



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Más allá del estigma: redefiniendo los deportes electrónicos como espacios de comunidad y oportunidades económicas”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:

Fernandez Illaccanqui, Renzo Marcelo - Comunicación Estratégica

ASESOR:

Espinoza Rúa, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rúa, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO:

Condori Millan, Wilmer Ivan

Joo Nadal, Tatiana Jeanette

Saco Vertiz Osterloh, Sandra Elizabeth

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Renzo Marcelo Fernandez Illaccanqui, identificado(a) con DNI N°70933101 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Más allá del estigma: redefiniendo los deportes electrónicos como espacios de comunidad y oportunidades económicas”
- b) El proyecto de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El proyecto de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 16% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 12, de febrero, 2025



Firma del autor



Huella



Firma del asesor



Huella

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a la comunidad gamer del Perú, cuyo entusiasmo, pasión y compromiso con los esports han sido una fuente de motivación para realizar este estudio y promover el desarrollo de esta industria en nuestro país. Gracias a todos ustedes, este logro es posible.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas que colaboraron en el desarrollo de este proyecto. También a Mariano Tapia, cuya experiencia y conocimientos enriquecieron enormemente el análisis de este trabajo. Su colaboración ha sido esencial para la culminación exitosa de este proyecto, y por ello, les estoy profundamente agradecido.

ÍNDICE TEMÁTICO

CARÁTULA	1
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DECLARACIÓN JURADA	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE TEMÁTICO	6
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
I. INFORMACIÓN GENERAL	18
1.1. Título del Proyecto	18
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	18
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	18
1.4. Alcance de la solución	19
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1. Justificación	20
2.1.1. Problema de investigación	20
2.1.2. Justificación teórica	21
2.1.3. Justificación metodológica	22
2.1.4. Justificación práctica	22
2.1.5. Limitaciones	23
2.1.6. Viabilidad	24
2.2. Marco referencial	25

2.2.1. Antecedentes Nacionales	25
2.2.2. Antecedentes Internacionales (Habla hispana)	26
2.2.3. Antecedentes Internacionales (Europa y EEUU)	28
2.3. Marco teórico	29
2.3.1. Deporte	29
2.3.2. Deportes electrónicos o esports	30
2.3.3. Videojuegos	31
2.3.3.1 Definición	31
2.3.3.2 Tipos	32
2.3.4. Cultura de los videojuegos	33
2.3.5. Psicología de un jugador de videojuegos (gamer)	34
2.3.6. Comunidad	34
2.3.7. Comunidad virtual	35
2.3.7.1. Comunidades virtuales en el espacio de los esports	35
2.3.7.2. Impacto de las comunidades virtuales en los esports	37
2.3.8. Oportunidades económicas	38
2.3.8.1. Definición	38
2.3.8.2. Oportunidades económicas asociadas con los deportes electrónicos	39
2.4. Definición de términos básicos	40
2.5. Objetivo general y específicos	42
2.5.1. Objetivo general	42
2.5.2. Objetivos específicos	42
2.6. Plan de actividades del proyecto	43
2.6.1. Plan de acción	43
2.6.1.1. Objetivo general	43
2.6.1.2. Estrategias de acción	44

2.6.1.2.1. Campaña de sensibilización	44
2.6.1.2.2. Programa de formación	45
2.6.1.2.3. Estrategia de difusión	47
2.6.1.2.4. Infraestructura para eventos	50
2.6.1.2.5. Atracción de patrocinadores	51
2.6.1.3. Cronograma de ejecución	54
2.6.1.3.1. Análisis de contexto y preparación	54
2.6.1.3.2. Implementación de campañas de sensibilización	54
2.6.1.3.3. Profesionalización y generación de infraestructura	54
2.6.1.3.4. Consolidación y difusión continua	55
2.6.1.4. Evaluación del plan	55
2.7. Metodología del proyecto	56
2.7.1. Metodología	56
2.7.1.1. Variable	56
2.7.1.2. Tipo	56
2.7.1.3. Enfoque de investigación	56
2.7.1.4. Diseño	57
2.7.1.5. Nivel	57
2.7.1.6. Población	57
2.7.1.7. Muestreo y muestra	58
2.7.1.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	58
2.7.1.9. Entrevista	59
2.7.1.10. Cuestionario	59
2.7.2. Análisis de resultados	59
Entrevista	59
Cuestionario	64
2.7.3. Discusión	84

Crecimiento y profesionalización de los jugadores	84
Infraestructura deficiente para eventos	84
Organización de torneos	85
Escasez de patrocinadores e inversión en la industria	85
Necesidad de reconocimiento institucional	85
Barreras sociales y percepción pública	86
Influencia cultural y construcción de identidad	86
Cobertura mediática limitada	87
III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	88
3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación	88
IV. SUSTENTO DEL MERCADO	89
4.1. Análisis del mercado	89
4.2. Análisis de la competencia	89
4.3. Análisis de la demanda	90
4.4. Análisis de oportunidades	91
4.5. Proyección de crecimiento	92
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
5.1. Conclusiones	93
5.2. Recomendaciones	96
VI. FUENTES DE INFORMACIÓN	97
VII. ANEXOS	102
Informe Turnitin	102
Registro de impacto y resultados	103
Matriz de consistencia	104
Cuadro de operacionalización de variables (cuantitativo)	106
Cuadro de operacionalización de variables (cualitativo)	109
Instrumentos de recolección de datos	111

Cuestionario	111
Guía de entrevista	115
Ficha de validación (cuestionario)	116
Ficha de validación (entrevista)	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de la entrevista a Mariano Tapia.

Tabla 2. Cuadro de costos del proyecto.

Tabla 3. Matriz de consistencia.

Tabla 4. Cuadro de operacionalización de variables (cuantitativo).

Tabla 5. Cuadro de operacionalización de variables (cualitativo).

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 1. Objetivos del plan de acción.

Imagen 2 y 3. Ejemplo de publicación en redes sociales de la APDEV.

Imagen 4. Ejemplo de Artículo en Revista Digital sobre la vida de Enzo Gianoli.

Imagen 5. Academia e-Sports y Artes Digitales UCAB-SimpleTV (Venezuela).

Imagen 6 y 7. Clase sobre esports, Ilustraciones generadas por IA (Leonardo AI).

Imagen 8. Gimnasio de la UPC.

Imagen 9. Publicación del streamer Ibai en la red social X.

Imagen 10. Portal web del diario Marca.

Imagen 11. Publicación en el diario La República.

Imagen 12. Web de Movistar esports.

Imagen 13 y 14. Arenas profesionales Recreación mediante IA (Leonardo AI).

Imagen 15. Centro especializado en videojuegos In-Game.

Imagen 16. Planos y renders del gaming center en Real Plaza Puruchuco.

Imagen 17. Ficha personalizada del equipo de esports Infamous Gaming.

Imagen 18. Ejemplo de cómo se verían los sponsors dentro de las redes sociales.

Imagen 19. Merchandisign de los productos del equipo.

Imagen 20. Distintos paquetes para patrocinadores.

Figura 21. Horas dedicadas semanalmente a los deportes electrónicos.

Figura 22. Años de experiencia en deportes electrónicos.

Figura 23. Asistencia a eventos de esports.

Figura 24. Percepción del crecimiento de la industria de esports en Perú.

Figura 25. Factores importantes para asistir a un evento de deportes electrónicos.

Figura 26. Adecuadas infraestructuras actuales para esports.

Figura 27. Percepción de la organización de torneos y ligas en Perú.

Figura 28. Disponibilidad de patrocinios en el sector.

Figura 29. Necesidad de reconocimiento institucional.

Figura 30. Necesidades de infraestructura para eventos de deportes electrónicos.

Figura 31. Ingresos generados por los deportes electrónicos en Perú.

Figura 32. Conocimiento de empleos profesionales en esports.

Figura 33. Oportunidades profesionales en esports.

Figura 34. Facilidad para obtener apoyo en el desarrollo profesional.

Figura 35. Importancia de fuentes de ingresos en la industria de esports.

Figura 36. Participación en comunidades virtuales de esports.

Figura 37. Frecuencia de participación en actividades de las comunidades.

Figura 38. Percepción pública de los deportes electrónicos en Perú.

Figura 39. Influencia de los esports en la cultura juvenil.

Figura 40. Adecuación de la cobertura mediática de los deportes electrónicos.

RESUMEN

El objetivo principal de este proyecto de investigación es analizar el impacto de los deportes electrónicos (esports) en la construcción de comunidades, la generación de oportunidades económicas y el cambio en las percepciones sociales en el Perú en 2024.

La metodología utilizada es de tipo aplicada con un enfoque mixto. Se realizó un diseño no experimental en el que se tomaron una muestra compuesta por 50 jugadores, espectadores, entrenadores y organizadores. La investigación incluyó encuestas y una entrevista semiestructurada, permitiendo analizar tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos de la problemática.

Los resultados obtenidos destacan que los esports poseen un gran potencial económico y cultural en el Perú, siempre que se aborden problemas clave como la falta de infraestructura adecuada, cobertura mediática limitada y los estigmas sociales que los asocian únicamente con el ocio. Se resalta, además, la necesidad de estrategias que promuevan la profesionalización y fomenten inversiones en el sector.

Por lo tanto, se concluye que los esports son una herramienta transformadora capaz de construir comunidades inclusivas y generar nuevas oportunidades laborales, siempre y cuando se fortalezcan sus bases legales, tecnológicas y sociales.

Palabras clave: deportes electrónicos, esports, percepción social, oportunidades económicas.

ABSTRACT

The primary objective of this research project is to examine the impact of electronic sports (esports) on community building, the generation of economic opportunities, and shifts in social perceptions in Peru during 2024.

This study adopts an applied methodology with a mixed-methods approach. It utilizes a non-experimental design and incorporates a sample of 50 participants, including players, spectators, coaches, and event organizers. The research employs surveys and a semi-structured interview to explore both quantitative and qualitative dimensions of the phenomenon.

The findings underscore the significant economic and cultural potential of esports in Peru, contingent on addressing key challenges such as inadequate infrastructure, limited media coverage, and societal stigma that frames esports as mere leisure. Additionally, the research emphasizes the importance of implementing strategies to foster professionalization and attract sustainable investments to the sector.

In conclusion, esports demonstrate the capacity to serve as a transformative force, promoting inclusive community development and creating new employment opportunities, provided their legal, technological, and social foundations are effectively strengthened.

Keywords: electronic sports, esports, social perception, economic opportunities.

INTRODUCCIÓN

Los deportes electrónicos, conocidos comúnmente como esports, han emergido como un fenómeno cultural y económico en constante expansión, capturando la atención de millones de jugadores y espectadores alrededor del mundo. En el caso del Perú, esta industria ha mostrado un crecimiento sostenido, impulsado por una comunidad activa y apasionada que encuentra en los videojuegos una forma de competencia, entretenimiento y desarrollo profesional. Sin embargo, a pesar de este avance, los esports en el país enfrentan diversos desafíos que limitan su consolidación como un sector plenamente reconocido.

Entre los principales obstáculos se encuentran la falta de infraestructura adecuada para competiciones de alto nivel, el limitado reconocimiento institucional que dificulta la profesionalización del sector, y los estigmas sociales que asocian los videojuegos con el ocio improductivo. Estas barreras no solo afectan el crecimiento de la industria, sino que también restringen su potencial para generar impacto económico, construir comunidades inclusivas y transformar la percepción de los videojuegos en la sociedad peruana.

El presente proyecto de investigación busca abordar estas problemáticas desde una perspectiva integral, analizando el impacto de los esports en la construcción de comunidades, la creación de oportunidades económicas y el cambio en las percepciones sociales en el Perú durante 2024. A través de una metodología de enfoque mixto, se han realizado encuestas y entrevistas con jugadores, entrenadores, espectadores y organizadores, permitiendo identificar los principales desafíos y oportunidades que enfrenta este sector emergente.

Este estudio no solo pretende contribuir al conocimiento académico sobre los deportes electrónicos en el contexto peruano, sino también proporcionar insumos valiosos para el diseño de estrategias que promuevan su profesionalización y consolidación. De esta forma,

se busca posicionar a los esports como una herramienta transformadora capaz de generar impacto social, cultural y económico en el país.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto

Más Allá del Estigma: Redefiniendo los Deportes Electrónicos como Espacios de Comunidad y Oportunidades Económicas

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

Lo que se plantea demostrar con esta investigación es la intersección entre comunicación, cultura y tecnología, con un enfoque en los deportes electrónicos (esports). En Perú, los esports aún enfrentan barreras en cuanto a su percepción como un espacio válido de estrategia y desarrollo económico. Este estudio se alinea con la necesidad de redefinir el estigma social hacia los videojuegos competitivos, demostrando cómo estos ofrecen no solo entretenimiento, sino también oportunidades para el desarrollo comunitario y económico, especialmente entre las poblaciones jóvenes. La investigación propone generar un entendimiento más profundo de cómo los esports pueden contribuir a los sectores educativos, tecnológicos y económicos del país, promoviendo el reconocimiento de estos como un campo legítimo de crecimiento.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

Se elige el eje temático del desarrollo de contenido periodístico de investigación debido a la necesidad de abordar a fondo los desafíos y oportunidades de los deportes electrónicos en Perú. La investigación periodística permite un análisis detallado y objetivo del ecosistema de los esports en la región, generando contenido informativo que impactará significativamente en la percepción y comprensión de este fenómeno en la sociedad peruana.

1.4. Alcance de la solución

El alcance de la investigación se concentra principalmente en Perú, con un enfoque particular en la ciudad de Lima, debido a su infraestructura y densidad poblacional, lo que facilita la implementación de estrategias orientadas a los deportes electrónicos. No obstante, la investigación también considera la posibilidad de expansión regional, hacia otras ciudades del país, donde el acceso a la tecnología ha ido mejorando progresivamente. A nivel global, se tomarán en cuenta tendencias internacionales para adaptar las soluciones propuestas al contexto local, asegurando que las estrategias recomendadas sean viables para posicionar a Perú como un actor competitivo en la escena de los esports en América Latina.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Justificación

2.1.1. Problema de investigación

En la actualidad, los deportes electrónicos (esports) emergen como un fenómeno cultural, redefiniendo las nociones tradicionales de competición y entretenimiento. A nivel mundial, millones de personas participan como jugadores y espectadores, generando una audiencia diversa y comprometida. Según Statista (2020), la industria de los esports generó alrededor de 947 millones de dólares estadounidenses en ingresos a nivel mundial en el 2020, con proyecciones que indican que esta cantidad superará los 1.600 millones para el año 2024. Además, algunos campeonatos en 2019 lograron una audiencia que superó a la de la SuperBowl. Se debe rescatar que la complejidad estratégica de los esports rivaliza con cualquier deporte convencional, desafiando la percepción de que los videojuegos son meras formas de ocio.

Según Newzoo, América Latina ocupa el tercer puesto a nivel mundial en términos de cantidad de jugadores. El desarrollo del sector de gaming y esports en la región ha experimentado un impulso significativo, especialmente desde el inicio de la pandemia de COVID-19. Un informe compartido de Google for Games / Newzoo, Beyond en el 2021, revela un aumento del 4% en nuevos jugadores y un 17% de regreso de jugadores antiguos. Esta tendencia se refleja en una proyección de más de 122 millones de espectadores para ese año, principalmente entre los 12 y 35 años, denominados como "nativos gamers" (El País). La ADVA (Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentinos) informa un crecimiento constante de los videojuegos en la región, consolidándose como una destacada opción de entretenimiento en el ámbito digital.

Sin embargo, la región aún enfrenta desafíos en términos de infraestructura, reconocimiento institucional. A pesar del crecimiento, las inversiones, y la estructuración

de ligas profesionales son áreas que requieren desarrollo, limitando el potencial pleno de los esports en la región.

En el caso específico de Perú, la escena de los esports experimenta un crecimiento prometedor, aunque enfrenta barreras similares a nivel latinoamericano. La falta de un marco legal específico, la poca información que se tiene sobre estos y la escasez de inversión y patrocinio han obstaculizado el establecimiento de estructuras sólidas y sostenibles, lo que se traduce en la ausencia de ligas consolidadas y oportunidades para el talento local. Consecuentemente, los equipos y jugadores dependen en gran medida de subsidios, limitando su autonomía y sostenibilidad a largo plazo. Como consecuencia directa, se observa un freno en el avance de la industria en la región.

La pregunta central que orienta esta investigación sería, ¿cómo superar los estigmas para desarrollar los deportes electrónicos como espacios de comunidad y oportunidades económica en Perú?

2.1.2. Justificación teórica

El presente estudio pretende aportar al campo de la comunicación estratégica y la cultura digital, centrándose en los deportes electrónicos (esports), una disciplina aún emergente en Perú. Desde una perspectiva teórica, este trabajo busca contribuir a la redefinición de los esports, no solo como una forma de entretenimiento, sino como un fenómeno cultural y económico significativo. Esta investigación vincula teorías de la comunidad virtual (Rheingold, 1993), el deporte como fenómeno social (Huizinga, 1938) y el impacto económico de la tecnología, proporcionando un marco conceptual sólido que permita analizar los esports como espacios de estrategia, comunidad y oportunidades económicas. Este enfoque teórico resulta innovador porque expande la comprensión de los videojuegos más allá de su naturaleza lúdica y los conecta con dinámicas

socioculturales y procesos de profesionalización, clave para su legitimación dentro de la sociedad peruana

2.1.3. Justificación metodológica

La investigación adopta un enfoque cualitativo debido a la necesidad de comprender en profundidad las experiencias y percepciones de los actores involucrados en los esports en Perú. Este enfoque se basa en la realización de una entrevista a el presidente de la Asociación Peruana de Deportes Electrónicos y Videojuegos (APDEV), que proporcionarán información detallada sobre los desafíos y oportunidades del sector. Además, se utilizarán encuestas para recolectar datos cuantitativos sobre la participación y percepción de la comunidad gamer en relación con los esports. La elección de una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa) responde a la necesidad de obtener una visión completa del fenómeno, permitiendo no solo describir las tendencias, sino también explorar los significados subyacentes detrás de estas. El uso combinado de técnicas proporciona un balance entre la profundidad cualitativa y la generalización cuantitativa, asegurando la validez y confiabilidad de los resultados.

2.1.4. Justificación práctica

El problema identificado en esta investigación radica en los estigmas que aún rodean a los deportes electrónicos en Perú, obstaculizando su desarrollo como industria y su aceptación como espacio estratégico y económico. La propuesta práctica de este estudio es demostrar cómo los esports pueden transformarse en un campo de oportunidades tanto a nivel cultural como económico. Al visibilizar las carencias en infraestructura, patrocinio y apoyo institucional, se podrán proponer mejoras concretas que fomenten la profesionalización de los esports en el país. Asimismo, la investigación tiene como objetivo derribar los prejuicios hacia los videojuegos, evidenciando su valor en la construcción de comunidades y su potencial económico. En definitiva, esta investigación

busca ofrecer soluciones estratégicas para que Perú no solo reconozca a los deportes electrónicos, sino que también los promueva como un sector clave para el desarrollo juvenil y tecnológico del país.

2.1.5. Limitaciones

A pesar de la viabilidad del estudio, existen algunas limitaciones que podrían influir en su desarrollo y en los resultados obtenidos. Uno de los principales desafíos es el acceso limitado a fuentes de información. Aunque se tiene previsto entrevistar y encuestar a actores clave dentro del ecosistema de los esports en Perú, no todas las organizaciones, patrocinadores o entidades involucradas en este ámbito podrían estar dispuestas a participar en el estudio, lo que podría restringir tanto la cantidad como la calidad de los datos recopilados.

Además, la falta de reconocimiento institucional en el sector de los deportes electrónicos en Perú representa otro obstáculo. La ausencia de un marco legal y de reconocimiento formal podría dificultar el análisis de datos oficiales sobre inversiones, infraestructura y apoyos institucionales. Esto llevaría a una mayor dependencia de información anecdótica o parcial, afectando el rigor con el que se pueden interpretar ciertas conclusiones relacionadas con el desarrollo de los esports en el país.

Otro factor a considerar es la percepción pública y los estigmas asociados a los deportes electrónicos. Aunque el crecimiento de los esports es evidente, aún persisten prejuicios sociales que podrían influir en la disposición de las personas a participar en la investigación o en la forma en que responden, especialmente en las encuestas.

Finalmente, el contexto económico y tecnológico de Perú, particularmente fuera de Lima, podría limitar el alcance geográfico del estudio. Las regiones con menor acceso a

tecnología podrían estar sub representadas, lo que afectaría la amplitud de los datos recolectados. Estas limitaciones, aunque no comprometen la relevancia del estudio, deben ser tenidas en cuenta para asegurar un análisis equilibrado y fundamentado de los resultados.

2.1.6. Viabilidad

La viabilidad técnica del estudio está asegurada por el acceso a actores clave dentro del ecosistema de los esports en Perú, como jugadores profesionales, organizadores de torneos y representantes de la Asociación Peruana de Deportes Electrónicos y Videojuegos (APDEV). La metodología combinada, que incluye entrevistas semiestructuradas y encuestas, garantiza una visión detallada y realista del fenómeno. Además, el crecimiento sostenido de los esports a nivel mundial y en América Latina refuerza la relevancia del estudio, lo que lo hace viable en términos de recursos, tiempo y acceso a información.

En cuanto a la línea de investigación en Comunicación, Sociedad y Cultura, esta es altamente pertinente para el estudio, ya que los esports representan un fenómeno cultural y social emergente. Los esports están moldeando nuevas formas de interacción comunitaria y dinámicas culturales, aspectos que se alinean con los objetivos del proyecto. Asimismo, este fenómeno no solo afecta el entretenimiento y la tecnología, sino que también influye en cómo las personas interactúan y se organizan socialmente.

Por otro lado, el enfoque en el desarrollo de contenido periodístico de investigación asegura un análisis profundo y objetivo de la realidad de los esports en Perú. La investigación busca visibilizar tanto los obstáculos como el potencial económico del sector, mientras se documenta la situación actual y se proponen mejoras para la percepción pública de los deportes electrónicos.

2.2. Marco referencial

2.2.1. Antecedentes Nacionales

Bautista Vargas, Adriana Lucia & Liñan Carranza, Thais Nicole (2023), "Análisis de los desafíos para la gestión de stakeholders y el desarrollo de modelos de negocio dentro del ecosistema peruano de esports: Análisis de los equipos de Dota 2, Infamous Gaming y Thunder Awaken".

