga éxito.

- **Buscar activaciones de marcas y entretenimiento para espectadores:**

El público que asiste a estos eventos suele ser muy diverso. Debido a la estructura de un torneo, no todos los jugadores estarán participando al mismo tiempo y, a su vez, no todos los espectadores se quedarán viendo las partidas. Por lo mismo, es importante tener activaciones de marcas patrocinantes que se puedan hacer con el público, actividades alternativas de entretenimiento como juegos de mesa, entre otros.

De esta manera todos los asistentes al evento podrán disfrutar mucho más de la experiencia y estarán más inclinados a regresar en una futura edición.

- **Contactar con influencers del medio:**

El mundo de los influencers es grande, y en el caso de los videojuegos es incluso más grande pero menos conocido. Los influencers, como cosplayers, streamers, etc funcionan de gran manera como un atractivo para posibles espectadores. Incluso funcionan de publicidad, ya que al ser creadores de contenido sus videos funcionan de gran manera para correr la voz sobre el evento y tener más personas posibles como espectadores.

- **Desarrollar el formato competitivo según el juego:**

Para garantizar que el torneo forme parte del desarrollo competitivo y del espectáculo que se vive a nivel mundial, el evento debe adoptar el formato competitivo actual, por ejemplo existe el formato de doble eliminación. el cual se lleva a cabo en dos llaves:

- Upper Bracket: La llave de ganadores avanzan los equipos que ganaron sus primeras partidas completas y que mantengan una racha positiva de victorias.
- Lower Bracket: Los equipos que hayan perdido una partida en la llave principal, no son eliminados directamente, sino que caen a esta segunda sección. Aquí tienen una “segunda oportunidad” para poder mantener vivas las ilusiones de seguir participando, si logran vencer a sus oponentes en una mayor cantidad de partidas, llegan a la Gran Final

De esta manera es importante también investigar cuales son los formatos competitivos con antelación, ya que dependiendo del juego estos cambian radicalmente el uno del otro.

- **Continuar creando eventos de esports universitarios:**

Existe un gran público universitario que está en constante contacto con eventos de este tipo, y entre más se hagan más interés y oportunidades se pueden crear. De hecho, el mundo de los esports puede tomarse más en serio si las universidades se involucran en este mismo. Por ello entre más eventos esports se hagan, más marcas mostrarán interés, más personas podrán participar y por lo mismo se hará más sencillo encontrar la oportunidad de hacer torneos o eventos de esta índole.

Referencias Bibliográficas

1. Eseryel, D., Law, V., Itow, R.C., Guo, Y., Eck, R. (2014). *An investigation of the Interrelationships between Motivation, Engagement, and Complex Problem Solving in Game-Based*. <https://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.17.1.42>
2. Ferrari, S. (2013). *Esports and the Human Body: Foundations for a Popular Phenomenology*. <https://dl.digra.org/index.php/dl/article/view/644>
3. Gee, J. P. (2007). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/950566.950595>
4. Giddings, S. (2009). *Events and Collisions: A Digital Ethnography of Posthuman Gaming*. En L. Hjorth y D. Chan (Eds.), *Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific* (pp. 163-182). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780203875957/gaming-culture-s-place-asia-pacific-larissa-hjorth-dean-chan?context=ubx&refId=e200880b-2696-43fd-a104-f1d70278d865>
5. Hamari, J., Sjöblom, M. (2017). *What is Esports and why do people watch it?* <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
6. Harper, T. (2013). *The culture of digital fighting games: Performance and practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203566275>
7. Hiltcher, J., & Scholz, T. M. (Eds.). (2019). *eSports Yearbook 2017/18*. Books on Demand GmbH. <https://doi.org/10.25656/01:17544>
8. Jin, D.Y. (2010). *Korea's Online Gaming Empire*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262014762.001.0001>
9. Juul, J. (2010). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. MIT Press. https://www.jesperjuul.net/casualrevolution/casual_revolution_chapter1.pdf
10. Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. Peter Lang Publishing.