El objetivo de este proyecto es describir el ecosistema de los esports en Perú, enfocándose en los equipos de Dota 2. Utiliza un diseño cualitativo con entrevistas a los equipos y análisis de su gestión de stakeholders. Se concluye que hay una creciente atracción del capital internacional, pero los equipos peruanos carecen de modelos de negocio sólidos.

Flores, et al. (2022) en "Análisis de la regulación jurídica del ecosistema de los deportes electrónicos (eSports) en el Perú" buscan analizar la regulación jurídica de los deportes electrónicos en Perú y proponer un marco legal para reconocerlos formalmente como actividad deportiva. Utiliza un diseño descriptivo con revisión documental y entrevistas a expertos. Se concluye que la falta de regulación afecta el desarrollo formal de los esports en el país, lo que dificulta su crecimiento institucional y económico.

Vidalón, et al. (2023) "Casas gaming y estadios esports Arquitectura para deportes electrónicos". El artículo examina la relación entre arquitectura y deportes electrónicos, explorando cómo la tecnología ha moldeado la evolución de los esports y cómo la arquitectura se adapta a estas actividades emergentes. . Se basa en un enfoque cualitativo con estudios de casos locales. El autor concluye resaltando las limitaciones de infraestructura para los esports en el Perú y sugiere que la creciente importancia de esta industria podría generar oportunidades laborales significativas para arquitectos en el futuro.

Monteza, et al. (2023), en la tesis "El gaming competitivo como plataforma para desarrollar estrategias de marketing digital: la experiencia y potencial en Lima Metropolitana", tiene como objetivo analizar el potencial de los esports para desarrollar estrategias de marketing digital en Lima Metropolitana. Utiliza un enfoque cualitativo basado en entrevistas y análisis de casos. Los resultados indican que los esports representan una oportunidad significativa para las marcas, dado su público joven y comprometido, aunque enfrenta desafíos como la falta de reconocimiento local. Concluyen que las estrategias deben adaptarse a las particularidades del mercado peruano.

2.2.2. Antecedentes Internacionales (Habla hispana)

Becka (2019), en la tesis titulada "Eventos de Deportes Electrónicos: Estudio de sus particularidades desde una perspectiva turística", tiene como objetivo analizar los deportes electrónicos desde una perspectiva turística. Utiliza un diseño cualitativo centrado en el análisis de eventos de esports y su viabilidad como producto turístico. Los resultados señalan que, a pesar del crecimiento internacional de los esports, aún persiste una falta de reconocimiento por parte de los organismos turísticos nacionales. Esta situación limita su integración en la oferta turística del país, lo que implica una oportunidad desaprovechada para el sector.

Zazzali (2022), en su estudio titulado "Desarrollo histórico de los Esports y su desarrollo en Latinoamérica, 1990 – 2022", tiene como objetivo comprender y analizar el fenómeno de los esports en el contexto latinoamericano, a través de un enfoque histórico. Utilizando un análisis comparativo entre regiones, se destaca el rol pionero de Corea del Sur en la institucionalización de los esports. El estudio concluye que, aunque los esports han experimentado un rápido crecimiento global, en Latinoamérica enfrentan desafíos

como la falta de regulación y el estigma social. A pesar de estos obstáculos, se reconoce el potencial de crecimiento continuo de los esports en la región.

Rojas, et al. (2021), en su capítulo "Influencia de los videojuegos en el comportamiento de los adolescentes", exploran los efectos que los videojuegos tienen en jóvenes de 5° año de bachillerato. El estudio, de diseño descriptivo y no experimental, utilizó entrevistas telefónicas a 55 estudiantes. Los hallazgos revelan que, aunque los videojuegos de acción son los más populares, los adolescentes no experimentan cambios negativos sustanciales en su comportamiento, manteniendo habilidades sociales, conductas asertivas y un adecuado control de sus emociones.

El estudio destaca que, pese al contenido violento de algunos juegos, no se observa aislamiento social, ya que los jóvenes tienden a compartir esta actividad con amigos. Además, el control parental juega un papel crucial en moderar el tiempo dedicado a los videojuegos y en evitar efectos adversos, como el bajo rendimiento escolar o el sedentarismo. El texto concluye que el impacto de los videojuegos es positivo cuando se regula su uso, permitiendo a los adolescentes disfrutar de sus beneficios sin consecuencias graves.

Díaz, et al. (2021), en su artículo "El impacto de los videojuegos en el área socio-académica de los alumnos de nivel medio superior: Caso Cobacam, Plantel 09 Champotón", investigan cómo el uso de videojuegos influye en el desempeño académico y social de estudiantes de nivel medio superior en Campeche, México. Mediante encuestas, encontraron que el 46.3% de los estudiantes juegan videojuegos, y de estos, el 86% mantiene un promedio académico igual o superior a 8, mientras que solo el 4% presenta un rendimiento inferior a 6. Estos resultados sugieren que el uso de videojuegos no afecta negativamente las calificaciones de los estudiantes. Además, el estudio destaca que los

videojuegos pueden tener un impacto positivo en habilidades como la atención, la creatividad y el trabajo en equipo, siempre que su uso sea moderado y supervisado.

2.2.3. Antecedentes Internacionales (Europa y EEUU)

Bonkalo, et al. (2022), en la investigación titulada "Public attitudes to esports development based on the survey of university students and sports psychologists" [Actitudes del público hacia el desarrollo de los deportes electrónicos basado en la encuesta de estudiantes universitarios y psicólogos del deporte], explora la percepción de los deportes electrónicos entre estudiantes universitarios rusos y psicólogos del deporte. Con un enfoque cuantitativo mediante encuestas en línea, los autores concluyen que, aunque los esports están en crecimiento, aún no son aceptados completamente como un deporte legítimo por una parte significativa de la sociedad. El estudio subraya la necesidad de investigaciones adicionales para entender mejor los beneficios y efectos de los esports, con el fin de mejorar su aceptación social y disminuir el escepticismo.

Crawford et al. (2021) en el artículo "The Economics of Esports" examina la estructura económica de los esports, centrándose en cómo las características del mercado y las preferencias de los consumidores influyen en la organización y monetización de los torneos. Los autores utilizan modelos económicos para analizar la demanda y oferta en este sector emergente, proporcionando una visión detallada de las dinámicas económicas que impulsan la industria de los esports.

En la tesis de maestría "Esports: A New Era in Sports Marketing", McCarthy (2019) explora cómo los esports están transformando el panorama del marketing deportivo en Estados Unidos. El autor analiza las estrategias utilizadas por las marcas para involucrar a las audiencias de esports y cómo estas prácticas difieren de las aplicadas en los deportes tradicionales. El estudio ofrece una comprensión profunda de las oportunidades económicas y los desafíos que presenta este nuevo ámbito del marketing deportivo.

Mangeloja (2019), en su artículo "Economics of Esports", examina el mercado de los deportes electrónicos desde una perspectiva económica, destacando sus características únicas frente a los deportes tradicionales. Analiza cómo factores como los premios en torneos y la presencia de jugadores destacados, "superestrellas", son los principales impulsores de la demanda. Utilizando datos se demostró que la popularidad de los esports no depende de un equilibrio competitivo, sino de la atracción hacia jugadores élite. También aborda los desafíos del sector, como la regulación y la sostenibilidad económica.

2.3. Marco teórico

2.3.1. Deporte

El deporte ha sido conceptualizado desde diversas perspectivas que reflejan su complejidad como fenómeno social, cultural y competitivo. Pierre de Coubertin (2016), creador de los Juegos Olímpicos modernos, expandió la noción tradicional del deporte, viéndolo no solo como una actividad física, sino como una herramienta pedagógica que fomenta valores éticos y morales. En su obra "L'Oeuvre Olympique", Coubertin defendía la idea de que el deporte tiene un rol fundamental en el desarrollo integral de la persona, promoviendo no solo la competición, sino también el respeto y la cooperación, factores esenciales para la cohesión social.

Por su parte, Johan Huizinga (1938) en "Homo Ludens" sugirió que el deporte, y el juego en general, tienen un rol estructurador en la sociedad. El juego no es una simple distracción, sino una actividad primordial que contribuye a la formación de normas y relaciones sociales. Desde esta perspectiva, los deportes y el juego establecen espacios de interacción que moldean la cultura y los valores compartidos dentro de una comunidad.

Bernard Suits (2005), en su obra "The Grasshopper: Games, Life, and Utopia", introduce el concepto de "actitud lúdica" o *lusory attitude*, la cual implica que los participantes de un juego o deporte aceptan voluntariamente las reglas para lograr un objetivo. Suits desmitifica la percepción de que los juegos son triviales, y destaca cómo las reglas autoimpuestas en el deporte permiten el desarrollo de habilidades complejas y la creación de significados que trascienden el ámbito del juego.

2.3.2. Deportes electrónicos o esports

Los deportes electrónicos, o esports, son una forma contemporánea de competición que ha reconfigurado las fronteras entre entretenimiento y deporte. Según Gotarra (2017), los esports implican la participación activa de jugadores en torneos que, aunque se desarrollan en entornos virtuales, requieren habilidades estratégicas y técnicas comparables a las de los deportes tradicionales. A diferencia de los deportes convencionales, los esports combinan componentes mentales y físicos, integrando elementos tecnológicos que desafían las nociones tradicionales de lo que se considera deporte.

Wagner (2006) argumenta que los esports, además de exigir una destreza mental y física significativa, requieren un entrenamiento constante para perfeccionar las habilidades necesarias para competir a nivel profesional. Este aspecto resalta la profesionalización del sector, similar a la de deportes tradicionales como el fútbol o el tenis.

Mia Consalvo (2007) aborda la legitimidad de los videojuegos como formas de entretenimiento. Su trabajo destaca cómo han evolucionado hacia plataformas legítimas de competición y expresión cultural. Esto es fundamental para entender cómo los esports han adquirido reconocimiento y aceptación en la sociedad contemporánea.

Mark J. P. Wolf (2015) aporta una perspectiva global a la comprensión de los esports. Wolf explora cómo estas competiciones se adentrado en diversas culturas, destacando la universalidad de los videojuegos como medio de expresión y competición. Esta visión internacional es esencial para comprender la diversidad y la magnitud global de los esports.

La evolución de los esports hacia una estructura altamente organizada y profesionalizada ha sido analizada por T.L. Taylor (2015), quien destaca que estas competiciones ya no son vistas simplemente como juegos recreativos, sino como un espacio en el que jugadores profesionales, equipos y patrocinadores interactúan en un entorno competitivo con una audiencia global. Este enfoque señala cómo los esports han ganado legitimidad en el mundo deportivo, transformándose en un campo de oportunidades económicas y profesionales.

2.3.3. Videojuegos

2.3.3.1 Definición

Los videojuegos, de acuerdo con Jesper Juul (2011), son una fusión de reglas reales y mundos imaginarios que permiten a los jugadores experimentar una interacción dinámica. Juul sugiere que la naturaleza única de los videojuegos reside en su capacidad para integrar las restricciones del mundo real con las posibilidades ilimitadas de la fantasía. Este equilibrio genera experiencias que combinan entretenimiento y desafíos, lo que explica su creciente popularidad en diversas culturas.

Por otro lado, Katie Salen y Eric Zimmerman (2003) describen los videojuegos como sistemas de reglas complejas que crean narrativas interactivas. A través de su "Teoría del Diseño Centrado en el Jugador", los autores enfatizan la importancia de considerar las experiencias y preferencias de los usuarios al diseñar videojuegos, destacando que la interacción es el componente clave que define la naturaleza de los videojuegos. Estas

teorías conectan con la visión de Juul sobre la "narrativa ludológica", que plantea que la historia en los videojuegos se construye mediante la participación activa del jugador.

2.3.3.2 Tipos

Para hablar de tipos de videojuegos, se debe aclarar que no existe una segmentación planteada por una autor u organización, sino que esta lista ha evolucionado y sido adoptada como una convención estándar a lo largo del tiempo por la comunidad de jugadores, desarrolladores y críticos. Sin embargo. La AEVI (2019), en el Libro blanco de los esports en España, recoge los géneros más populares: Multiplayer Online Battle Arena (MOBA), Real Time Strategy (RTS), First Person Shooters (FPS), Fighting Games, Battle Royale (BR), Sport games, Collectible Card Games (CCG), Racing.

La diversidad de géneros de videojuegos es evidente, y su clasificación ha evolucionado con la participación activa de la comunidad de jugadores, desarrolladores y críticos, ofreciendo una visión general de la variedad que define la industria del gaming.

La clasificación de los esports según las plataformas de juego es un factor clave para entender la evolución y diversidad de este sector. Cada plataforma ofrece características distintas que impactan tanto en la experiencia de juego como en la accesibilidad de estos. La PC es una de las plataformas más versátiles, permitiendo configuraciones personalizadas y gráficos de alta calidad, lo que la convierte en un pilar de los videojuegos competitivos, con títulos emblemáticos como League of Legends y Dota 2. Por otro lado, las consolas, como PlayStation y Xbox, destacan por su facilidad de uso y títulos exclusivos, lo que las mantiene relevantes en competiciones específicas, como los juegos de deportes y lucha.

Los dispositivos móviles, han ganado terreno debido a su fácil accesibilidad, permitiendo a millones de jugadores participar en competiciones desde cualquier lugar, con juegos como PUBG Mobile, Clash Royale y Free Fire. Finalmente, los juegos en línea, como Fortnite y Valorant, se han consolidado gracias a su capacidad para conectar a jugadores de todo el mundo en tiempo real, lo que ha sido crucial para la expansión global de los esports.

En resumen, las plataformas de juego no solo determinan cómo se juegan los esports, sino que también reflejan la creciente accesibilidad y diversidad del sector, cada una contribuyendo de manera única a su desarrollo competitivo.

2.3.4. Cultura de los videojuegos

La cultura de los videojuegos ha sido explorada desde diversas perspectivas académicas. Henry Jenkins (1992) introdujo el concepto de "cultura participativa" al describir cómo los jugadores no solo consumen videojuegos, sino que también crean y comparten contenido, lo que contribuye a la formación de comunidades colaborativas. En el contexto de los esports, esta cultura participativa es evidente en la creación de foros y contenidos derivados, lo que refuerza los lazos sociales y la identidad de los jugadores.

James Paul Gee (2007), por su parte, analiza la cultura de los videojuegos desde un enfoque educativo, sugiriendo que estos juegos pueden funcionar como herramientas de aprendizaje. Los videojuegos ofrecen entornos ricos en desafíos cognitivos, donde los jugadores deben resolver problemas complejos, lo que estimula el desarrollo de habilidades críticas y colaborativas.

2.3.5. Psicología de un jugador de videojuegos (gamer)

Jane McGonigal (2011) ofrece una visión optimista sobre la psicología de los gamers, argumentando que los videojuegos pueden satisfacer necesidades psicológicas profundas, como el sentido de logro, la conexión social y el propósito. McGonigal sostiene que los videojuegos proporcionan un espacio donde los jugadores pueden enfrentar desafíos significativos, lo que a menudo se traduce en un aumento del bienestar y la satisfacción personal. En el contexto de los esports, este sentido de logro se ve amplificado por la naturaleza competitiva y colaborativa de los torneos, donde los jugadores no solo buscan la victoria, sino también el reconocimiento dentro de su comunidad.

En contraste, Sherry Turkle (2011) explora la relación entre los jugadores y sus avatares, señalando cómo estos entornos virtuales permiten a los jugadores explorar aspectos de su personalidad o escapar de la rutina diaria. Sin embargo, Turkle advierte sobre el riesgo de que esta conexión virtual desplace las interacciones cara a cara, lo que podría llevar a un aislamiento social si no se maneja de forma adecuada.

2.3.6. Comunidad

Benedict Anderson (1983) propone que las comunidades no se limitan a la cercanía física, sino que son construcciones mentales donde las personas comparten una sensación de pertenencia a pesar de no conocerse personalmente. Argumenta que las naciones, son comunidades imaginadas donde las personas comparten una identidad, aunque no se conozcan personalmente. Anderson destaca cómo la idea de pertenencia a una comunidad trasciende las fronteras geográficas, permitiendo entender cómo es posible la creación de comunidades amplias y cohesionadas en un mundo donde las interacciones cara a cara son limitadas.

Por su parte, Robert D. Putnam (2020) expone el declive de la participación en comunidades tradicionales y subraya la importancia de la interacción social en la construcción de comunidades sólidas. El autor destaca que la falta de participación en actividades comunitarias puede llevar al aislamiento y afectar negativamente las relaciones sociales. En este punto los esports, como comunidades virtuales, ofrecen una nueva forma de participación, donde las interacciones sociales pueden ser tan significativas como en las comunidades físicas.

Por otro lado, Erving Goffman (1959) en su obra Goffman "The Presentation of Self in Everyday Life", compara las interacciones sociales con una representación teatral, donde las personas interpretan roles para construir la percepción de sí mismas en la comunidad. Esta analogía es aplicable a los esports, donde los jugadores asumen roles tanto en el juego como en la interacción social que rodea a estas competiciones.

2.3.7. Comunidad virtual

2.3.7.1. Comunidades virtuales en el espacio de los esports

Las comunidades virtuales según Howard Rheingold (1993), han transformado la manera en que los individuos interactúan en el espacio digital, constituyendo entidades sociales genuinas y no meras simulaciones de las comunidades físicas. En su análisis, Rheingold utiliza el concepto de "homesteading", una metáfora que ilustra cómo los usuarios pueden establecer su presencia en espacios virtuales, construyendo relaciones y cultivando un sentido de pertenencia similar al que se genera en las comunidades tradicionales. Este proceso de colonización del espacio virtual no se trata solo de compartir intereses, sino de la creación activa de un entorno comunitario regido por normas y valores compartidos.

Rheingold también subraya el papel crucial de la autorregulación dentro de estas comunidades. Los participantes, lejos de ser simples consumidores pasivos, actúan como moderadores y cuidadores de sus espacios, contribuyendo activamente al mantenimiento del orden y a la promoción de normas éticas y conductuales. Este fenómeno se observa claramente en las comunidades de esports, donde jugadores y aficionados se agrupan en foros y plataformas para discutir estrategias, compartir experiencias, y fortalecer el tejido social alrededor de los videojuegos.

Por su parte, Julian Dibbell (1998) profundiza en las complejidades de las interacciones en línea, destacando cómo estas comunidades virtuales pueden generar conexiones emocionales tan intensas como las relaciones físicas. A pesar de la falta de contacto cara a cara, las comunidades virtuales de esports logran establecer vínculos profundos entre sus miembros, facilitando el apoyo mutuo y el sentido de pertenencia. Sin embargo, Dibbell también advierte sobre los desafíos inherentes a estos espacios, como los conflictos y disputas que pueden surgir debido a la naturaleza anónima y a menudo descentralizada de la interacción en línea. Estos conflictos, aunque inevitables, también forman parte del crecimiento y consolidación de la comunidad, ya que los participantes aprenden a negociar normas de comportamiento y a gestionar la convivencia digital.

Mia Consalvo (2015), en su estudio sobre las comunidades de videojuegos, introduce el concepto de comunidades híbridas, las cuales no están subordinadas a estructuras culturales más amplias, sino que se forman a través de la participación activa en el juego. Estas comunidades no solo reflejan la pasión compartida por los videojuegos, sino que también permiten la construcción de significados y subjetividades que afectan tanto a la experiencia de juego como a la identidad de los jugadores. Los esports, en este sentido, crean espacios en los que las interacciones en el juego trascienden la pantalla y se convierten en parte integral de la vida cotidiana de sus participantes.

Consalvo sostiene que estas comunidades de juegos no solo ofrecen un entorno de entretenimiento, sino que constituyen un nuevo paradigma cultural, afectando la manera en que los jugadores perciben la realidad y se relacionan con el mundo que los rodea. En el contexto de los esports, estas comunidades moldean la experiencia competitiva, creando nuevas dinámicas socioculturales que permiten a los jugadores proyectarse como sujetos dentro de una narrativa mayor, donde el juego no es solo un fin en sí mismo, sino un medio para construir identidad y comunidad.

2.3.7.2. Impacto de las comunidades virtuales en los esports

El impacto de las comunidades virtuales en el mundo de los esports es significativo, ya que redefinen la experiencia del juego al trascender las simples interacciones dentro del entorno virtual. Estas comunidades no solo permiten la conexión entre jugadores y fanáticos, sino que también crean un sentido de pertenencia que fomenta la cohesión social en torno a los videojuegos. La participación activa en foros, redes sociales y plataformas específicas dedicadas a los esports ha creado una red social donde los logros individuales y colectivos se celebran, las estrategias se comparten y los valores de la comunidad se refuerzan continuamente.

Rheingold (1993) y Dibbell (1998) brindan un marco teórico que ayuda a comprender cómo estas comunidades virtuales se han convertido en una extensión natural de las interacciones humanas en el mundo digital. Los esports han aprovechado estas dinámicas para generar una cultura única, donde la participación activa no solo está orientada a la competición, sino también a la creación de una identidad compartida. Este fenómeno convierte a los esports en más que un simple entretenimiento, los transforma en un espacio cultural que ofrece experiencias compartidas y consolida el sentido de comunidad en un entorno globalizado.

2.3.8. Oportunidades económicas

2.3.8.1. Definición

El desarrollo económico impulsado por la creatividad y la innovación es un aspecto clave en la expansión de los esports. Richard Florida (2019) introduce el concepto de la clase creativa, destacando cómo la creatividad es un motor esencial del crecimiento económico en las ciudades. Según Florida, la presencia de individuos creativos atrae inversión y fomenta la creación de nuevos sectores económicos, lo que se refleja claramente en el mundo de los esports. Este sector no solo crea nuevas oportunidades laborales, sino que también revitaliza la economía urbana mediante la organización de eventos, el desarrollo de tecnologías asociadas y la creación de contenido digital.

Joseph Schumpeter (1942), en su análisis del capitalismo, introduce el concepto de destrucción creativa, refiriéndose a cómo las innovaciones disruptivas reemplazan a las estructuras económicas tradicionales. Los esports encajan perfectamente en esta teoría, ya que han emergido como una nueva forma de entretenimiento que desafía las convenciones de los deportes tradicionales y crea nuevas formas de generar ingresos a través de patrocinios, transmisiones en vivo y la comercialización de productos relacionados con el gaming. Este cambio constante es lo que impulsa la expansión de los esports como industria global.

Amartya Sen (2001) ofrece una perspectiva complementaria, argumentando que el desarrollo económico debe ser evaluado no solo por indicadores financieros, sino también por el impacto en las libertades y capacidades de las personas. En el contexto de los esports, esta visión se refleja en cómo este sector ha democratizado el acceso a nuevas formas de empleo y entretenimiento, permitiendo que individuos de todo el mundo participen en competiciones, desarrollen habilidades y accedan a oportunidades económicas que antes no existían.

2.3.8.2. Oportunidades económicas asociadas con los deportes electrónicos

Los esports presentan diversas oportunidades económicas que abarcan múltiples sectores. Una de las fuentes principales de ingresos en este sector son los patrocinios, los cuales juegan un rol crucial en la sostenibilidad de los equipos y las ligas. Según Philip Kotler (2022), experto en marketing, las relaciones entre marcas y consumidores se fortalecen a través de asociaciones estratégicas que crean un vínculo emocional con la audiencia. En los esports, las marcas aprovechan la gran visibilidad y el alto nivel de compromiso de los fanáticos para construir estas relaciones, incrementando su presencia en el mercado global.

En cuanto a la publicidad, Marshall McLuhan (1996), teórico de la comunicación, argumenta que los medios influyen directamente en la percepción social y cultural. En el contexto de los esports, la publicidad ha evolucionado para aprovechar la gran cantidad de espectadores que siguen estas competiciones. Las transmisiones en vivo y el contenido generado por los propios jugadores se han convertido en poderosas plataformas de marketing, donde las narrativas publicitarias se integran de manera orgánica en la experiencia del espectador, aumentando la efectividad del mensaje.

Por último, las carreras profesionales en el ámbito de los esports están en constante expansión. Richard Florida (2019) destaca que la economía del conocimiento ha dado lugar a nuevas formas de empleo, y los esports representan un claro ejemplo de ello. No solo se han creado puestos para jugadores profesionales, sino que también ha surgido una amplia gama de oportunidades en áreas como el desarrollo de contenido, la gestión de eventos, la ingeniería de software y el marketing digital. Estas nuevas carreras no solo contribuyen a la economía global, sino que también ofrecen a los jóvenes un camino alternativo para el éxito profesional, alineándose con las demandas de la economía moderna.

2.4. Definición de términos básicos

AEVI. “Asociación Española de Videojuegos, organización que representa y promueve los intereses de la industria de los videojuegos en España, abordando temas como la regulación, la promoción y la visibilidad de los videojuegos en la sociedad” (AEVI, 2019).

APDEV. “Asociación que promociona y trabaja a favor de la profesionalización de los Deportes Electrónicos en el Perú”

Battle Royale (BR). “Género de videojuegos en el que un gran número de jugadores compite entre sí para ser el último en pie. Los jugadores deben sobrevivir dentro de un área de juego que se reduce con el tiempo” (PlayerUnknown, 2017).

Collectible Card Games (CCG). “Juegos de cartas coleccionables, donde los jugadores construyen mazos personalizados de cartas y compiten entre sí. Las cartas suelen tener ilustraciones únicas y diferentes valores estratégicos” (Garfield, 1993).

Comunidades imaginadas. “Son las comunidades que trascienden la proximidad física y son construcciones mentales compartidas” (Anderson, 1983).

Cultura participativa. “Se refiere a la activa participación de los jugadores en la creación de significado en la cultura de los videojuegos (Jenkins, 1992)

Educación moral. “Indica la enseñanza de valores éticos a través de la participación en el deporte” (De Coubertin, 2016).

Fighting Games. “Juegos de lucha en los que los jugadores controlan personajes y luchan entre sí. Estos juegos suelen tener mecánicas de combate complejas y estratégicas” (Sakurai, 1999).

First Person Shooters (FPS). “Género de videojuegos en el que los jugadores experimentan la acción desde la perspectiva del personaje principal y usan armas de fuego para interactuar con el entorno” (id Software, 1993).

Fuerza formativa. “Destaca el impacto moldeador que el juego, y por extensión el deporte, tiene en la sociedad humana” (Huizinga, 1938).

Homesteading. “En el contexto de comunidades virtuales, se refiere al establecimiento y construcción activa de la presencia de un individuo dentro de dicha comunidad” (Rheingold, 1993).

MOBA (Multiplayer Online Battle Arena). “Género de videojuegos de estrategia en tiempo real donde dos equipos compiten para destruir la base del otro. Cada jugador controla un personaje único con habilidades especiales” (Riot Games, 2009).

Narrativa ludológica. “Perspectiva teórica que sostiene que la narrativa en los videojuegos se desarrolla a partir de las reglas del juego y las acciones del jugador” (Juul, 2011).

Racing. “Género de videojuegos centrado en carreras de vehículos, ya sea en circuitos cerrados o en entornos abiertos” (Electronic Arts, 1994)

Real Time Strategy (RTS). “Género de videojuegos de estrategia donde los jugadores toman decisiones y controlan unidades en tiempo real para derrotar a sus oponentes” (Blizzard Entertainment, 1998)

Sport games. “Género de videojuegos que simulan deportes reales, permitiendo a los jugadores participar en competencias virtuales de deportes como fútbol, baloncesto, entre otros” (Electronic Arts, 1994).

2.5. Objetivo general y específicos

2.5.1. Objetivo general

Analizar los factores que obstaculizan la participación masiva en los deportes electrónicos en Perú para proponer estrategias que fomenten una audiencia más amplia y comprometida.

2.5.2. Objetivos específicos

Analizar los factores que obstaculizan la participación masiva en los deportes electrónicos en Perú para proponer estrategias que fomenten una audiencia más amplia y comprometida.

Identificar las carencias en la infraestructura y desarrollo de equipos de deportes electrónicos en Perú con el objetivo de proponer mejoras que impulsen la competitividad a nivel nacional e internacional.

Evaluar el impacto económico de los deportes electrónicos y las oportunidades económicas que generan en Perú para 2024.

Examinar el papel de la cultura y comunidad de jugadores en la percepción y aceptación de los deportes electrónicos en Perú.

2.6. Plan de actividades del proyecto

2.6.1. Plan de acción

2.6.1.1. Objetivo general

El objetivo principal de este plan es desarrollar una estrategia de comunicación para aumentar el reconocimiento y aceptación de los deportes electrónicos en Perú, posicionándolos como una actividad profesional y culturalmente significativa. Esto se logrará mediante un enfoque integral de sensibilización, profesionalización y difusión, que aborde las necesidades de la comunidad de esports, mejore la percepción pública y atraiga apoyo institucional y patrocinadores.



Imagen 1. Diseño representativo de los objetivos del plan de acción.

2.6.1.2. Estrategias de acción

2.6.1.2.1. Campaña de sensibilización

Crear una campaña de sensibilización que destaque los beneficios culturales y económicos de los deportes electrónicos en Perú. Esta campaña se enfocará en redes sociales y medios digitales para comunicar historias de éxito de jugadores peruanos y casos de estudio de otros países donde los esports son un sector reconocido. Se realizarán charlas y talleres en colegios y universidades, con testimonios de jugadores y profesionales del sector, para informar a estudiantes y padres sobre las oportunidades que los deportes electrónicos ofrecen. Esta campaña buscará reducir el estigma y atraer una aceptación social más amplia de los esports en el país, promoviendo su reconocimiento como actividad legítima y profesional.



Imagen 2 y 3. Publicación en redes sociales de la APDEV sobre el mundo gamer.



Imagen 4. Artículo en Revista Digital sobre la vida de Enzo Gianoli o Timado como es conocido en el mundo gamer (jugador profesional de esports). Adaptación de la revista Caretas

2.6.1.2.2. Programa de formación

Desarrollar un programa de formación y profesionalización en alianza con universidades y centros educativos, que incluya certificaciones y cursos especializados en áreas como gestión de eventos de esports, entrenamiento y psicología deportiva aplicada a videojuegos. Este programa se complementará con la creación de academias y centros de entrenamiento equipados con tecnología avanzada y con un enfoque competitivo, donde los jugadores podrán entrenar en condiciones similares a las de competencias internacionales. Este espacio de aprendizaje permitirá a los jugadores mejorar sus

habilidades y ampliar sus opciones de carrera, aportando a la profesionalización y fortalecimiento del ecosistema de esports en Perú.



Imagen 5. Academia e-Sports y Artes Digitales UCAB-SimpleTV (Venezuela)



Imagen 6 y 7. Ilustraciones generadas por IA (Leonardo AI), que muestran una clase sobre esports y alumnos compartiendo salas de cómputo con jugadores de esports.



Imagen 8. Gimnasio de la UPC que podría ser usado por jugadores profesionales de esports.

2.6.1.2.3. Estrategia de difusión

Diseñar una estrategia de difusión para maximizar la exposición de los deportes electrónicos en medios tradicionales y digitales en Perú. La campaña incluirá anuncios en televisión, radio y plataformas digitales, mostrando logros de los jugadores nacionales, resúmenes de torneos, y entrevistas con figuras del ámbito gamer y del entretenimiento digital. Además, se generará contenido en colaboración con influencers y personalidades reconocidas, quienes amplificarán el alcance de la campaña, atrayendo a una audiencia juvenil e interesada en la tecnología y el gaming. Esta estrategia permitirá posicionar a los esports como un sector de interés nacional y cultural.



Imagen 9. Publicación del streamer Ibai en la red social X, anunciando la presentación de su equipo de esports.

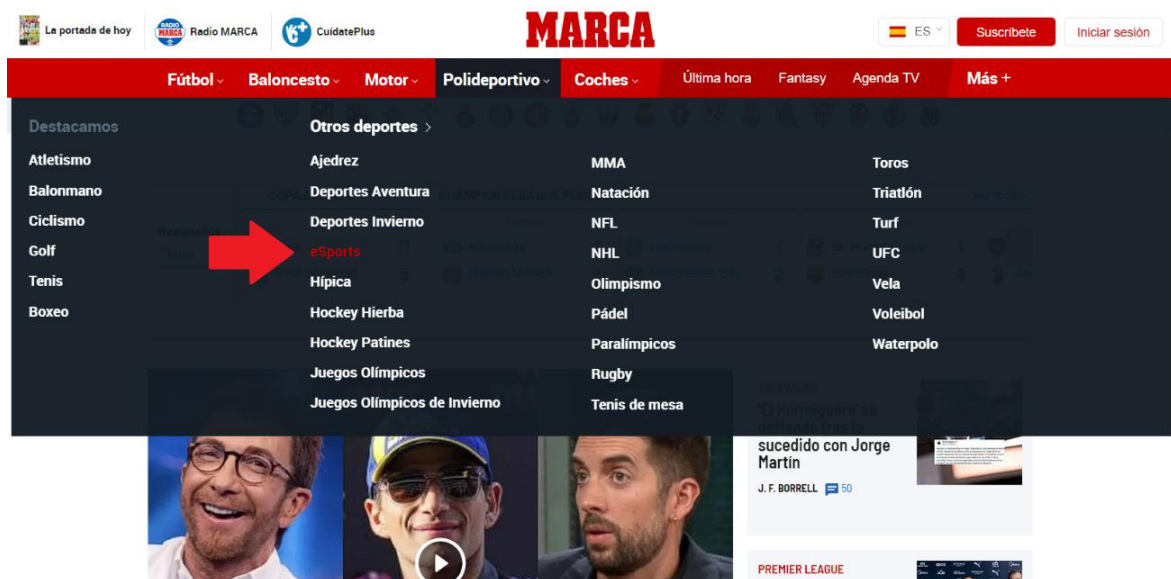


Imagen 10. Portal web del diario Marca en el que existe una pestaña específica para los esports.

DOMINGO

19 NOV 2023 | 8:16 H

Guerreras y campeonas

El equipo femenino de Dota 2 ganó la medalla de oro en los eSport Panamericanos de Chile y ha marcado un hito en el Perú: puede iniciar el despegue de los equipos de mujeres en un juego en el que somos potencia. En tanto, se alistan para el torneo mundial Riyadh Master 2023.



Imagen 11. Publicación en el diario La República sobre el equipo peruano femenino de DOTA 2 ganador de la medalla de Oro en los Juegos Panamericanos, Chile 2023.

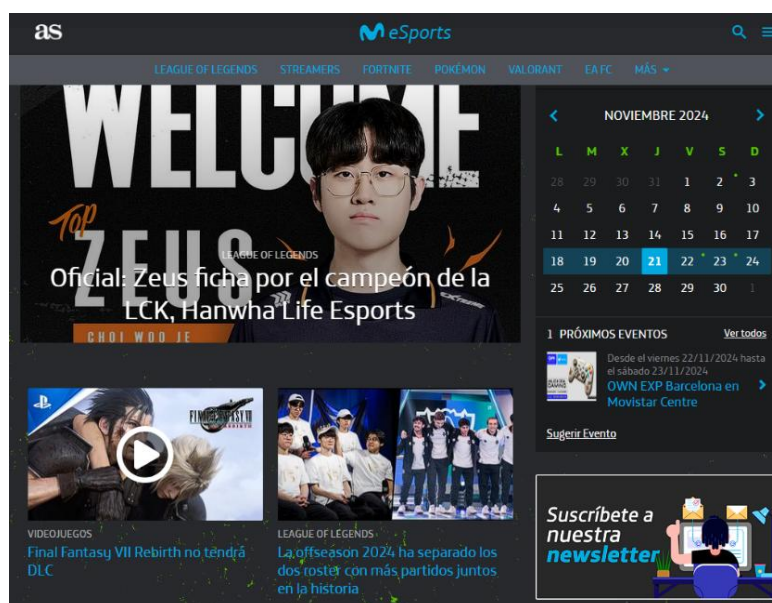


Imagen 12. Web de Movistar esports, sitio web específico sobre esports, videojuegos y streamers.

2.6.1.2.4. Infraestructura para eventos

Invertir en la construcción de una infraestructura que permita desarrollar eventos de esports y genere empleos en este sector. Se crearán centros de entrenamiento y arenas de competencia de nivel profesional, con equipamiento y servicios acordes a los estándares internacionales. Estos espacios albergarán tanto torneos locales como eventos de capacitación y servirán de punto de encuentro para jugadores y organizadores. Asimismo, se organizarán ligas y torneos periódicos que ofrecerán a los jugadores la oportunidad de competir profesionalmente y mejorar su desempeño. Esta estrategia se enfocará en crear una base física y profesional que respalde la continuidad y crecimiento de los esports en Perú.

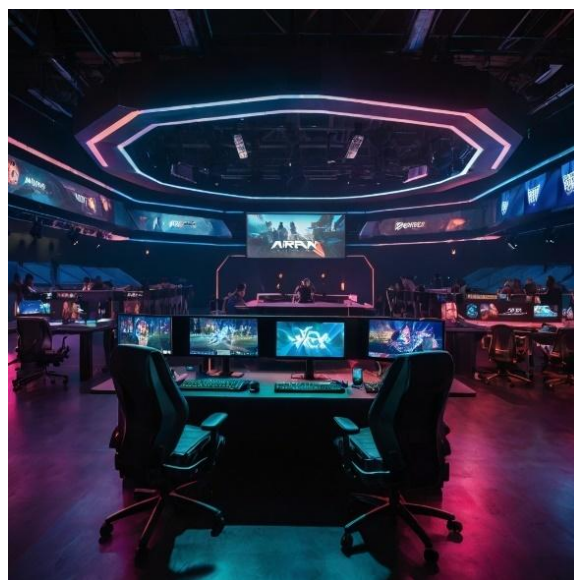
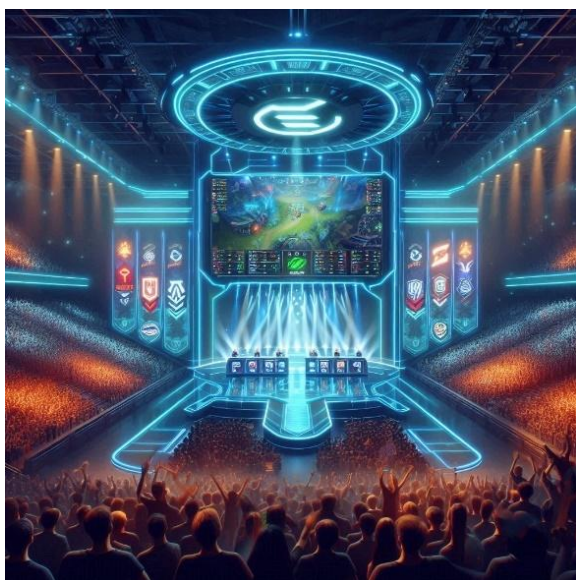


Imagen 13 y 14. Recreación mediante IA (Leonardo AI) de arenas profesionales para competencias nacionales e internacionales

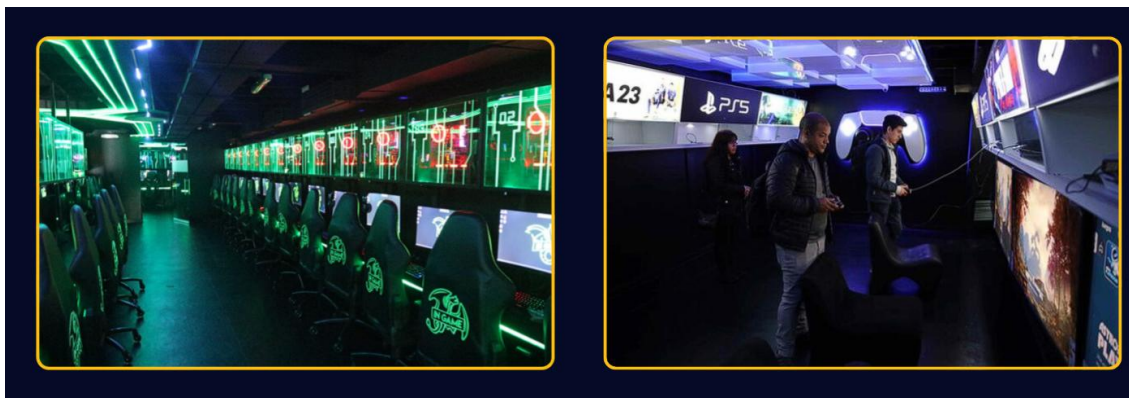


Imagen 15. Centro especializado en videojuegos In-Game, inaugurada a fines del año 2024 por la APDEV.

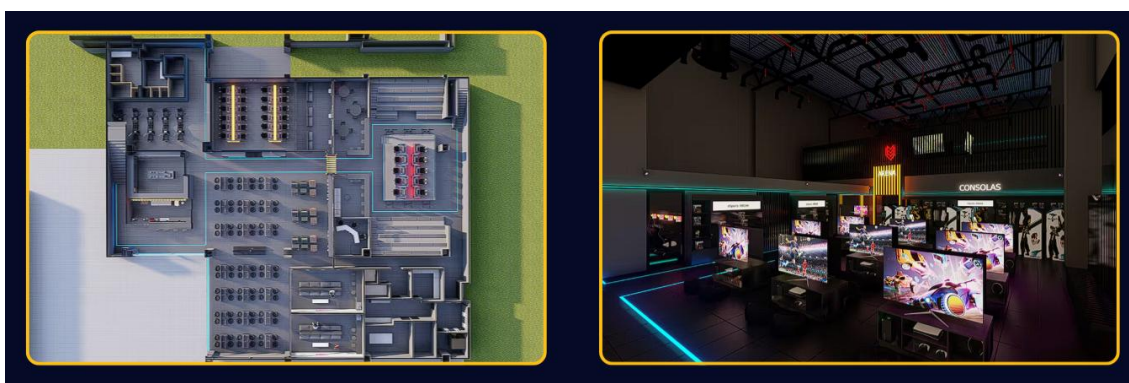


Imagen 16. Planos y renders del gaming center en Real Plaza Puruchuco. Se estima que será el más grande de Latinoamérica con casi 1.500 metros cuadrados.

2.6.1.2.5. Atracción de patrocinadores

Crear un plan de atracción de patrocinadores que muestre las oportunidades de los esports para empresas de diferentes sectores que deseen conectar con una audiencia joven y digital. Se diseñarán paquetes de patrocinio personalizados que incluyan visibilidad en eventos, redes sociales y transmisiones en vivo, para ofrecer a las marcas un canal directo hacia el mercado de los videojuegos y esports. Además, se realizarán reuniones y presentaciones para educar a los posibles patrocinadores sobre el crecimiento y potencial económico de los deportes electrónicos. Con esta estrategia, se espera asegurar un financiamiento continuo que permita el desarrollo y estabilidad de la industria de esports en Perú.



Imagen 17. Ficha personalizada del equipo de esports Infamous Gaming

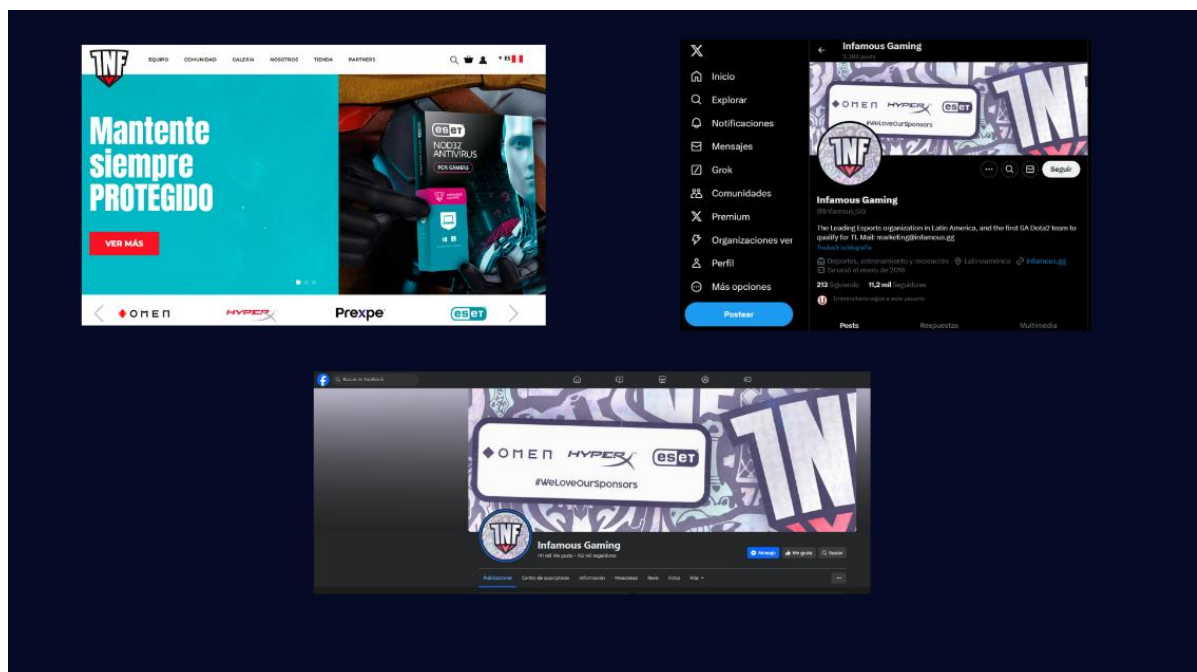


Imagen 18. Ejemplo de cómo se verían los sponsors dentro de las redes sociales del equipo Infamous Gaming.