- https://www.academia.edu/293040/Digital_Literacies_Concepts_Policies_and_Practices
11. Marchessault, J. (2020). *Casual Play, Hardcore Community: Social and Spatial Ecosystems in Location-Based Mobile Gameplay*. Recuperado de: <https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/987462/>
 12. National Association of Collegiate Esports. (s.f.). *About NACE*. Recuperado de: <https://nacesports.org/about/>
 13. Influencer Marketing Hub. (2024). *Esports Growth: The Incredible Statics of a Global Phenomenon*. <https://influencermarketinghub.com/esports-stats/>
 14. Pluss, M., Novak, A. R., Bennett, K. J., Panchuk, D., Coutts, A. J., & Fransen, J. (2020). *Perceptual-motor abilities underlying expertise in esports*. Recuperado de: <https://research.rug.nl/en/publications/perceptual-motor-abilities-underlying-expertise-in-esports/>
 15. Taylor, T.L. (2012). *Raising The Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. MIT Press. [https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=CiL8aPrSeKcC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Taylor,+T.+L.+\(2012\).+Raising+the+Stakes:+E-sports+and+the+Professionalization+of+Computer+Gaming.+MIT+Press.&ots=dFGoPD3w9N&sig=1t0y05a0TXGti1RAsxnFiu2-nAY&redir_esc=y#v=onepage&q=Taylor%2C%20T.%20L.%20\(2012\).%20Raising%20the%20Stakes%3A%20E-sports%20and%20the%20Professionalization%20of%20Computer%20Gaming.%20MIT%20Press.&f=false](https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=CiL8aPrSeKcC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Taylor,+T.+L.+(2012).+Raising+the+Stakes:+E-sports+and+the+Professionalization+of+Computer+Gaming.+MIT+Press.&ots=dFGoPD3w9N&sig=1t0y05a0TXGti1RAsxnFiu2-nAY&redir_esc=y#v=onepage&q=Taylor%2C%20T.%20L.%20(2012).%20Raising%20the%20Stakes%3A%20E-sports%20and%20the%20Professionalization%20of%20Computer%20Gaming.%20MIT%20Press.&f=false)
 16. Tendencias digitales (2022). *El consumidor digital en Venezuela y Latinoamérica: Oportunidades en el sector del entretenimiento y gaming*. <https://tendenciasdigitales.com/penetración-y-usos-de-internet-en-venezuela-2022/>
 17. Uribe Zazzali, L. (2022). Desarrollo histórico de los Esports y su desarrollo en Latinoamérica, 1990-2022. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/193257>

18. Witkowski, E. (2012). *On the digital Playing Field: How We “Do” eSports. Games and Culture.*
https://www.researchgate.net/publication/263565611_On_the_Digital_Playing_Field_How_We_Do_Sport_With_Networked_Computer_Games
19. Álvarez Ramírez, M., & Cortés Tavera, M. (2021). *Los videojuegos como estrategia autodidacta en la adquisición de habilidades blandas y duras en los adultos entre los 18 a 26 años de edad del barrio Pedregal del Municipio de Copacabana, Antioquia* (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/11592bf6-577a-4545-b58c-088e641e8236/content>
20. Aguado, C. (2019, April 2). *¿Qué es un MOBA? Conoce el género más popular de los eSports.* Marca.
<https://www.marca.com/videojuegos/esports/2019/04/02/5ca2c4d1e5fdeab1618b45d5.html>

Anexos

Anexo 1 Carta de Participante de Valorant

<https://drive.google.com/file/d/1SI1Y49aSj2kaphQp84BtnThVDItHCguW/view?usp=sharing>

Anexo 2 Carta de Participante de Street Fighter

<https://drive.google.com/file/d/1hvdPZ56U0v6-34tcqYRXbnytkSwtnRZI/view?usp=sharing>

Anexo 3 Carta de Participante de Ea Sports Fc

https://drive.google.com/file/d/1FY0yvoqUsZQ3vqQgr_6N-yP380wjZlbc/view?usp=sharing

Anexo 4 Carta de Participante de Clash Royale

<https://drive.google.com/file/d/1-3ZIG0y88pv6QwLfpsebFB8B7k4FsKWH/view?usp=sharing>

Anexo 5 Carta de agradecimientos a los participantes

https://drive.google.com/file/d/1CmJAAkmYOUWpQ_1IWCEtq5cT8DpbCDXd/view?usp=sharing

Anexo 6 Porcentajes de la Preproducción

https://drive.google.com/file/d/1R4ESfx-F_wzx46FbHCAmPbqNvGzq-mb/view?usp=sharing

Anexo 7 Porcentajes de la Producción

<https://drive.google.com/file/d/1I3eWi2GhIMDvuOoghbGu5SnhSiG4nl3X/view?usp=sharing>

Anexo 8 Porcentajes de la Postproducción

<https://drive.google.com/file/d/1bSd2dtZiTJMFnuGAfTot7mkdRHlq2YeR/view?usp=sharing>

Anexo 9 Carta de presentación para los patrocinadores

<https://drive.google.com/file/d/1fwCdB6KOnuzU92c8jKQJoV1LW2O8P0VY/view?usp=sharing>