Imagen 19. Merchandising de los productos del equipo.

PAQUETES DE PATROCINIO

PACK BRONCE	PACK ORO
- Logotipo pequeño en redes sociales (posts, historias, etc.). - Mención en transmisiones en vivo. - Inclusión en banners digitales del equipo. COSTO ESTIMADO: S/ 8,000 - S/ 12,000	- Logotipo grande y prominente en camisetas del equipo (ubicado al frente). - Inclusión destacada en todos los materiales promocionales del equipo (banners, transmisiones, redes). - Participación activa en eventos presenciales y activaciones. - Producción de contenido exclusivo con el equipo (videos promocionales, entrevistas, etc.). COSTO ESTIMADO: S/ 50,000 - S/ 70,000
PACK PLATA	PACK PLATINIUM
- Logotipo mediano en camisetas del equipo. - Mayor presencia en redes sociales. - Presencia en transmisiones en vivo y banners durante eventos oficiales. - Invitación a activaciones (como firmas de autógrafos o contenido exclusivo con jugadores). COSTO ESTIMADO: S/ 20,000 - S/ 30,000	- Patrocinador principal del equipo (logotipo en la posición más destacada de la camiseta). - Inclusión en todas las comunicaciones oficiales del equipo como patrocinador principal. - Activaciones personalizadas, como torneos con el branding del patrocinador. - Exposición total en torneos internacionales en los que participe Infamous Gaming. COSTO ESTIMADO: S/ 120,000 - S/ 200,000

Imagen 20. Distintos paquetes para patrocinadores.

2.6.1.3. Cronograma de ejecución

2.6.1.3.1. Análisis de contexto y preparación

- Revisión de investigaciones recientes y reuniones con jugadores, organizadores y patrocinadores para definir las necesidades.
- Desarrollo de materiales iniciales para las campañas de sensibilización y organización de eventos educativos en universidades.

2.6.1.3.2. Implementación de campañas de sensibilización

- Lanzamiento de campañas en redes sociales y medios tradicionales para visibilizar los logros de la comunidad de esports.
- Charlas en centros educativos y ampliación de la red de contactos con influencers y figuras reconocidas de la industria.

2.6.1.3.3. Profesionalización y generación de infraestructura

- Inicio de alianzas con universidades e institutos, como la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), Toulouse Lautrec y empresas como, Lenovo o Redbull; para la creación de centros de entrenamiento y programas de certificación en deportes electrónicos.
- Atracción de inversionistas interesados en financiar la creación de espacios de esports, como arenas y centros de formación. Empresas como Claro Perú, que han patrocinado eventos de gaming; Lenovo, que realiza colaboraciones en eventos tecnológicos y con gamers; Real Plaza, que anunció el desarrollo de un centro de esports en Puruchuco o Red Bull que

es reconocida por su apoyo a deportes extremos y eventos de gaming en todo el mundo, podrían ser los principales interesados.

2.6.1.3.4. Consolidación y difusión continua

- Intensificación de campañas de comunicación en medios de alcance nacional y evaluación del impacto del plan de trabajo.
- Fortalecimiento de relaciones con patrocinadores y revisión de métricas para asegurar la sostenibilidad de las acciones.

2.6.1.4. Evaluación del plan

Se usarán las siguientes métricas:

- Percepción pública: Incremento en el porcentaje de personas con una opinión positiva sobre los esports.
- Participación: Aumento en el número de jugadores y espectadores en eventos de esports.
- Apoyo institucional: Colaboración con instituciones y creación de programas educativos.
- Patrocinio y financiamiento: Incremento en la cantidad y diversidad de patrocinadores.
- Cobertura mediática: Mayor presencia de los esports en medios tradicionales y digitales.

2.7. Metodología del proyecto

2.7.1. Metodología

2.7.1.1. Variable

Deportes electrónicos

2.7.1.2. Tipo

Se eligió la investigación básica debido a su enfoque en la generación de conocimiento teórico y conceptual ya que se centra en conocer y comprender una realidad sin buscar aplicaciones directas inmediatas (Ñaupas Paitán et al. , 2023). En el contexto de los deportes electrónicos, esta perspectiva permite explorar y desarrollar principios fundamentales, contribuyendo así al avance del conocimiento en el campo sin preocuparse por su utilidad práctica inmediata.

2.7.1.3. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación será mixto. En primer lugar, se desarrollará la parte cualitativa, fundamentada en la necesidad de explorar en profundidad las experiencias y percepciones asociados con los desafíos y oportunidades de los deportes electrónicos en Perú en 2024. Este enfoque, según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2023), se define como una metodología que busca comprender los significados, experiencias y contextos sociales involucrados en el estudio. En esta etapa, se empleará una entrevista semiestructurada y que permitirá recopilar datos detallados y profundos.

En una segunda etapa, se llevará a cabo la parte cuantitativa, cuyo objetivo será medir y analizar patrones y tendencias que complementen y validen los hallazgos cualitativos. Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2023), un enfoque mixto permite integrar ambas metodologías, proporcionando una visión más completa y robusta del fenómeno estudiado.

2.7.1.4. Diseño

El diseño de investigación seleccionado es no experimental de corte transversal, dado que no implica la manipulación de variables y la recolección de datos se realiza en un único período de estudio (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2023), concretamente durante el año 2024.

2.7.1.5. Nivel

Se empleó un estudio exploratorio, ya que se realizó una búsqueda inicial de información para formular el problema de investigación, los objetivos y las hipótesis pertinentes (Ñaupas Paitán et al., 2023).

Además, se adoptó un enfoque descriptivo en el nivel de estudio, con el propósito de recolectar datos a través de instrumentos para describir detalladamente las variables relevantes en el estudio de los deportes electrónicos en Perú en 2024, incluyendo sus características, rasgos, dimensiones y propiedades según lo planteado por Ñaupas Paitán et al. (2023).

2.7.1.6. Población

La población, según Rodríguez-Sosa & Burneo (2017), se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que poseen una característica común y que son objeto de estudio en una investigación específica.

Por lo tanto, la población de estudio comprenderá a toda la comunidad gamer del Perú. Esto implica a todos los jugadores de deportes electrónicos, organizadores y promotores de eventos, patrocinadores, espectadores, aficionados, así como también a otros actores relevantes involucrados en la escena de los deportes electrónicos en Perú, durante el año 2024.

2.7.1.7. Muestreo y muestra

La muestra de estudio es no probabilística, ya que la selección y el número de participantes se basarán en criterios definidos por el investigador (Ñaupas Paitán et al., 2023). Se utilizará el muestreo por conveniencia y el tipo de expertos para seleccionar de la comunidad gamer al presidente de la Asociación Peruana de Deportes Electrónicos y Videojuegos (APDEV) y a 30 participantes y jugadores profesionales de esports.

2.7.1.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos en esta investigación, se emplearán dos instrumentos principales: un cuestionario y una guía de entrevista.

Se aplicará una guía de entrevista al presidente de la Asociación Peruana de Deportes Electrónicos y Videojuegos (APDEV). Esta herramienta cualitativa permitirá explorar en profundidad las perspectivas, experiencias y opiniones del directivo sobre la evolución, desafíos y oportunidades dentro del ámbito de los deportes electrónicos en Perú.

Por otra parte, se elaborará un cuestionario dirigido a 50 miembros de la comunidad gamer del Perú seleccionados para la muestra. Este instrumento permitirá recopilar datos cuantitativos sobre diversos aspectos relacionados con los deportes electrónicos, incluyendo el perfil demográfico, la participación en eventos, la percepción social, las oportunidades económicas y las expectativas futuras. Según Kerlinger y Lee (2002), el cuestionario se define como un conjunto de preguntas sobre una o más variables a medir.

La combinación de estos instrumentos garantizará la obtención de datos completos y variados, tanto cuantitativos como cualitativos, para lograr una comprensión integral de la realidad de los deportes electrónicos en Perú y su impacto en la sociedad.

2.7.1.9. Entrevista

Anexos

2.7.1.10. Cuestionario

Anexos

2.7.2. Análisis de resultados

Entrevista

Nombre: Mariano Tapia

Profesión: Marketing, comunicaciones e innovación, con un Máster en Gestión Deportiva.

Experiencia: 10 años de experiencia en el sector.

Especialidad: Organización de eventos de esports, gestión equipos, desarrollo de reglamentos e innovación en el sector.

Tabla 1. Análisis de la entrevista a Mariano Tapia

Dimensiones	Pregunta	Citas textuales	Interpretación
Participación y audiencia	¿Cuál es el panorama actual de la participación de jugadores en la escena de deportes electrónicos en Perú?	“La participación ha crecido bastante, sobre todo en juegos como Dota 2 y League of Legends. Cada vez más gente se interesa y se une a torneos locales.”	Esta respuesta nos muestra que hay un avance real en la escena de deportes electrónicos en Perú, con una creciente cantidad de personas interesadas en participar. Esto significa que hay una comunidad en expansión que podría abrir puertas a nuevas oportunidades económicas, pues una base de jugadores más grande atrae más atención e inversión.

Participación y audiencia	¿Cómo ha evolucionado la participación de jugadores en los últimos años y cuáles han sido las tendencias más significativas que han observado?	“Hay un interés por profesionalizarse. Los jugadores ya no solo juegan por diversión; ahora buscan entrenar y formar equipos más serios.”	Esta tendencia a la profesionalización es un buen indicio del desarrollo de los esports en Perú. Nos dice que los jugadores están viendo los videojuegos como algo más serio y con posibilidades de carrera, aunque aún les falta el apoyo necesario para llevarlo al siguiente nivel. Esto destaca la importancia de brindar más recursos y espacios de entrenamiento.
Participación y audiencia	¿Cuáles son las características principales de la audiencia que participa en los eventos de deportes electrónicos en Perú?	“Es una audiencia joven, entre 15 y 30 años principalmente. Están muy interesados en la competencia y en apoyar a los equipos peruanos.”	Aquí se resalta que la mayoría de la audiencia de esports en Perú es joven, lo cual es clave para entender cómo los esports pueden influir en la identidad y cultura juvenil. Este grupo demográfico también es un fuerte potencial para expandir la aceptación social de los videojuegos y fomentar eventos dedicados a esta audiencia.
Desarrollo y estructura	¿Cuál es la situación actual de las infraestructuras disponibles para la realización de competiciones de deportes electrónicos en Perú?	“No hay suficientes espacios adecuados, y los que existen no están bien equipados para torneos grandes.”	La falta de espacios específicos para competencias limita el desarrollo de los esports en el país. Esto significa que, para que los esports crezcan, se necesita invertir en infraestructura que permita organizar eventos más grandes

			y atraer a una mayor audiencia.
Desarrollo y estructura	¿Cómo se ha trabajado en el desarrollo de ligas y torneos locales para fortalecer la escena competitiva en el país?	“Las ligas y torneos son mayormente iniciativas privadas, con recursos limitados y sin mucho apoyo de patrocinadores o el gobierno.”	La organización de eventos depende en gran medida de iniciativas privadas, lo que refleja el compromiso de la comunidad, pero también muestra la falta de apoyo institucional. Crear ligas locales fuertes podría ser clave para mejorar la organización y visibilidad de los deportes electrónicos en el país.
Desarrollo y estructura	¿Cuál ha sido el nivel de inversiones y patrocinios en la industria de los deportes electrónicos en Perú y cómo han contribuido al crecimiento del sector?	“Los patrocinadores son pocos y casi todos están en el sector tecnológico o gaming; todavía no tenemos muchas marcas de otros sectores interesadas.”	La falta de diversidad en los patrocinios es un obstáculo. Sin embargo, esto también representa una oportunidad para atraer empresas de otros sectores, lo cual fortalecería y diversificaría las fuentes de ingresos, brindando estabilidad a la industria.
Desarrollo y estructura	¿Cómo evalúan el marco legal actual relacionado con los deportes electrónicos en el país?	“No tenemos un marco legal específico para los esports. No hay reconocimiento oficial, y eso nos limita en varios aspectos.”	La falta de un marco legal es un freno importante. Sin reconocimiento, los esports no pueden acceder a ciertos beneficios y apoyo institucional. Tener un marco regulatorio ayudaría a que los deportes electrónicos sean vistos como una actividad legítima y podría facilitar la obtención de fondos y patrocinio.

Impacto económico	¿Cuál es la contribución económica de la industria de los deportes electrónicos en términos de ingresos generados y oportunidades de trabajo?	“Aunque todavía es pequeña, la industria ya genera algunos empleos, principalmente para casters, organizadores, y en marketing digital.”	Aunque es pequeña, la industria de los esports ya está generando empleos, lo que muestra su potencial. Apoyar este crecimiento podría abrir oportunidades de trabajo en áreas relacionadas con tecnología y eventos, que pueden ir creciendo a medida que la industria se expande.
Impacto económico	¿Qué impacto ha tenido la industria de los deportes electrónicos en la creación de empleo en el país?	“Ha sido positivo, aunque todavía es limitado. Los roles principales son para jugadores, casters, y técnicos en eventos.”	Los esports ya están creando empleos, aunque pocos. Si la industria crece, esta oferta laboral también podría expandirse y profesionalizarse, ayudando a diversificar las opciones de empleo en sectores creativos y tecnológicos.
Impacto económico	¿Cómo se ha desarrollado la relación entre la industria de los deportes electrónicos y otras industrias económicas en el país?	“Hay interés de algunas marcas en patrocinar, pero depende de iniciativas privadas. No es algo muy fuerte aún.”	La conexión con otras industrias está en sus primeras etapas, pero el interés existe. Esto es una señal de que los esports pueden generar colaboraciones con otros sectores, como la educación y el turismo, que podrían beneficiar a ambos.
Cultura y comunidad de jugadores	¿Cómo ha impactado la creación y participación en comunidades virtuales en el desarrollo de la escena de esports en Perú?	“Las comunidades virtuales son clave. Los jugadores y fans se organizan en línea, y eso les da un sentido de pertenencia.”	Las comunidades virtuales son el núcleo de los esports en Perú. Estas comunidades ayudan a que los jugadores y fans se conecten y mantengan activa la escena, fomentando el sentido de

			comunidad y visibilidad de los esports.
Cultura y comunidad de jugadores	¿De qué manera consideran que los deportes electrónicos han influenciado la cultura juvenil y popular en Perú?	“Definitivamente influyen. Los jóvenes adaptan términos y modas de los esports, se identifican con este mundo.”	Los esports están moldeando la cultura juvenil en Perú, no solo en entretenimiento, sino en cómo los jóvenes se identifican. Esto sugiere que los videojuegos y los esports pueden ser herramientas poderosas para conectar con esta generación.
Cultura y comunidad de jugadores	¿Cómo ha evolucionado la percepción pública y mediática de los deportes electrónicos en la sociedad peruana?	“Aunque aún hay estigma, la cobertura mediática está mejorando y la percepción es más positiva.”	La percepción está cambiando para bien, aunque persiste cierto estigma. Con una mejor cobertura y reconocimiento, los esports podrían ser cada vez más aceptados, lo cual es clave para su crecimiento como industria.

La entrevista a Mariano Tapia refleja un panorama mixto para los deportes electrónicos en Perú. Por un lado, se percibe un interés en constante crecimiento, con jugadores que buscan profesionalizarse y una audiencia joven que respalda la escena local. Sin embargo, también quedan claras las limitaciones que enfrenta la industria, como la falta de espacios adecuados, el escaso apoyo de patrocinadores y la ausencia de un marco legal que reconozca formalmente los esports. Esto evidencia que, aunque hay esfuerzos importantes por parte de los actores involucrados, aún no existen las condiciones necesarias para un desarrollo integral. Estos puntos subrayan la urgencia de implementar un plan de actividades que permita atender estas carencias y consolidar las oportunidades detectadas.

Cuestionario

1. ¿Cuántas horas a la semana dedicas a jugar deportes electrónicos?

50 encuestados

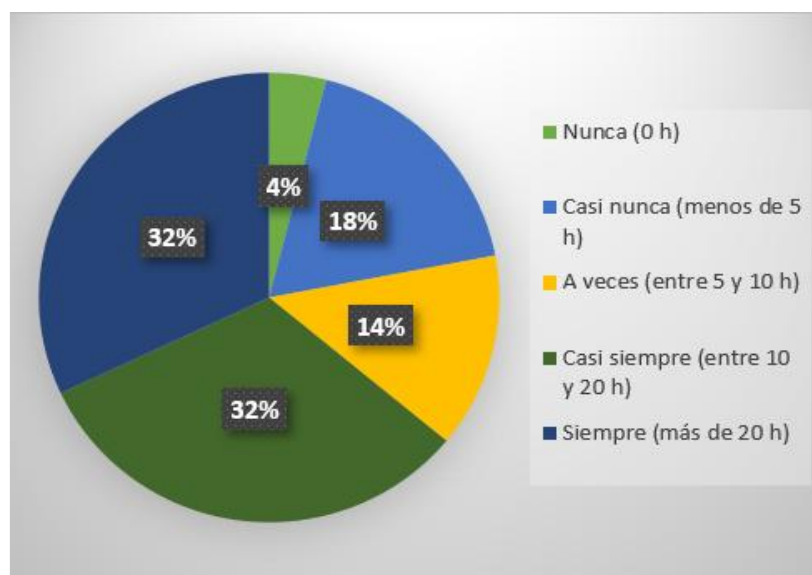


Figura 21. Horas dedicadas semanalmente a los deportes electrónicos

Los entrevistados invierten una buena cantidad de tiempo en los deportes electrónicos; más del 60% dedica entre 10 y 20 horas semanales, y un 32% supera las 20 horas. Esto sugiere que tienen un compromiso constante y que no solo están interesados en los juegos como entretenimiento ocasional, sino que los consideran una actividad que merece dedicación. Estos datos muestran que una gran parte de la comunidad peruana de esports trata a estos como algo más que un simple hobby, los consideran una actividad que merece dedicación. Este dato sugiere la existencia de un público altamente motivado y dispuesto a invertir tiempo en el entrenamiento y la mejora de sus habilidades. Este nivel de dedicación abre posibilidades para desarrollar servicios de preparación o entrenamiento más formalizados en Perú, donde los jugadores puedan perfeccionar sus habilidades de forma profesional y que con la estructura adecuada se podrían transformar en carreras potenciales dentro del ámbito de los esports.

2. ¿Desde hace cuánto tiempo participas en deportes electrónicos?

50 encuestados

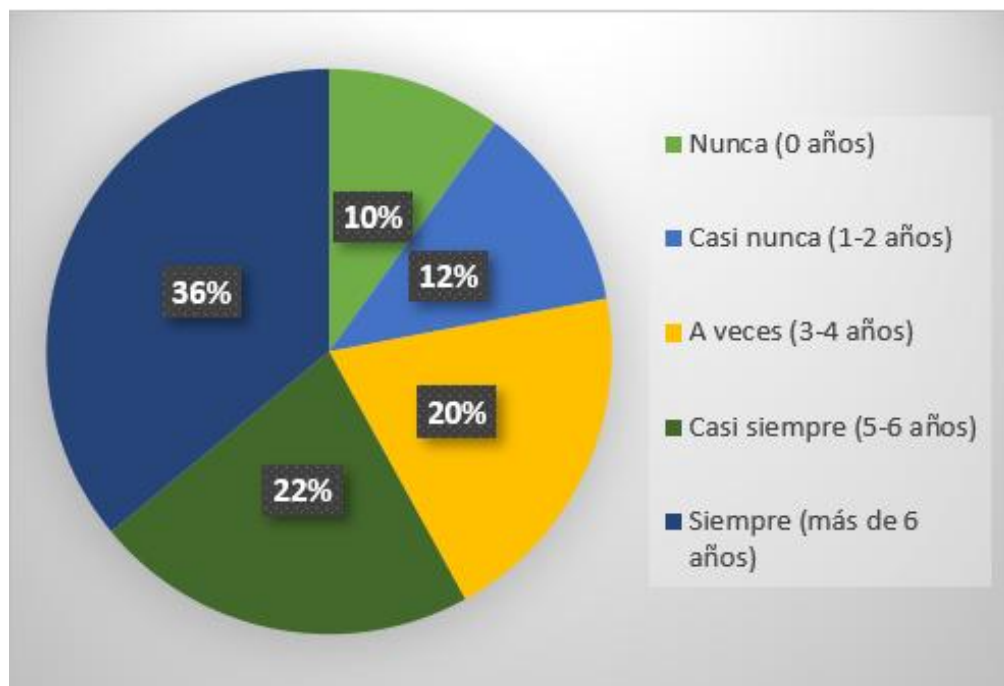


Figura 22. Años de experiencia en deportes electrónicos

La encuesta muestra que casi tres cuartas partes de los participantes tienen más de tres años de experiencia en deportes electrónicos, y un tercio lleva cinco años o más en esta actividad. Esto muestra que la comunidad de esports en Perú no es algo reciente, sino que se encuentra establecida y cuenta con cierta antigüedad.

Muchos participantes no solo han seguido la evolución de los videojuegos, sino que han sido parte de su crecimiento. Esto abre la puerta a propuestas para invertir en programas de formación, capitalizando una base de jugadores que conoce y entiende la escena.

3. ¿Con qué frecuencia asistes (virtualmente o en persona) a eventos de deportes electrónicos?

50 encuestados

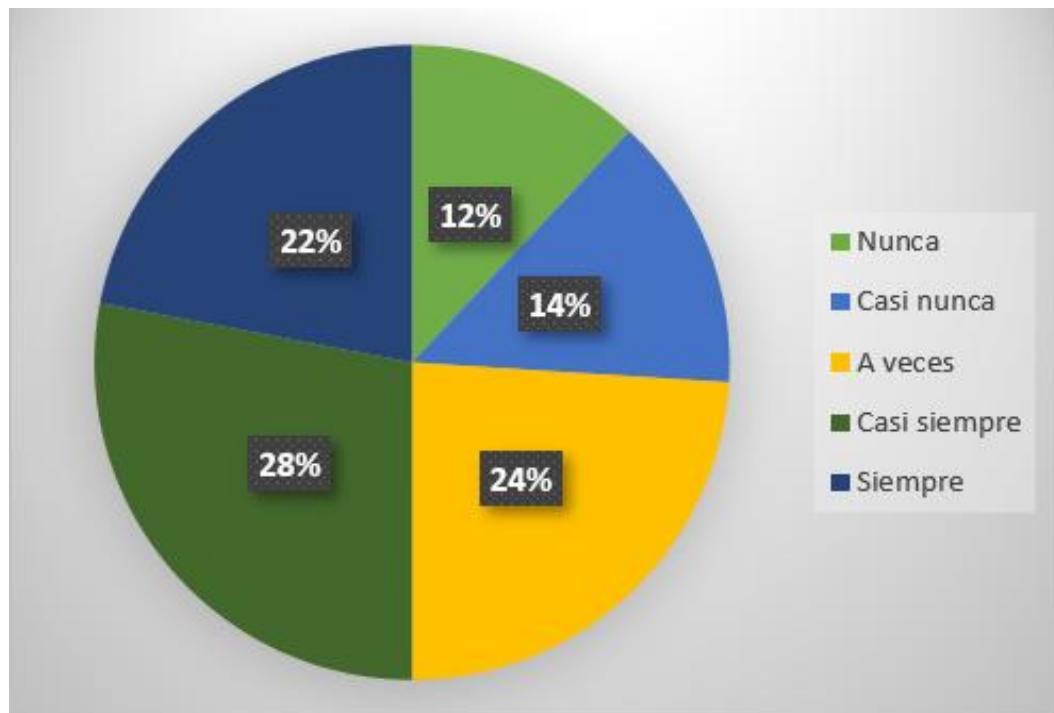


Figura 23. Asistencia a eventos de esports

Más de la mitad de los encuestados asiste a eventos virtual o de manera presencial al menos una vez al mes. Esta frecuencia revela que los eventos son una parte esencial para el desarrollo de los esports, proporcionando a la audiencia un espacio para disfrutar e interactuar con la comunidad.

Sin embargo, también se observa que, aunque hay interés, un cuarto de los encuestados muestran desafección por estos. Lo que nos lleva a pensar en que aún debemos mejorar la calidad de los eventos, desde la difusión de estos, la elección de espacios adecuados y una mejor organización podría aumentar aún más la asistencia y fidelidad del público.

4. ¿Has notado un aumento en el número de participantes en deportes electrónicos en los últimos años?

50 encuestados

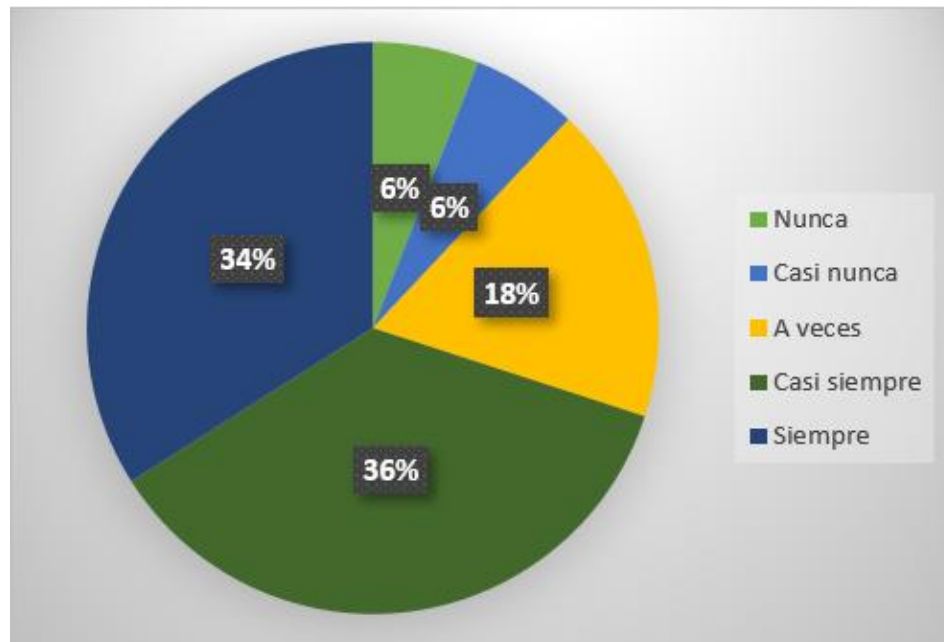


Figura 24. Percepción del crecimiento de la industria de esports en Perú

Existe un notable incremento en el número de participantes en deportes electrónicos en el Perú, y mas de un 70% de los encuestados lo confirma. Esto demuestra que tenemos una industria en expansión y cada vez más visible, algo que puede atraer la atención de empresas y patrocinadores que busquen aprovechar esta tendencia emergente.

La oportunidad de crecimiento es significativa, especialmente con la posibilidad de diversificar la oferta y expandir los servicios vinculados a los esports, desde academias, transmisiones online y productos de equipos y jugadores. Este resultado es muy positivo para aquellos interesados en apoyar la escena de esports, ya que demuestra un interés sostenido y un potencial mercado para el desarrollo.

5. ¿Qué tan importante consideras los siguientes factores al decidir asistir a un evento de deportes electrónicos? (Interés en el juego, popularidad del evento, calidad de la transmisión, otros)

50 encuestados

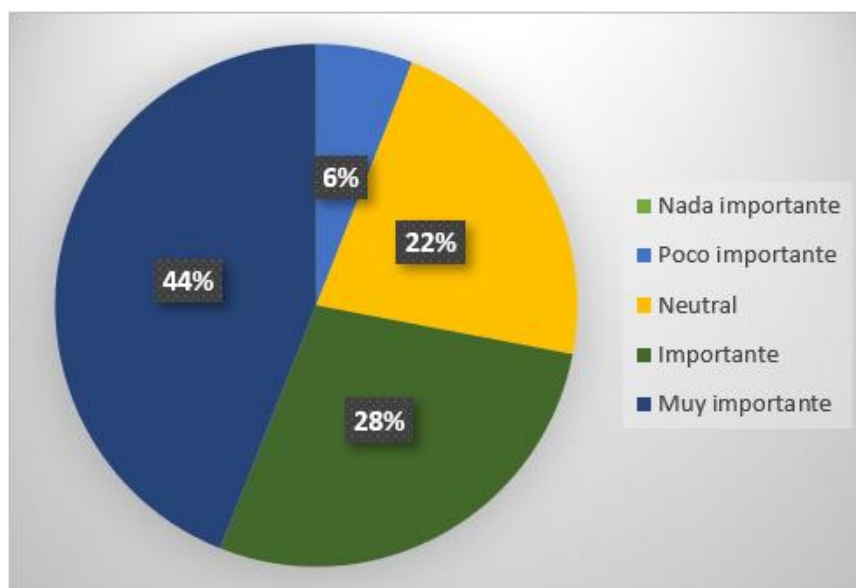


Figura 25. Factores importantes para asistir a un evento de deportes electrónicos

Los asistentes a eventos de esports en Perú valoran de gran manera la calidad de la transmisión y el interés en los juegos, factores que más de la mitad de los encuestados consideran claves. Estos elementos sugieren que los espectadores tienen expectativas claras y buscan un nivel alto de profesionalidad en cada evento.

Lo que nos indica que las empresas organizadoras deben considerar estas prioridades al estructurar los eventos, y asegurarse de contar con tecnología de transmisión de calidad y la selección adecuada de los videojuegos. Con esto, la industria podría atraer una audiencia más amplia y fidelizar a quienes ya participan activamente, posicionando a Perú como un lugar atractivo para eventos de esports de calidad.

6. ¿Consideras que las infraestructuras actuales para competiciones de deportes electrónicos en Perú son adecuadas?

50 encuestados

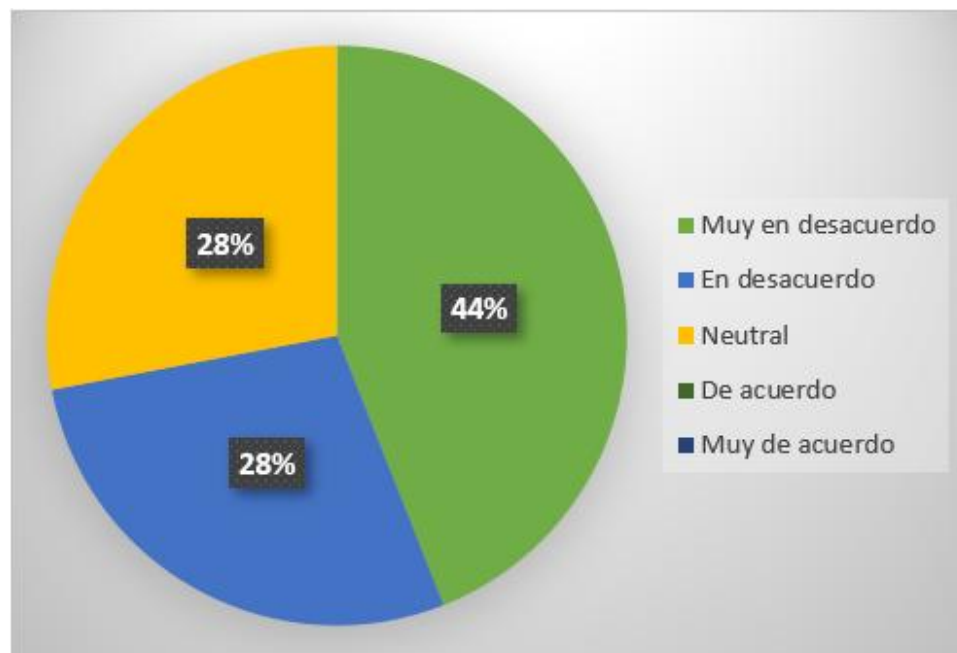


Figura 26. Adecuadas infraestructuras actuales para esports

En la región, los espacios para competencias en Perú son vistos como insuficientes o poco adecuados, y el 70% de los participantes lo confirma, lo cual no sorprende dado el rápido crecimiento de la comunidad y la falta de infraestructura especializada. Tener instalaciones adecuadas es crucial para proporcionar a los jugadores y al público una experiencia cómoda y profesional.

Este desafío también representa una oportunidad para inversores o instituciones que quieran crear o mejorar centros dedicados a esports, ya que cubrir esta demanda podría no solo elevar la calidad de los eventos, sino también atraer a participantes y espectadores interesados en una experiencia de nivel superior.

7. ¿Qué tan organizado encuentras los torneos y ligas de deportes electrónicos en Perú?

50 encuestados

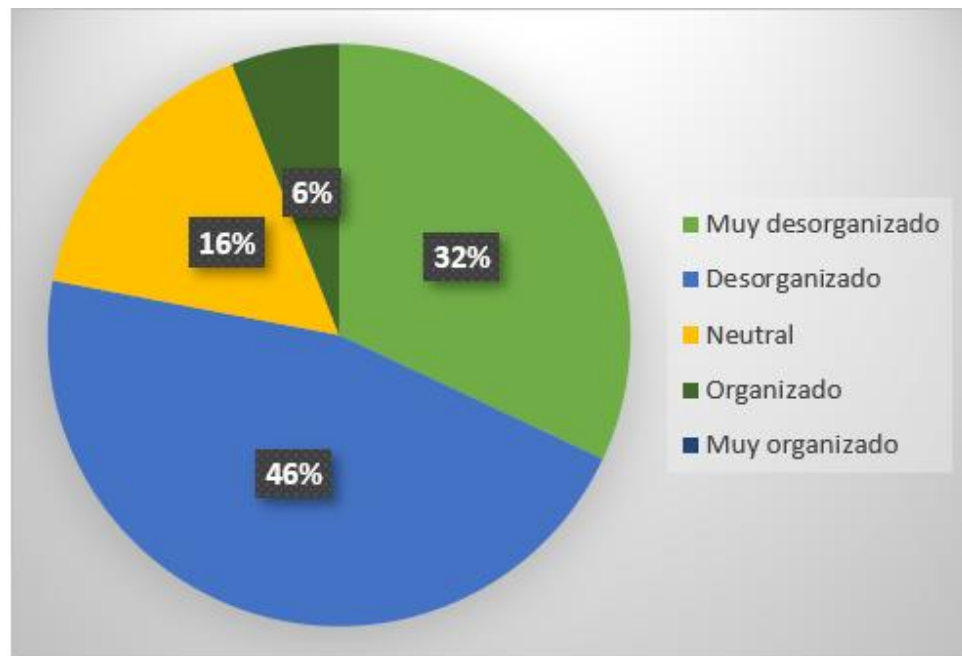


Figura 27. Percepción de la organización de torneos y ligas en Perú

La percepción de que existe una organización deficiente es una llamada de atención para quienes dirigen y organizan torneos y ligas. Un 78% de los encuestados señala que la gestión de eventos necesita mejorar, y esto muestra que la industria aún enfrenta desafíos que pueden afectar su crecimiento en este sector.

Entre las posibles soluciones que existen para empezar a mejorar, se podrían establecer una serie de normas para la realización de eventos o también buscar alianzas con expertos en gestión de eventos, que ayuden a profesionalizar el sector. A largo plazo, mejorar la organización no solo atraerá a más participantes, sino que también podría hacer que el país gane reconocimiento en el circuito internacional de esports.

8. ¿Crees que hay suficientes patrocinadores interesados en los deportes electrónicos en Perú?

50 encuestados

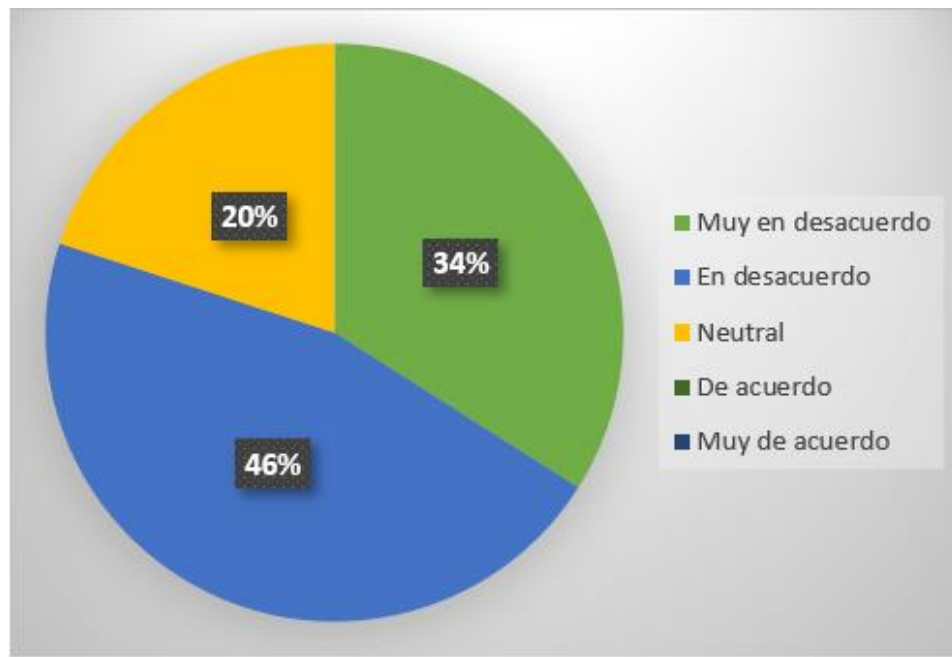


Figura 28. Disponibilidad de patrocinios en el sector

Los patrocinadores son una parte fundamental en cualquier deporte y la falta de estos en los esports son un freno importante su desarrollo en Perú, y esto se refleja en que un 80% de los encuestados opina que hay pocos o ningún patrocinador interesado en el sector. Esta escasez o poca importancia hacia esta comunidad limita la frecuencia, magnitud y regularidad de los eventos, así como las recompensas para los jugadores profesionales. Se debe explorar colaboraciones con empresas fuera del sector tecnológico, como marcas de alimentos, bebidas o moda juvenil. Esto podría diversificar las fuentes de financiamiento y dar más estabilidad a la industria. Los patrocinios no solo incrementarían el apoyo financiero, sino que también aumentarían la visibilidad de los esports y su aceptación como una industria relevante y sostenible.

9. ¿Consideras que los deportes electrónicos deberían tener un reconocimiento institucional similar a los deportes tradicionales?

50 encuestados

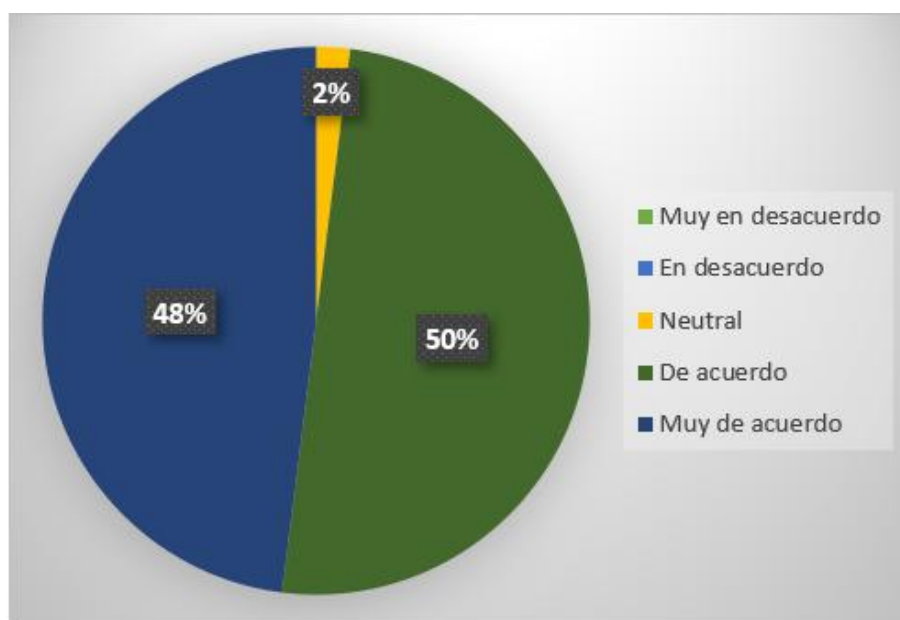


Figura 29. Necesidad de reconocimiento institucional

El reconocimiento oficial es vital para que los esports accedan a los recursos y oportunidades reservadas para deportes convencionales. Existe un consenso entre los encuestados (98%) en que el reconocimiento institucional de los esports sería un paso esencial para su avance en Perú.

Este respaldo oficial ofrecería a la comunidad el apoyo y los recursos necesarios para competir en mejores condiciones. Este tipo de validación podría no solo ayudar a reducir los prejuicios, sino también brindaría mayor credibilidad y profesionalismo a la industria de esports, lo que la haría más atractiva para los jóvenes y facilitaría su aceptación en la sociedad.

10. ¿Qué tan necesario consideras las siguientes mejoras para las infraestructuras de competencias? (Espacio, tecnología, acceso, otros)

50 encuestados

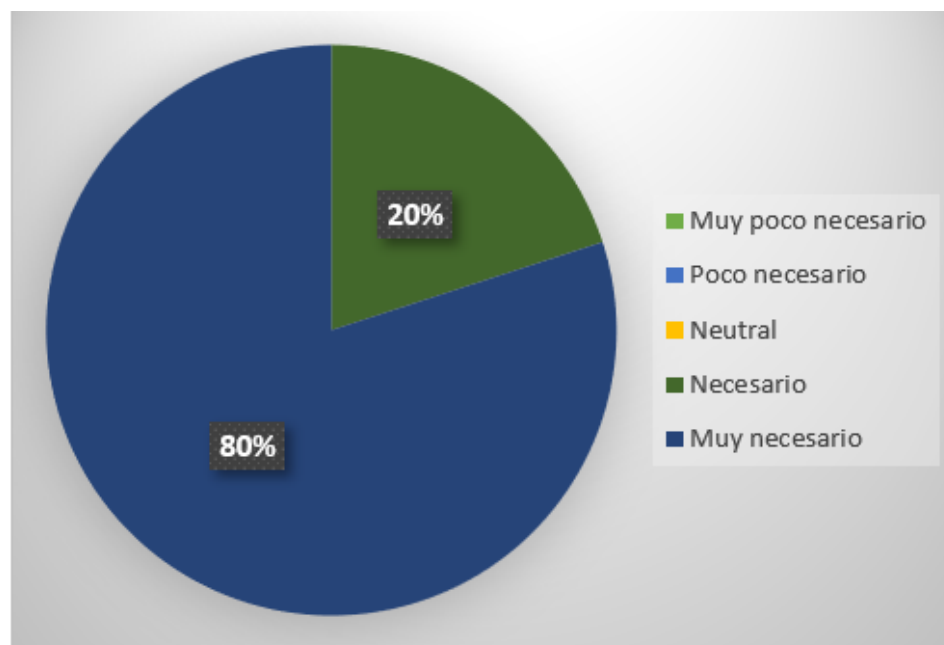


Figura 30. Necesidades de infraestructura para eventos de deportes electrónicos

La mejora de la infraestructura tecnológica y de espacio en eventos de esports es clave para satisfacer las expectativas de los asistentes. Casi la totalidad de los encuestados señalan a estos puntos como las principales áreas de mejora en la infraestructura de los eventos. Los participantes quieren un entorno moderno y espacioso que tenga la tecnología necesaria para ofrecer una experiencia de calidad.

Esta necesidad pone en evidencia la falta de centros de esports en el país, algo que limita las oportunidades de celebrar competencias de alto nivel. Una inversión en instalaciones específicas para esports no solo aumentaría la satisfacción de la comunidad, sino que también permitiría que Perú sea sede de eventos de mayor envergadura.

11. ¿Crees que los deportes electrónicos generan ingresos significativos en Perú?