Anexo 10 Carta de agradecimiento para los patrocinadores

https://drive.google.com/file/d/1QFbRUBnHK0zU7wxTicOBmSuOfb0xPw_d/view?usp=sharing

Anexo 11 Cronograma del evento

<https://drive.google.com/file/d/1dKy1p-VhdtNRKqi47jkfsJZorqMaWj9U/view?usp=sharing>

Anexo 12 Piezas gráficas

https://drive.google.com/file/d/1ujEmMIF2qKxIJ-JSwPUtPmfvn_IJSv60/view?usp=sharing

Anexo 13 Tabla de excel- diagrama de gantt

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_hAm2K62KJK_MB9QTkgFHIbWjwsMAaSEfi1bKUNXQIY/edit?usp=sharing

Anexo 14 Cronograma mes a mes

<https://drive.google.com/file/d/1mR5vzXZHR6iG-2mHxE9hWuGwzVG3n1QR/view?usp=sharing>

Anexo 15 Cronograma del día del evento

https://drive.google.com/file/d/1ma4vmdN_voSEN69YMsuXU4D0pWbgw6Uc/view?usp=sharing

Anexo 16 Porcentajes de edades

<https://drive.google.com/file/d/1iTwKP6FU105egjppggsTCdO2pq3Jz1Z1l/view?usp=sharing>

Anexo 17 Experiencia General

https://drive.google.com/file/d/1K3_bM3Gpif8u2t1y3WvuL9yzAkrqIXZ8/view?usp=sharing

Anexo 18 Aspectos importantes del evento

<https://drive.google.com/file/d/1VjvzNu6lExDzv6VaUpp7tydVk9dJLZ0L/view?usp=sharing>

Anexo 19 Expectativas del evento

https://drive.google.com/file/d/1_x9fZOzzZjesVpSD0kmZNKCuJYNKI-Gf/view?usp=sharing

Anexo 20 Futura edición de Campus Esports League

<https://drive.google.com/file/d/1KvFpUY915GUwp7WXgOmxQcJg7LZ3L5Cc/view?usp=sharing>

Anexo 21 Volver a competir

https://drive.google.com/file/d/1V3jW_sIOyx5wBbrF743gZ_E80bOKrJoT/view?usp=sharing

Anexo 22 Juegos en futuras ediciones

<https://drive.google.com/file/d/1rMNR1fieS36WVqXZuOk1yZXjLLHnF0TT/view?usp=sharing>

Anexo 23 Cuota de Inscripción

https://drive.google.com/file/d/17g4tZ04Zo6mjmJnE7ENoY2_Q2whTF-5J/view?usp=sharing

Anexo 24 Costo de la entrada

https://drive.google.com/file/d/1Qkk4pJj1XXf9QijmDgj1nJc_zwQwheY0/view?usp=sharing

Anexo 25 Kit de Entrada

<https://drive.google.com/file/d/104H-RgVGyYyHxwnL1M12k1wUni6MD3GP/view?usp=sharing>

Anexo 26 Percepción del mundo de los Esports

https://drive.google.com/file/d/1nxf-3ZEJ9nJs2zkLsOzbRUncurrhcnA_/view?usp=sharing

Anexo 27 Desarrollo de Habilidades

https://drive.google.com/file/d/1-nQBpq9AR4zBU_MTeNmmWYZuCOSXQf3P/view?usp=sharing

Anexo 28 Perfil tecnológico de una universidad

<https://drive.google.com/file/d/1jatLT0cT-GjN7F13GushhcP52IbljFXz/view?usp=sharing>

Anexo 29 Oportunidades de empleos

<https://drive.google.com/file/d/1dDSHFkBbUgKHE6V8VHtt7er1PZKgJyrA/view?usp=sharing>

Anexo 30 Electivas o diplomados de Esports

https://drive.google.com/file/d/1oDmpYA9BrVrqkGcrygjurnUjawrDtM_0/view?usp=sharing

Anexo 31 Becas Universitarias

https://drive.google.com/file/d/1ach7RGvU1qPDbr_jSvHqE1I-H_YFWiDL/view?usp=sharing

Anexo 32 Habilidades Necesarias

<https://drive.google.com/file/d/11uxDCHcDVI-cudWeHszGzizBIF3YKDQx/view?usp=sharing>

Anexo 33 Conexiones Profesionales

<https://drive.google.com/file/d/1Jw3zxNBkk4gu2NyE1jyF2JTbNx2YviuL/view?usp=sharing>