50 encuestados

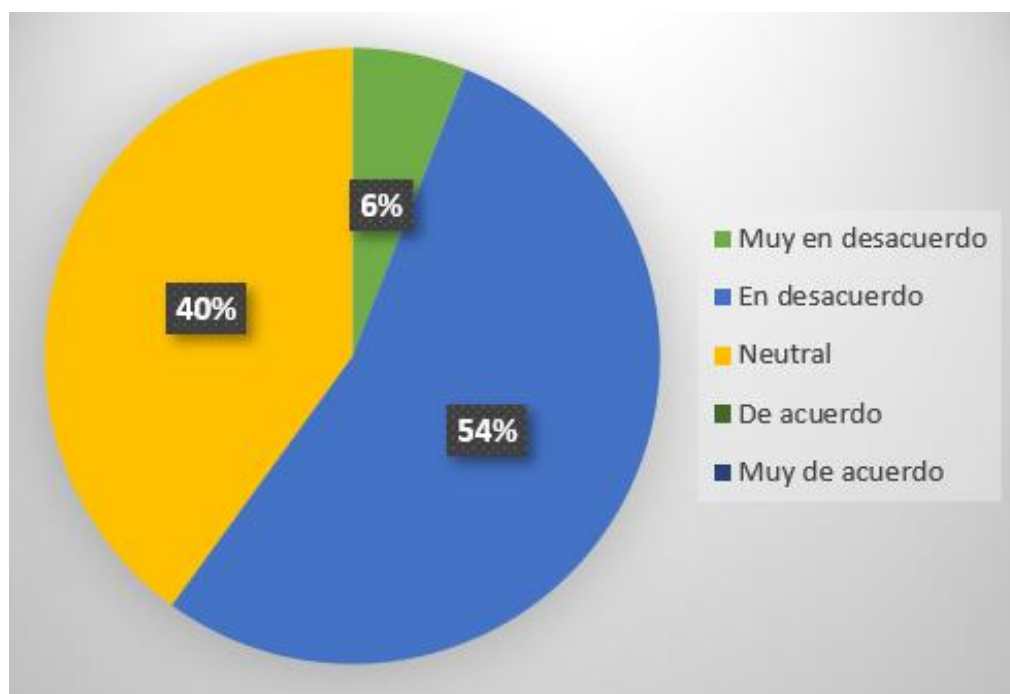


Figura 31. Ingresos generados por los deportes electrónicos en Perú

La generación de ingresos es un indicador del nivel de desarrollo y sostenibilidad de cualquier industria en el país y aunque la percepción general de los encuestados es que los ingresos generados por los deportes electrónicos en Perú aún son bajos, podemos mirar esto como un potencial económico esperando a ser profesionalizado.

Debemos establecer una estructura de financiamiento estable, apoyada en patrocinios, derechos de transmisión y venta de entradas, lo que le permitiría a los esports tener una fuente de ingresos sólida. A medida que la industria crezca, más jugadores y organizadores podrían hacer carrera en este sector, estimulando la economía local y posicionando a los esports como una actividad rentable.

12. ¿Conoces a alguien que trabaje profesionalmente en la industria de los deportes electrónicos?

50 encuestados

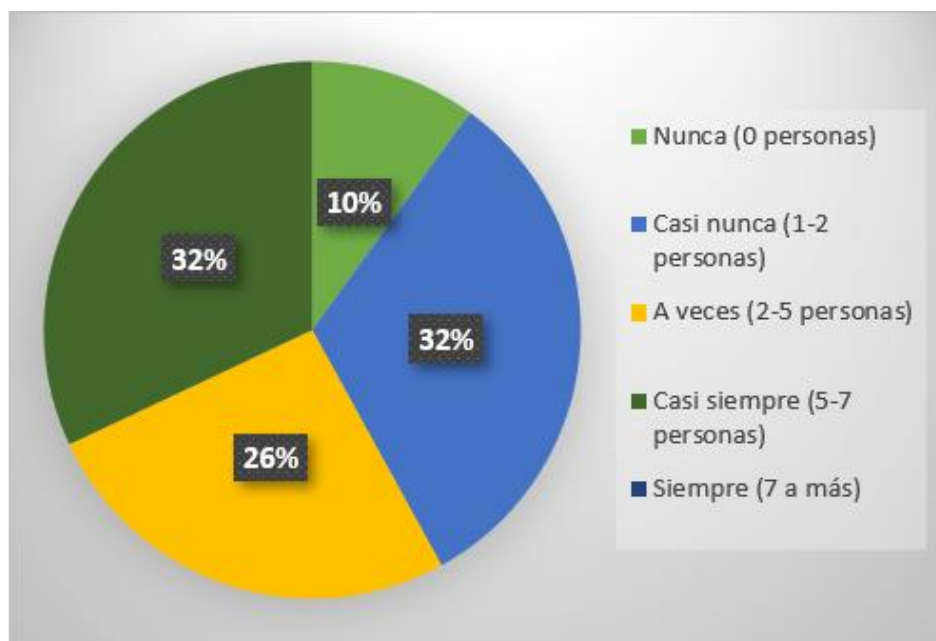


Figura 32. Conocimiento de empleos profesionales en esports

Un 60% de los encuestados conoce a alguien que trabaja en esports, lo que indica que el sector ya está generando algunos empleos. Sin embargo, la mayoría de estos trabajos son en áreas de organización, transmisión y producción de contenido, empleos con poca estabilidad.

Mejorar las condiciones laborales en la industria y diversificar los roles podría ser clave para atraer a más personas al sector. Perfiles en gestión de eventos, marketing, psicología deportiva y desarrollo de software serían de gran valor para fortalecer a la industria y hacerla más competitiva.

13. ¿Consideras que existen suficientes oportunidades profesionales para jugadores de deportes electrónicos en Perú?

50 encuestados

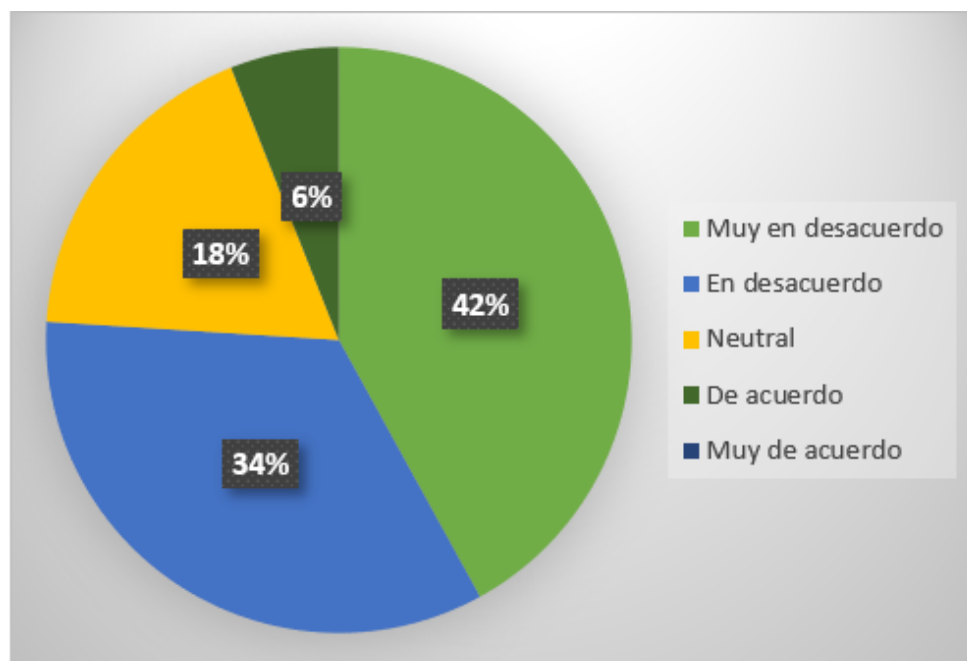


Figura 33. Oportunidades profesionales en esports

Las oportunidades de carrera en los esports permiten que los jugadores y profesionales visualicen un futuro dentro de esta industria. El 70% de los encuestados coincide en que existen pocas oportunidades profesionales para los jugadores de esports en Perú, lo que indica que la industria no está lo suficientemente madura.

Sin embargo, esta percepción también destaca la oportunidad de fomentar la creación de empleos estables y bien remunerados, para lo que se necesita el crecimiento de toda la industria .

14. ¿Qué tan fácil crees que es para los jugadores profesionales obtener el apoyo necesario para desarrollar su carrera en los deportes electrónicos?

50 encuestados

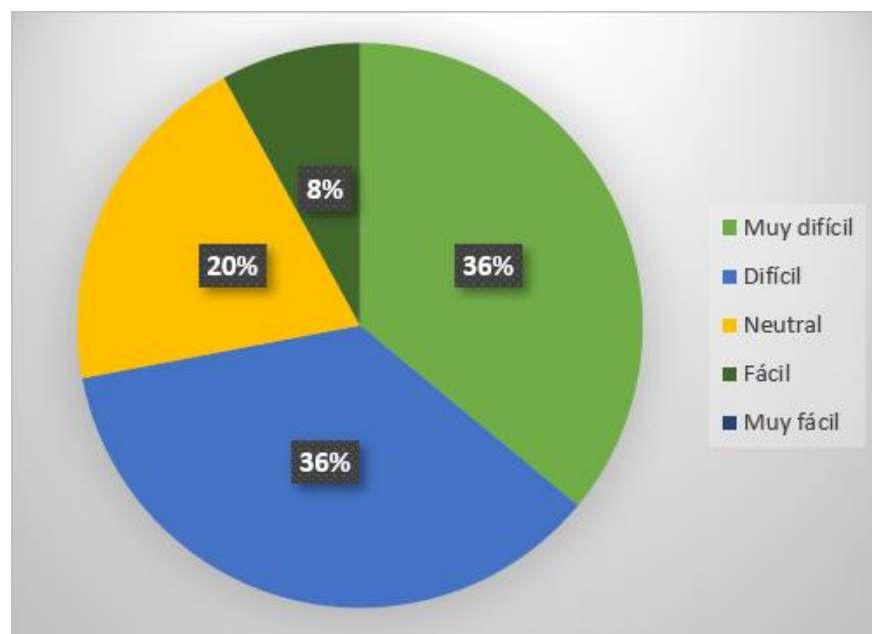


Figura 34. Facilidad para obtener apoyo en el desarrollo profesional

El acceso al apoyo profesional es fundamental para que los jugadores puedan alcanzar su máximo potencial en los esports. La falta de apoyo para los jugadores en el desarrollo de su carrera es evidente. Dos tercios de los encuestados sienten que para un jugador profesional es difícil recibir el respaldo necesario para progresar, algo que limita sus posibilidades de éxito a largo plazo. Si se lograra el reconocimiento institucional, se podrían crear programas de becas y alianzas con marcas e instituciones que ayuden a promover el crecimiento profesional de los jugadores en Perú.

La inversión en recursos como academias o centros de entrenamiento podría elevar el nivel de la escena local y permitir que los jugadores se preparen adecuadamente y despertar el interés de equipos extranjeros.

15. ¿Qué tan significativa consideras las siguientes fuentes de ingresos en la industria de los deportes electrónicos? (Publicidad, patrocinios, venta de entradas, otros)

50 encuestados

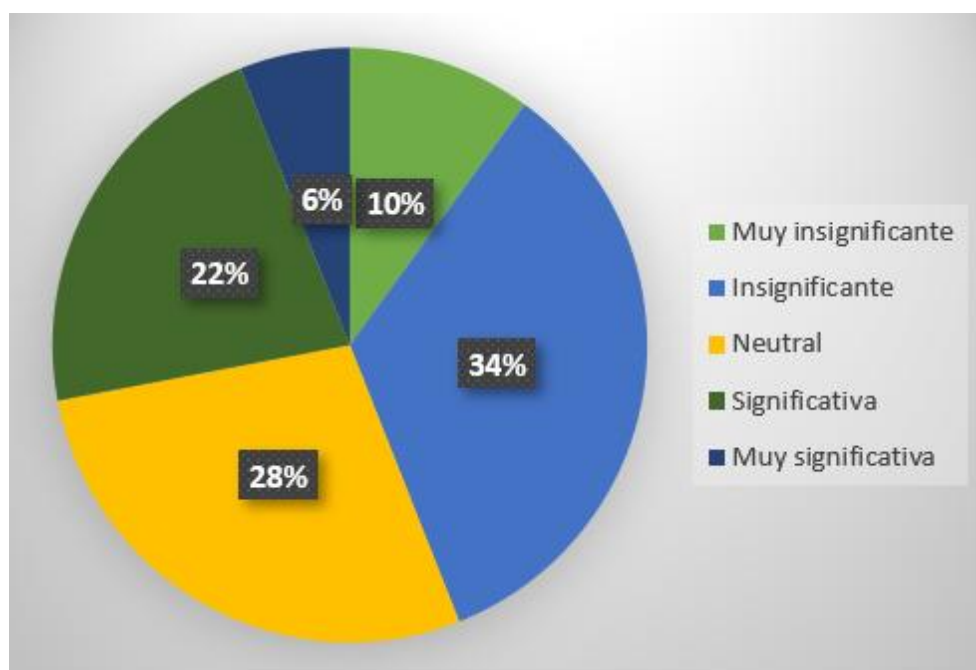


Figura 35. Importancia de fuentes de ingresos en la industria de esports

Las fuentes de ingresos son fundamentales para sostener y hacer crecer la industria de los esports en el país. La publicidad, los patrocinios y la venta de entradas se perfilan como las principales fuentes de ingreso según el 60% de los encuestados, revelando la importancia de estas vías de financiamiento para sostener la industria.

Con una estrategia de ingresos más sólida, que incluya transmisiones en vivo y eventos pagados, los esports podrían generar recursos suficientes para invertir en su crecimiento y ofrecer incentivos a los jugadores y organizadores. Aumentar las fuentes de ingreso podría hacer la industria más autosuficiente y menos dependiente de patrocinios ocasionales.

16. ¿Eres miembro de alguna comunidad virtual de deportes electrónicos?

50 encuestados

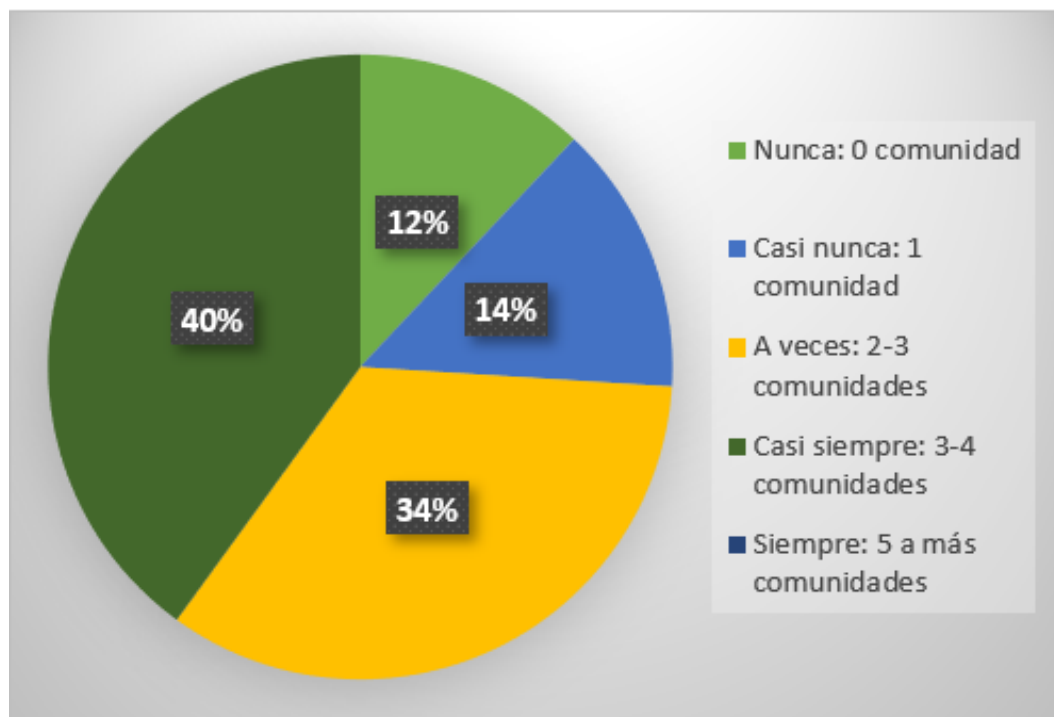


Figura 36. Participación en comunidades virtuales de esports

El 75% de los encuestados forma parte de alguna comunidad de esports en línea, lo que confirma que las redes virtuales son el principal espacio de interacción para los gamers. Estas comunidades no solo permiten a los jugadores mantenerse informados y conectados, sino que también ayudan a organizar torneos y a difundir contenido relacionado con los esports.

Las plataformas en línea son una herramienta fundamental a la que organizadores deben prestar más atención para fortalecer la cultura de los esports y mantener la actividad de la comunidad.

17. ¿Qué tan frecuentemente participas en actividades dentro de estas comunidades?

50 encuestados

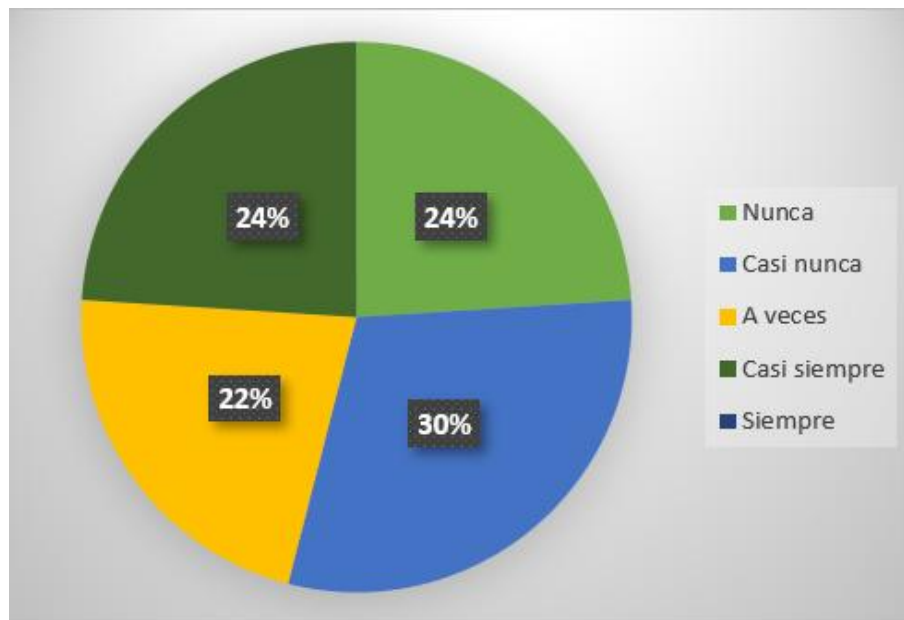


Figura 37. Frecuencia de participación en actividades de las comunidades

La participación regular en actividades dentro de comunidades es vital para mantener activa la escena de esports. Más del 65% participa activamente en actividades dentro de sus comunidades, lo que muestra el alto nivel de compromiso de los jugadores y fans con la escena de esports en Perú.

Esta participación contribuye a la creación de vínculos lo que es vital para que los esports crezcan en el país. Fomentar la participación y el sentido de pertenencia puede ser una estrategia efectiva para mantener viva la comunidad y a su interés en los esports.

18. ¿Cómo crees que son percibidos los deportes electrónicos por el público en general en Perú?

50 encuestados

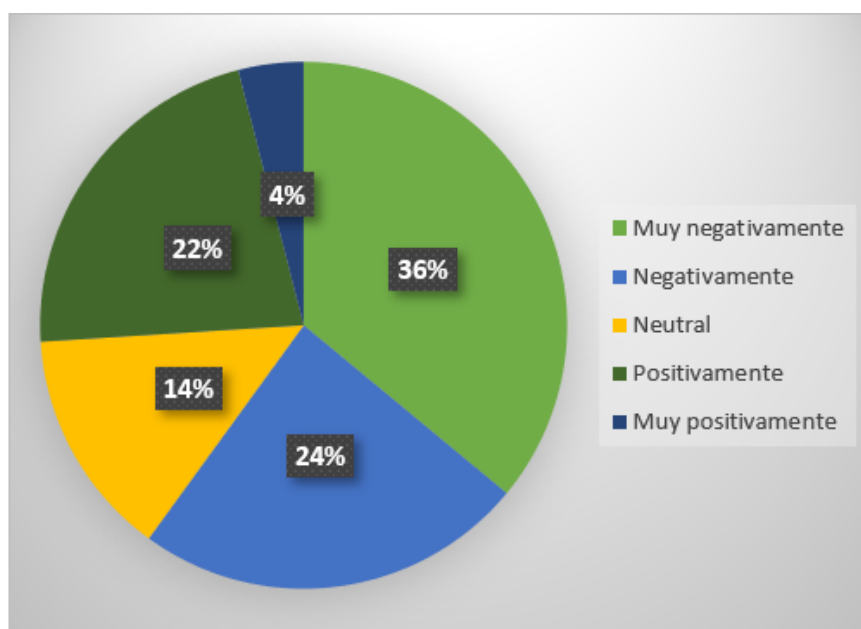


Figura 38. Percepción pública de los deportes electrónicos en Perú

La percepción pública de los esports influye mucho en su aceptación como una actividad válida y en su desarrollo como industria. Aunque existe un 26% de los encuestados que cree que existe una aceptación positiva hacia los esports, aún existen estigmas que dificultan su plena integración (60% cree que son vistos “muy negativamente y negativamente”). Para contrarrestar esto, se puede incrementar la presencia en medios de comunicación.

Recibir un reconocimiento oficial también podría mejorar esta percepción, ayudando a los esports a ganarse un lugar como actividad profesionalmente válida y respetada en la sociedad peruana.

19. ¿Qué tan importante consideras que son los deportes electrónicos en influir en los siguientes aspectos de la cultura juvenil? (construcción de identidad, comportamiento social, tendencias de moda)

50 encuestados

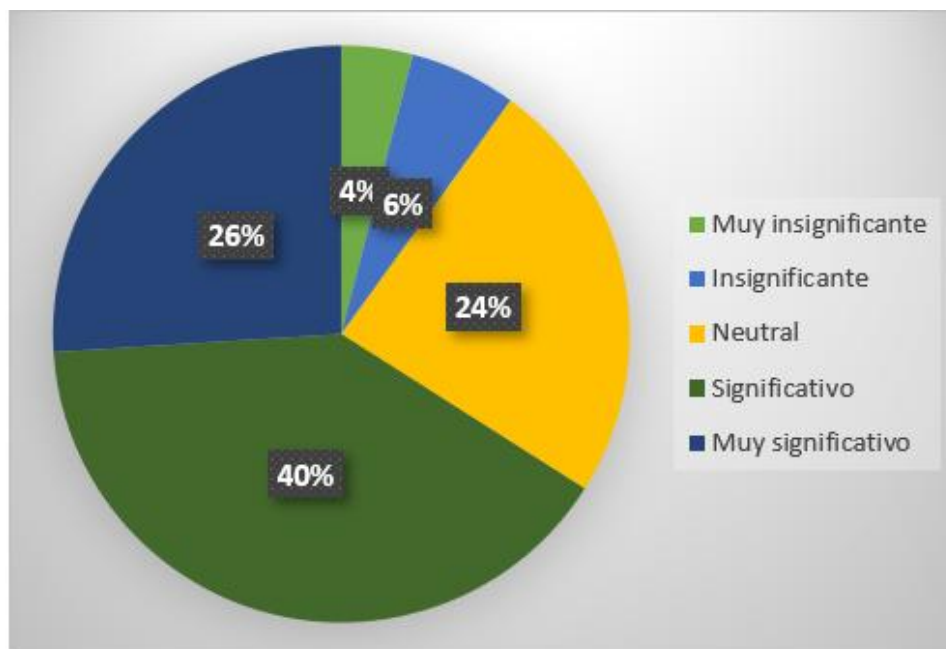


Figura 39. Influencia de los esports en la cultura juvenil

La influencia de los esports en la cultura juvenil va más allá del entretenimiento, afecta la identidad y la expresión de los jóvenes. Los deportes electrónicos tienen un impacto cultural significativo en la juventud peruana, y un 66% de los encuestados reconoce su influencia en aspectos como la identidad y el comportamiento social.

Esto indica que los esports son más que entretenimiento, son una especie de referencia cultural para muchos jóvenes y les brinda un sentido de pertenencia e identidad hacia algo.

20. ¿Qué tan adecuada consideras la cobertura mediática de los deportes electrónicos en Perú?

50 encuestados

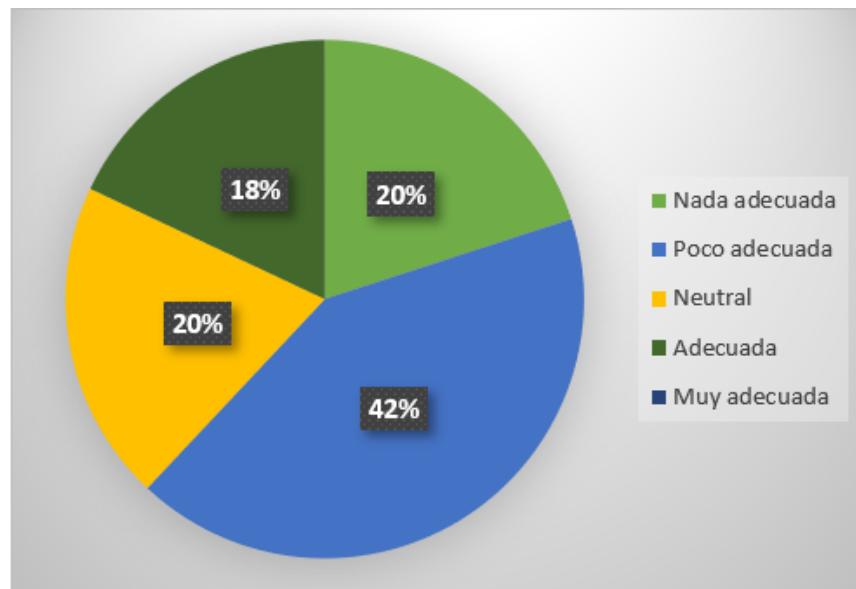


Figura 40. Adecuación de la cobertura mediática de los deportes electrónicos

La cobertura mediática de los esports es clave para aumentar su visibilidad y atraer a más patrocinadores e interesados en el sector. Un 62% de los encuestados considera que la cobertura mediática de los deportes electrónicos es insuficiente, esto limita la visibilidad y alcance de esta actividad en Perú.

Se podría incrementar la cobertura para contribuir al desarrollo de la industria, lo que ayudaría a mejorar su percepción y atraería a patrocinadores e inversores interesados en un sector con potencial de crecimiento.

2.7.3. Discusión

Crecimiento y profesionalización de los jugadores

La popularización de los deportes electrónicos en Perú sigue una tendencia observada a nivel mundial, donde el interés por el gaming y los esports ha evolucionado de una actividad de ocio a una opción de desarrollo profesional. De acuerdo con estudios de Newzoo (2021), el mercado global de esports ha experimentado un crecimiento exponencial, alcanzando a millones de jugadores que ven en esta actividad una oportunidad profesional viable. Esta profesionalización se ve impulsada por la cantidad de tiempo que los jugadores dedican al entrenamiento, lo cual está respaldado por la teoría de la práctica deliberada de Ericsson (1993), que establece que el alto rendimiento en cualquier disciplina depende de la dedicación continua y la práctica estructurada. La falta de programas de entrenamiento en Perú refleja una barrera significativa para que los jugadores locales desarrollen sus habilidades al nivel de sus pares en otras regiones.

Infraestructura deficiente para eventos

La infraestructura es uno de los pilares para el desarrollo de cualquier industria deportiva, y los esports no son la excepción. De acuerdo con Hamari y Sjöblom (2017), la disponibilidad de espacios adecuados para entrenar y competir profesionalmente es crucial para atraer y retener tanto a jugadores como a espectadores, fortaleciendo la legitimidad de los esports. En Perú, la carencia de espacios adaptados y la percepción de que estos son insuficientes limitan el desarrollo de los esports a nivel nacional. El contexto peruano, reflejado en el diagnóstico, muestra que un 70% de los encuestados califica los espacios actuales como inadecuados, lo cual está alineado con los desafíos de infraestructura que la industria de esports enfrenta en otras regiones emergentes, según menciona Rambusch (2007) en sus estudios sobre cultura gamer y desarrollo de infraestructura.

Organización de torneos

La organización de torneos en Perú enfrenta el reto de la falta de estándares y un modelo formal de organización, lo cual afecta la calidad de los eventos y reduce la participación. Según Hutchins (2008), una organización de eventos eficiente en los deportes electrónicos es clave para aumentar la visibilidad de la industria, atraer a nuevos jugadores y mejorar la experiencia del espectador. En el caso de Perú, la falta de apoyo institucional y de inversión hace que los torneos dependan principalmente de organizadores privados, limitando su capacidad para generar una experiencia de alto nivel. Los estudios de Funk y Lock (2016) también resaltan que la calidad de los eventos es un factor determinante en la fidelización de la audiencia, lo que sugiere que la mejora en la organización podría incrementar el número de espectadores y patrocinadores interesados.

Escasez de patrocinadores e inversión en la industria

Los patrocinadores juegan un rol esencial en la sostenibilidad de cualquier actividad deportiva, y los esports no son la excepción. Hamari y Sjöblom (2017) destacan que el patrocinio permite mejorar la infraestructura, la organización de eventos y la profesionalización de los jugadores. En el contexto peruano, la escasez de patrocinadores limita las oportunidades de crecimiento de la industria y reduce la capacidad de los organizadores para ofrecer premios atractivos y financiar eventos de calidad. El interés de empresas de sectores como tecnología, alimentación y moda en los deportes electrónicos ha sido destacado en otras investigaciones (Taylor, 2015), que muestran cómo estas industrias pueden conectar con la audiencia joven a través de los esports.

Necesidad de reconocimiento institucional

El respaldo institucional y oficial es esencial para legitimar los deportes electrónicos como actividad profesional y culturalmente relevante. Según García y Murillo (2018), el reconocimiento oficial de los deportes electrónicos permite acceder a beneficios fiscales y

a fondos públicos que suelen estar reservados para deportes convencionales, promoviendo una mayor aceptación social. En Perú, el diagnóstico muestra que un 98% de los encuestados considera fundamental que los esports cuenten con este tipo de reconocimiento. Además, el apoyo institucional podría facilitar el acceso a instalaciones deportivas, promoviendo un desarrollo integral de la industria en el país y ayudando a cambiar la percepción social sobre los videojuegos.

Barreras sociales y percepción pública

A nivel mundial, los deportes electrónicos han experimentado una creciente aceptación en la última década, pero aún enfrentan estigmas y opiniones negativas en ciertos contextos. De acuerdo con Shaw (2010), la percepción social de los videojuegos varía significativamente y suele estar influenciada por estereotipos que asocian los videojuegos con el sedentarismo o la falta de beneficios educativos. En Perú, los datos indican que persiste una visión negativa en el 60% de la población, lo cual impide que los esports se integren plenamente en la sociedad y limiten su desarrollo como industria. El reconocimiento institucional, junto con una mayor cobertura en medios de comunicación, puede desempeñar un papel crucial en la transformación de esta percepción negativa y en la legitimación de los esports como una actividad profesional.

Influencia cultural y construcción de identidad

Los deportes electrónicos están comenzando a dejar una marca en la cultura juvenil en Perú. Más del 66% de los encuestados percibe que los esports influyen en la identidad y comportamiento social de los jóvenes, un fenómeno que coincide con estudios sobre cultura gamer realizados por Rambusch et al. (2007), quienes destacan que los videojuegos crean espacios de interacción y pertenencia. En el contexto peruano, esta influencia cultural podría aprovecharse mediante la integración de los esports en

actividades educativas y sociales, ofreciendo a los jóvenes un espacio seguro para el desarrollo de su identidad.

Cobertura mediática limitada

La cobertura mediática es un factor clave en el posicionamiento y visibilidad de cualquier deporte, especialmente en el caso de los deportes electrónicos, que dependen de las plataformas digitales para alcanzar a su audiencia. Según Hamari y Sjöblom (2017), la cobertura de los medios influye directamente en la aceptación pública y en la atracción de patrocinadores e inversores. En Perú, el 62% de los encuestados considera que la cobertura es insuficiente, lo cual afecta la visibilidad de los esports y limita las oportunidades de inversión. Incrementar la presencia de los esports en los medios de comunicación tradicionales y en plataformas digitales permitiría atraer a un público más amplio, mejorando su posicionamiento en el mercado y favoreciendo su crecimiento.

A partir de los datos obtenidos, queda evidente que los esports en Perú tienen un gran potencial, pero enfrentan problemas estructurales que limitan su desarrollo. Las encuestas y entrevistas han puesto de manifiesto retos clave, como la insuficiencia de infraestructura, la falta de una organización sólida para eventos y la carencia de patrocinadores diversificados. Al mismo tiempo, destacan oportunidades valiosas, como la creciente base de jugadores, el interés por la profesionalización y la posibilidad de posicionar los esports como un sector cultural y económicamente relevante. Por ello, resulta necesario proponer un plan de acción que atienda estas problemáticas y permita transformar el potencial detectado en acciones concretas para el crecimiento sostenible de la industria en el país.

III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Tabla 2. Cuadro de costos del proyecto

ÁREA		DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TIEMPO (MESES)	TOTAL
Recursos Humanos	Gerente de proyecto	Coordinación general del proyecto	\$1,200/mes	12	\$14,400
	Especialista en marketing digital	Estrategia digital, redes sociales y contenido	\$900/mes	12	\$10,800
	Diseñador gráfico y multimedia	Diseño de materiales gráficos y audiovisuales	\$800/mes	12	\$9,600
	Relaciones públicas y comunicación	Gestión de medios y comunicación con stakeholders	\$900/mes	12	\$10,800
	Consultores y entrenadores de esports	Servicios puntuales de capacitación	\$1,500	1	\$1,500
Materiales y publicidad	Publicidad en redes sociales y plataformas digitales	Promoción en redes y plataformas	\$400/mes	12	\$4,800
	Producción de videos promocionales	Dos videos de promoción profesional en mercado local	\$2,000	1	\$2,000
	Materiales gráficos y audiovisuales	Posters, banners, y contenido digital	\$1,500	1	\$1,500
Infraestructura y equipamiento	Alquiler de espacios para entrenamiento y eventos	Locales para eventos y actividades	\$600/evento	6	\$3,600
	Equipamiento tecnológico	Computadoras, consolas, y periféricos de calidad profesional	\$4,000	1	\$4,000
	Software especializado	Programas de análisis y transmisión	\$1,200	1	\$1,200
Costos administrativos	Licencias y permisos	Trámites legales para eventos y centros	\$800	1	\$800
	Mantenimiento y servicios de oficina	Gastos generales de oficina	\$1,500	1	\$1,500
Contingencias		Reserva para imprevistos	10% del presupuesto total		\$6,850
			TOTAL		\$75,350

IV. SUSTENTO DEL MERCADO

4.1. Análisis del mercado

El mercado de los deportes electrónicos en Perú está compuesto principalmente por jóvenes entre 15 y 30 años que se identifican con la cultura gamer y tienen un alto interés en la competencia, el entretenimiento y la tecnología. Este segmento ha demostrado un fuerte compromiso con los esports, con más del 60% de los encuestados dedicando entre 10 y 20 horas semanales a la práctica de deportes electrónicos (Análisis de resultados). Además, más de la mitad de los encuestados asiste regularmente a eventos virtuales o presenciales de esports, lo que refleja un alto nivel de participación y una demanda activa de espacios y eventos que fomenten su pasión por los videojuegos.

Este público es tanto consumidor de contenido digital como generador de comunidad y participa en actividades de streaming, foros, y redes sociales relacionadas con los esports. Estas características convierten al mercado objetivo en un grupo altamente receptivo a innovaciones en infraestructura, formación profesional y oportunidades de carrera dentro de la industria. El interés y la dedicación de los jugadores sugieren que existen las bases para la creación de academias, centros de entrenamiento y ligas locales que contribuyan al desarrollo y profesionalización de la escena de los esports en el país.

4.2. Análisis de la competencia

La competencia dentro del sector de entretenimiento juvenil en Perú incluye tanto deportes tradicionales como actividades recreativas emergentes, pero los esports poseen un atractivo singular debido a su capacidad de unir elementos de competencia, tecnología y cultura digital. En comparación con otros países de América Latina como México o Brasil, donde los esports cuentan con un mayor nivel de apoyo e

infraestructura, Perú enfrenta limitaciones debido a la falta de reconocimiento institucional y de inversión en infraestructura. Sin embargo, este contexto también ofrece una oportunidad para diferenciar los esports mediante la creación de un entorno profesional que permita a los jugadores peruanos competir en condiciones de igualdad.

Si bien algunos organizadores privados ya están llevando a cabo torneos y eventos, su capacidad está limitada por recursos financieros y tecnológicos. Esto muestra que, aunque existe una base inicial de actividades competitivas, el país aún necesita un marco más formal y diversificado que le permita competir en el mercado regional de esports. La mejora en la organización de eventos y la construcción de infraestructuras adecuadas son elementos esenciales para fortalecer la posición de Perú en la región y atraer tanto talento local como inversores.

4.3. Análisis de la demanda

La demanda de esports en Perú ha mostrado un crecimiento continuo en los últimos años. Más del 70% de los encuestados percibe un aumento en la participación de jugadores, lo que indica un mercado en expansión que abarca tanto a jugadores como a espectadores (Análisis de resultados). Esta creciente base de usuarios y la antigüedad promedio de los jugadores reflejan un compromiso sostenido que podría respaldar el desarrollo de eventos nacionales y ligas locales. Además, el 98% de los encuestados afirma que los esports deberían recibir un reconocimiento institucional similar al de los deportes tradicionales, lo cual evidencia una demanda social para integrar los esports en el ámbito cultural y profesional del país.

Este interés creciente plantea la necesidad de mejorar la calidad de los eventos y torneos, así como de proporcionar una infraestructura adecuada para atraer una mayor participación y retener a los jugadores en la industria de manera sostenible. La

expansión de la demanda y el compromiso de los jugadores muestran un potencial sólido para construir una industria de esports autosuficiente, con oportunidades de empleo y desarrollo de habilidades.

4.4. Análisis de oportunidades

El mercado peruano de esports presenta varias oportunidades clave para su crecimiento y consolidación:

La falta de instalaciones adecuadas para eventos y entrenamientos representa una gran oportunidad para la inversión en centros de esports, que podrían contribuir a la profesionalización de la industria y elevar el nivel de los eventos.

La carencia de patrocinadores en el sector abre la puerta a alianzas con marcas de otros sectores, como alimentos, tecnología y moda juvenil, que podrían beneficiarse de una conexión con la audiencia de esports. La diversificación de las fuentes de financiamiento es clave para fortalecer la estabilidad de la industria.

La visibilidad en medios de comunicación y plataformas digitales aún es limitada, pero su aumento podría tener un impacto positivo en la percepción y el apoyo social hacia los esports. La cobertura adicional permitirá que más personas comprendan el valor de esta industria y su potencial económico, atrayendo más jugadores, patrocinadores y espectadores.

La inclusión de programas de capacitación y formación en universidades y centros educativos es una oportunidad para formalizar y profesionalizar las carreras dentro de la industria de esports. Esta iniciativa contribuiría a la creación de perfiles especializados que respondan a las necesidades del sector.

4.5. Proyección de crecimiento

La implementación de una estrategia de comunicación y desarrollo profesional en los deportes electrónicos en Perú permitirá que la industria crezca de manera sostenible, con una tasa de crecimiento proyectada del 10% anual en términos de participación y asistencia a eventos. La combinación de infraestructura adecuada, apoyo institucional y un enfoque en la profesionalización de los jugadores y organizadores resultará en una escena de esports más sólida y atractiva para el público.

Con la adopción de un plan de comunicación y desarrollo integral, el sector de los deportes electrónicos en Perú estará en condiciones de competir con otros países de la región, promoviendo un crecimiento significativo en la próxima década y generando un impacto positivo en la economía local a través de la creación de empleos, atracción de inversión y fortalecimiento de la cultura juvenil.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Los deportes electrónicos en Perú han crecido de manera sostenida en los últimos años, con una comunidad de jugadores que cada vez dedica más tiempo y esfuerzo a mejorar sus habilidades. Esto refleja el interés genuino de muchos jóvenes por profesionalizarse en esta industria, que ven como algo más que un simple entretenimiento. Sin embargo, la falta de infraestructura y de programas de entrenamiento formal ha impedido que los jugadores peruanos alcancen el nivel de otros países donde los esports están más desarrollados. Si realmente se quiere aprovechar el potencial que los deportes electrónicos tienen en el país, resulta urgente contar con espacios de entrenamiento y formación que permitan a los jugadores peruanos acceder a una preparación competitiva.

La infraestructura es, sin duda, uno de los problemas más críticos. La carencia de instalaciones adecuadas para eventos hace que los organizadores tengan que improvisar con espacios que no cumplen con los estándares necesarios, afectando tanto a los jugadores como a los espectadores. Esto no solo limita la posibilidad de celebrar eventos de alto nivel, sino que también reduce las oportunidades de ingresos a través de entradas, turismo o patrocinio. Dotar al país de infraestructuras como arenas especializadas y centros de entrenamiento sería un paso decisivo para consolidar a Perú como un destino atractivo para competiciones internacionales de esports.

Otro aspecto fundamental es la organización de torneos. La realidad es que la mayoría de los torneos en Perú dependen de iniciativas privadas y no cuentan con una estructura formal que permita una organización profesional. Esta situación impacta en la credibilidad de la industria y hace que tanto jugadores como espectadores tengan menos interés en participar. Si se implementaran normas y estándares de organización,

los eventos serían mucho más atractivos, y además, podrían captar la atención de patrocinadores. Colaborar con expertos en gestión de eventos y tecnología podría ser clave para que la industria se proyecte a nivel internacional y se establezca como una opción profesional sólida en el país.

La falta de patrocinio sigue siendo otro de los obstáculos importantes. Hoy en día, los deportes electrónicos en Perú dependen casi exclusivamente de empresas del sector tecnológico, lo que limita su estabilidad económica y su capacidad de crecimiento. Ampliar la base de patrocinadores hacia otros sectores, como alimentos, moda o entretenimiento, permitiría asegurar ingresos constantes y mejorar la calidad de los eventos. Además, contar con un abanico más amplio de patrocinadores ayudaría a que los deportes electrónicos se consolidaran como una industria viable tanto para los jugadores como para los espectadores y los propios patrocinadores.

También es evidente que hace falta un respaldo institucional para que los deportes electrónicos puedan competir con otros deportes en términos de beneficios y acceso a recursos. La falta de reconocimiento oficial limita las posibilidades de recibir fondos públicos, beneficios fiscales e incluso el uso de instalaciones deportivas. El apoyo institucional no solo facilitaría estos recursos, sino que también ayudaría a reducir el estigma social que aún rodea a los videojuegos, posicionando a los esports como una actividad legítima y profesional. Con el respaldo adecuado, los esports podrían tener una aceptación mucho más amplia en la sociedad peruana.

A pesar de los avances, la percepción pública sigue siendo un desafío. En ciertos sectores todavía persiste el estigma de que los videojuegos son una pérdida de tiempo, lo cual limita las oportunidades de apoyo institucional y patrocinio. Mejorar esta percepción es crucial, y una estrategia de comunicación que muestre el valor educativo,

cultural y profesional de los deportes electrónicos ayudaría a derribar estas barreras. Cambiar la opinión pública no solo fortalecería la aceptación de los esports, sino que también permitiría a la industria ganar legitimidad y abrirse a nuevas oportunidades.

Por otro lado, los esports ya están dejando una huella en la cultura juvenil del país. Para muchos jóvenes, representan un espacio de pertenencia y de construcción de identidad. Este impacto cultural es algo que la industria puede aprovechar para fomentar un sentido de comunidad entre los jugadores y los fans, integrando los esports en actividades educativas y sociales que ofrezcan a los jóvenes un espacio seguro donde explorar y desarrollar sus intereses.

Finalmente, el tema de la cobertura mediática es crucial. La falta de presencia en medios de comunicación tradicionales y digitales limita la visibilidad de los esports, reduciendo su alcance en la sociedad y las oportunidades de atraer patrocinadores. Una mayor cobertura mediática permitiría que los deportes electrónicos lleguen a una audiencia más amplia, mejorando su aceptación pública y su posicionamiento como una actividad relevante. Esto también abriría la puerta a patrocinadores interesados en conectar con una audiencia joven y en crecimiento.

En conclusión, los deportes electrónicos en Perú tienen un gran potencial, con una comunidad comprometida y una demanda en aumento. Sin embargo, su desarrollo sigue siendo limitado por la falta de infraestructura, financiamiento, organización y reconocimiento. Superar estos desafíos es esencial para que los esports en Perú se conviertan en una industria sostenible, con oportunidades de crecimiento real, que no solo beneficie a los jugadores y organizadores, sino que también contribuya a la cultura juvenil y a la economía del país.

5.2. Recomendaciones

- Implementar academias especializadas en esports y programas en colaboración con universidades para formar jugadores y profesionales clave en la industria, como entrenadores y analistas.
- Invertir en la construcción de arenas de esports, centros de entrenamiento y espacios adecuados para torneos, fortaleciendo la capacidad del país para atraer eventos y mejorar el nivel competitivo.
- Crear propuestas para sectores como alimentos, moda y entretenimiento, destacando el potencial de los esports para conectar con audiencias jóvenes, asegurando así un flujo constante de financiamiento.
- Ampliar la cobertura mediática: Aumentar la presencia de los esports en medios tradicionales y digitales, mejorando su visibilidad, atrayendo nuevos patrocinadores y posicionándolos como un sector relevante en Perú.

VI. FUENTES DE INFORMACIÓN

AEVI. (2019). *Libro Blanco de los Esports en España*. <https://www.aevi.org.es/esports>.

Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.

Bautista A., Liñan T. (2023). *Análisis de los desafíos para la gestión de stakeholders y el desarrollo de modelos de negocio dentro del ecosistema peruano de esports: Análisis de los equipos de Dota 2, Infamous Gaming y Thunder Awaken*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/26097>

Becka, A. (2019). *Eventos de deportes electrónicos. Estudio de sus particularidades desde una perspectiva turística*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Plata]. Repositorio institucional Universidad Nacional de la Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/74158>

Bonkalo, T., Makeeva, V., Tsygankova, A., Rybakova, E., Aralova, E., & Plekhanova, E. (2022). Public attitudes to esports. *development based on the survey of university students and sports psychologists. Revista Conrado*, 18(87), 346-351. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2556>

Consalvo, M. (2007). *Cheating: Gaining advantage in videogames*. MIT Press.

Consalvo, M. (2015). Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds. *Game Studies*, 15(1).

Crawford, G. S., De Rock, B., & Vonk, R. (2021). *The Economics of Esports*. *Journal of Economic Perspectives*, 35(4), 99-120. <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdf/10.1257/jep.35.4.99>

De Coubertin, P. (2016). *L'Oeuvre Olympique*. CNOSF.

- Díaz, J. A., Arenas, M. A., & Vela, J. L. (2021). *El impacto de los videojuegos en el área socio-académica de los alumnos de nivel medio superior: Caso Cobacam, Plantel 09 Champotón*. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 12(23), 1-20.
<https://www.redalyc.org/journal/944/94467989008/>
- Electronic Arts. (2020). "EA Sports: Redefining Interactive Entertainment."
<https://www.ea.com/sports>.
- Flores O., Torres K. (2022). *Análisis de la regulación jurídica del ecosistema de los deportes electrónicos (esports) en el Perú, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]. Repositorio institucional Universidad Católica San Pablo. <https://hdl.handle.net/20.500.12590/17251>
- Florida, R. (2019). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books.
- Gee, J. P. (2007). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy. Second Edition: Revised and Updated Edition*. Macmillan.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor.
- Google for Games / Newzoo. (2021). "Beyond the Game: Insights into the Rise of Esports." Recuperado de <https://www.google.com/games/esports>.
- Gotarra, A. (2017). *Esports: A cultural and technological phenomenon*. Editorial Esportiva.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens: A study of the play-element in culture*. Routledge.
- id Software. (1993). *Doom* [Videojuego]. id Software.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Juul, J. (2011). *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. MIT Press.

Kotler, P., Armstrong, G. M., & Balasubramanian, S. (2022). *Principles of Marketing*. Pearson Inc.

La República. (2023). "Equipo peruano femenino de DOTA 2 gana medalla de oro en los Panamericanos." <https://www.larepublica.pe/esports>.

Mangeloja, E. (2019). Economics of Esports. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 24(2), 34–42.
http://ejbo.iyu.fi/pdf/ejbo_vol24_no2_pages_34-42.pdf

McCarthy, M. P. (2019). *Esports: A New Era in Sports Marketing* [Tesis de maestría, Universidad de Oregón]. Recuperado de https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/24512/McCarthy_oregon_0171N_12345.pdf

McGonigal, J. (2011). *Reality is broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Penguin.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Grupo Planeta (GBS).

Monteza Domínguez, L., & Rivas, M. (2023). *El gaming competitivo como plataforma para desarrollar estrategias de marketing digital: La experiencia y potencial en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Lima. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/669540>

Movistar Esports. (2023). "Portal especializado en videojuegos y esports." Recuperado de <https://www.movistaresports.pe>.

Newzoo. (2021). "Global Esports Market Report." <https://newzoo.com/insights/articles/2021-global-esports-market-report/>.

Putnam, R. D. (2020). *Bowling Alone: Revised and Updated: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading On The Electronic Frontier The Edge*. Basic Books.

Riot Games. (2022). "League of Legends: Global Esports Overview."

<https://www.riotgames.com/en>.

Rojas Nieves, D. C., Chirinos Araque, Y. del V., Moreno López, G. A., Barbera de Ramírez, N., & Bracho Vega, O. N. (2021). *Influencia de los videojuegos en el comportamiento de los adolescentes*. En Universidad, Ciencia, Tecnología e Innovación: Pilares para la investigación y el desarrollo sostenible (pp. 172-190). ALININ. <https://doi.org/10.47212/Universidadcienciatecnologia2021.11>

Salen, T. K. & Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press.

Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy: Third Edition*. Harper Torchbooks.

Sen, A. (2001). *Development as Freedom*. Oxford Paperbacks.

Statista. (2020). "Gaming & Esports - Statistics & Facts." <https://www.statista.com/topics/3128/gaming-esports/>.

Suits, B. (2005). *The Grasshopper: Games, Life and Utopia*. Broadview Press.

Taylor, T. L. (2015). *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. MIT Press.

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books

Vidalón, J., & Lazarte, H. (2023). Casas gaming y estadios esports Arquitectura para deportes electrónicos. *Arquitextos*, 34, 109-116. <https://doi.org/10.31381/arquitextos34.3339>

Videojuegos y eSports: el auge del “gaming” en Latinoamérica - San Diego Union-Tribune en Español. (2023). San Diego Union-Tribune En Español.
<https://www.sandiegouniontribune.com/en-espanol/deportes/articulo/2023-03-19/videojuegos-y-esports-el-auge-del-gaming-en-latinoamerica>

Wagner, M. (2006). *On the Scientific Relevance of eSports. In Lecture Notes in Computer Science*. Springer.

Wolf, M. J. P. (2015). *Video Games Around the World*. MIT Press.

Zazzali, L. (2022). *Desarrollo histórico de los Esports y su desarrollo en Latinoamérica, 1990-2022*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Chile Facultad de Filosofía y Humanidades]. repositorio.uchile.cl. <https://doi.org/10.58011/6m6h-7s89>

VII. ANEXOS

Anexo 01: Informe Turnitin

GRADOS TITULOS

MARCELO FERNANDEZ.docx

My Files
My Files
Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::30163:429032899

Fecha de entrega
11 feb 2025, 10:22 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
11 feb 2025, 10:27 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
MARCELO FERNANDEZ.docx

Tamaño de archivo
9.9 MB

124 Páginas
21,236 Palabras
128,527 Caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet
4% Publicaciones
12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

 **Texto oculto**
14 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Renzo Marcelo Fernandez Illaccanqui (Autor)



Celes Alonso Espinoza Rúa (Asesor)

REGISTRO DE IMPACTO Y RESULTADOS

Tipo de documento: Proyecto de investigación

Título del Proyecto de Investigación o Tesis

“Más allá del estigma: redefiniendo los deportes electrónicos
como espacios de comunidad y oportunidades económicas”

Integrantes: Fernandez Illaccanqui, Renzo Marcelo

Asesor: Espinoza Rúa, Celes Alonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Económico: Potencia ingresos mediante torneos, patrocinios y creación de contenido, generando empleo y fomentando inversión en Perú.
Social: Mejora la percepción de los esports como espacios inclusivos que desarrollan habilidades sociales y liderazgo.
Cultural: Posiciona a los esports como parte de la identidad cultural digital peruana.
Educativo: Promueve habilidades digitales y tecnológicas en estudiantes y docentes.
Tecnológico: Reduce la brecha digital al impulsar el acceso a tecnologías avanzadas.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

La investigación permitió identificar que los deportes electrónicos representan una oportunidad económica significativa en Perú, con un mercado potencial que puede generar grandes ingresos mediante torneos, patrocinios y estrategias de merchandising. Asimismo, más del 70% de los encuestados reconoció que los esports fomentan habilidades laborales, lo que contribuye a eliminar prejuicios sociales asociados a los videojuegos. Se validó un modelo de negocio sostenible basado en la profesionalización de la industria. Además, se destaca su potencial educativo al integrar los esports en el desarrollo de competencias tecnológicas y colaborativas en jóvenes, posicionándolos como una herramienta innovadora para reducir la brecha digital y promover la inclusión social.

Anexo 03

Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
Problema general Problema general: ¿Cómo superar los estigmas para desarrollar los deportes electrónicos como espacios de estrategia, comunidad y oportunidades económicas en la comunidad gamer de Perú, 2024?	Objetivo general Conocer de qué manera el desarrollo de los deportes electrónicos podría desarrollarse como espacios de estrategia, comunidad y oportunidades económicas en la comunidad gamer de Perú para el 2024.	Hipótesis general Los esfuerzos dirigidos a superar los estigmas en torno a los deportes electrónicos contribuirán significativamente al desarrollo de estos como espacios de estrategia, comunidad y oportunidades económicas en la comunidad gamer de Perú, 2024.	Variable: Deportes electrónicos Dimensiones: - Participación y audiencia - Desarrollo y estructura - Impacto económico - Cultura y comunidad de jugadores	Enfoque: - Cualitativo Tipo de investigación: - Básica Diseño de investigación: - No experimental de corte transversal Nivel de investigación: - Exploratorio - Descriptivo Técnica: - Entrevista - Encuesta Instrumento: - Guía de entrevista - Cuestionario	Población: - Comunidad gamer del Perú (jugadores de deportes electrónicos, organizadores y promotores de eventos, patrocinadores, espectadores, aficionados, etc.) Muestra: - 50 personas de la comunidad gamer
Problemas específicos ¿Cuáles son los obstáculos que enfrenta la participación masiva en los deportes electrónicos en Perú y cómo impactan en la construcción de una audiencia sólida y comprometida para estos eventos?	Objetivos específicos Analizar los factores que obstaculizan la participación masiva en los deportes electrónicos en Perú para proponer estrategias que fomenten una audiencia más amplia y comprometida.	Hipótesis específicas Abordar los obstáculos que enfrenta la participación masiva en los deportes electrónicos en Perú promoverá la construcción de una audiencia sólida y comprometida para estos eventos en 2024.			

¿Cuáles son las carencias en la infraestructura y desarrollo de equipos de deportes electrónicos en Perú y cómo influyen en la competitividad a nivel nacional e internacional?	Identificar las carencias en la infraestructura y desarrollo de equipos de deportes electrónicos en Perú con el objetivo de proponer mejoras que impulsen la competitividad a nivel nacional e internacional.	La mejora de la infraestructura y el desarrollo de equipos de deportes electrónicos en Perú impulsará la competitividad a nivel nacional e internacional en 2024.			
¿Cómo contribuyen los deportes electrónicos al desarrollo económico y qué oportunidades económicas generan en Perú?	Evaluar el impacto económico de los deportes electrónicos y las oportunidades económicas que generan en Perú para 2024.	La expansión de los deportes electrónicos en Perú generará nuevas oportunidades económicas y contribuirá significativamente al desarrollo económico del país en 2024. ámbito en 2024.			
¿Qué papel juega la cultura y comunidad de jugadores en la percepción y aceptación de los deportes electrónicos en Perú?	Examinar el papel de la cultura y comunidad de jugadores en la percepción y aceptación de los deportes electrónicos en Perú.	Una comunidad de jugadores fuerte y culturalmente integrada promoverá la percepción positiva y la aceptación de los deportes electrónicos en Perú para 2024.			

Anexo 04

Cuadro de operacionalización de variables

Tabla 4. Cuadro de operacionalización de variables (cuantitativo)

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
Deportes electrónicos	Participación activa de uno o más competidores en torneos en línea (Gotarra, 2017).	Operacionalmente los deportes electrónicos se dividen en diferentes dimensiones que facilitan la medición de su influencia y evolución como lo son la participación y audiencia (Items1-5), el desarrollo y estructura (Items 6-10), el impacto económico y la cultura (Items11-15), y comunidad de jugadores (Items 16-20).	Participación y audiencia	Número de jugadores activos	1. ¿Cuántas horas a la semana dedicas a jugar deportes electrónicos? 2. ¿Desde hace cuánto tiempo participas en deportes electrónicos?	ORDINAL	CUESTIONARIO E&S	NUNCA	RARAMENTE	A VECES	FRECUENTEMENTE	SIEMPRE
				Tendencias de participación a lo largo del tiempo	3. ¿Con qué frecuencia asistes (virtualmente o en persona) a eventos de deportes electrónicos? 4. ¿Has notado un aumento en el número de participantes en deportes electrónicos en los últimos años?							
				Tamaño y característica de la audiencia	5. ¿Qué tan importante consideras los siguientes factores al decidir asistir a un evento de deportes electrónicos? (Interés en el juego, popularidad del evento, calidad de la transmisión, otros)							
			Desarrollo y estructura	Infraestructuras para competiciones.	6. ¿Consideras que las infraestructuras actuales para competiciones de deportes							
				Desarrollo de ligas y torneos.								

107

108

Anexo 05

Cuadro de operacionalización de variables

Tabla 5. Cuadro de operacionalización de variables (cualitativo)

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
Deportes electrónicos	Participación activa de uno o más competidores en torneos en línea (Gotarra, 2017).	Operacionalmente los deportes electrónicos se dividen en diferentes dimensiones que facilitan la medición de su influencia y evolución como lo son la participación y audiencia (Items1-3), el desarrollo y estructura (Items 4-7), el impacto económico y la cultura (Items 8-10), y comunidad de jugadores (Items 11-13).	Participación y audiencia	Número de jugadores activos	1. ¿Cuál es el panorama actual de la participación de jugadores en la escena de deportes electrónicos en Perú? 2. ¿Cómo ha evolucionado la participación de jugadores en los últimos años y cuáles han sido las tendencias más significativas que han observado? 3. ¿Cuáles son las características principales de la audiencia que participa en los eventos de deportes electrónicos en Perú y cómo ha evolucionado esta audiencia en términos demográficos?	GUÍA ENTREVISTA
				Tendencias de participación a lo largo del tiempo		
				Tamaño y característica de la audiencia		
			Desarrollo y estructura	Infraestructuras para competiciones.	4. ¿Cuál es la situación actual de las infraestructuras disponibles para la realización de competiciones de deportes electrónicos en Perú? 5. ¿Cómo se ha trabajado en el desarrollo de ligas y torneos locales para fortalecer la escena competitiva en el país? 6. ¿Cuál ha sido el nivel de inversiones y patrocinios en la industria de los deportes electrónicos en Perú y cómo han contribuido al crecimiento del sector?	
				Desarrollo de ligas y torneos.		
				Inversiones y patrocinios en la industria.		
Marco legal y reconocimiento institucional.						

					7. ¿Cómo evalúan el marco legal actual relacionado con los deportes electrónicos en el país y qué perspectivas tienen sobre el reconocimiento institucional de la industria?
				Impacto económico	Ingresos generados por la industria.
					Creación de empleo en el sector.
					Oportunidades para profesionales y jugadores.
					Relación con otras industrias económicas.
					8. ¿Cuál es la contribución económica de la industria de los deportes electrónicos en términos de ingresos generados y oportunidades de trabajo para profesionales y jugadores? 9. ¿Qué impacto ha tenido la industria de los deportes electrónicos en la creación de empleo en el país y qué perfiles profesionales están en mayor demanda dentro de este sector? 10. ¿Cómo se ha desarrollado la relación entre la industria de los deportes electrónicos y otras industrias económicas en el país y qué beneficios ha traído esta interacción?
			Cultura y de comunidad jugadores	Creación y participación en comunidades virtuales.	11. ¿Cómo ha impactado la creación y participación en comunidades virtuales en el desarrollo de la escena de esports en Perú?
				Influencia en la cultura juvenil y popular.	12. ¿De qué manera consideran que los deportes electrónicos han influenciado la cultura juvenil y popular en Perú y qué aspectos destacan como más significativos en esta influencia?
				Percepción pública y mediática de los deportes electrónicos	13. ¿Cómo ha evolucionado la percepción pública y mediática de los deportes electrónicos en la sociedad peruana y qué desafíos han enfrentado en este aspecto?

Anexo 06

Instrumentos de recolección de datos

¡Hola! Soy Renzo Marcelo Fernández Illaccanqui, estudiante de la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola. Estoy llevando a cabo una investigación de Pregrado titulada: “Más allá del estigma: redefiniendo los deportes electrónicos como espacios de comunidad y oportunidades económicas”. Por lo tanto, se les pide leer detenidamente cada una de las siguientes preguntas y responder marcando en las opciones proporcionadas.

La encuesta tiene una duración inferior a 10 minutos y es completamente anónima, por lo que no solicitaremos información personal. Sus respuestas serán empleadas exclusivamente para la investigación y se mantendrán en absoluta confidencialidad, por lo que les pedimos sinceridad al contestar.

¡Muchas gracias por su tiempo!

Cuestionario

1. ¿Cuántas horas a la semana dedicas a jugar deportes electrónicos?

- ☐ Nunca (0 h)
- ☐ Casi nunca (menos de 5 h)
- ☐ A veces (entre 5 y 10 h)
- ☐ Casi siempre (entre 10 y 20 h)
- ☐ Siempre (más de 20 h)

2. ¿Desde hace cuánto tiempo participas en deportes electrónicos?

- ☐ Nunca (0 años)
- ☐ Casi nunca (1-2 años)
- ☐ A veces (3-4 años)
- ☐ Casi siempre (5-6 años)
- ☐ Siempre (más de 6 años)

3. ¿Con qué frecuencia asistes (virtualmente o en persona) a eventos de deportes electrónicos?

- ☐ Nunca
- ☐ Casi nunca
- ☐ A veces
- ☐ Casi siempre
- ☐ Siempre

4. ¿Has notado un aumento en el número de participantes en deportes electrónicos en los últimos años?

- ☐ Nunca
- ☐ Casi nunca
- ☐ A veces
- ☐ Casi siempre
- ☐ Siempre

5. ¿Qué tan importante consideras los siguientes factores al decidir asistir a un evento de deportes electrónicos? (Interés en el juego, popularidad del evento, calidad de la transmisión, otros)

- ☐ Nada importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Neutral
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

6. ¿Consideras que las infraestructuras actuales para competiciones de deportes electrónicos en Perú son adecuadas?

- ☐ Muy en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ De acuerdo
- ☐ Muy de acuerdo

7. ¿Qué tan organizado encuentras los torneos y ligas de deportes electrónicos en Perú?

- ☐ Muy desorganizado
- ☐ Desorganizado
- ☐ Neutral
- ☐ Organizado
- ☐ Muy organizado

8. ¿Crees que hay suficientes patrocinadores interesados en los deportes electrónicos en Perú?

- ☐ Muy en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ De acuerdo
- ☐ Muy de acuerdo

9. ¿Consideras que los deportes electrónicos deberían tener un reconocimiento institucional similar a los deportes tradicionales?

- ☐ Muy en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ De acuerdo
- ☐ Muy de acuerdo

10. ¿Qué tan necesario consideras las siguientes mejoras para las infraestructuras de competiciones? (Espacio, tecnología, acceso, otros)

- ☐ Muy poco necesario

- ☐ Poco necesario
- ☐ Neutral
- ☐ Necesario
- ☐ Muy necesario

11. ¿Crees que los deportes electrónicos generan ingresos significativos en Perú?

- ☐ Muy en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ De acuerdo
- ☐ Muy de acuerdo

12. ¿Conoces a alguien que trabaje profesionalmente en la industria de los deportes electrónicos?

- ☐ Nunca (0 personas)
- ☐ Casi nunca (1-2 personas)
- ☐ A veces (2-5 personas)
- ☐ Casi siempre (5-7 personas)
- ☐ Siempre (7 a más)

13. ¿Consideras que existen suficientes oportunidades profesionales para jugadores de deportes electrónicos en Perú?

- ☐ Muy en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ De acuerdo
- ☐ Muy de acuerdo

14. ¿Qué tan fácil crees que es para los jugadores profesionales obtener el apoyo necesario para desarrollar su carrera en los deportes electrónicos?

- ☐ Muy difícil
- ☐ Difícil
- ☐ Neutral
- ☐ Fácil
- ☐ Muy fácil

15. ¿Qué tan significativa consideras las siguientes fuentes de ingresos en la industria de los deportes electrónicos? (Publicidad, patrocinios, venta de entradas, otros)

- ☐ Muy insignificante
- ☐ Insignificante
- ☐ Neutral
- ☐ Significativa
- ☐ Muy significativa

16. ¿Eres miembro de alguna comunidad virtual de deportes electrónicos?

- ☐ Nunca: 0 comunidad
- ☐ Casi nunca: 1 comunidad
- ☐ A veces: 2-3 comunidades
- ☐ Casi siempre: 3-4 comunidades
- ☐ Siempre: 5 a más comunidades

17. ¿Qué tan frecuentemente participas en actividades dentro de estas comunidades?

- ☐ Nunca
- ☐ Casi nunca
- ☐ A veces
- ☐ Casi siempre
- ☐ Siempre

18. ¿Cómo crees que son percibidos los deportes electrónicos por el público en general

en Perú?

- ☐ Muy negativamente
- ☐ Negativamente
- ☐ Neutral
- ☐ Positivamente
- ☐ Muy positivamente

19. ¿Qué tan importante consideras que son los deportes electrónicos en influir en los siguientes aspectos de la cultura juvenil? (construcción de identidad, comportamiento social, tendencias de moda)

- ☐ Muy insignificante
- ☐ Insignificante
- ☐ Neutral
- ☐ Significativo
- ☐ Muy significativo

20. ¿Qué tan adecuada consideras la cobertura mediática de los deportes electrónicos

en Perú?

- ☐ Nada adecuada
- ☐ Poco adecuada
- ☐ Neutral
- ☐ Adecuada
- ☐ Muy adecuada

GUÍA DE ENTREVISTA

Hola, antes de comenzar, me gustaría solicitarte tu autorización para grabar la entrevista. Soy Renzo Marcelo Fernández Illaccanqui, estudiante de la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola. Estoy realizando una investigación de Pregrado titulada: "Más allá del estigma: redefiniendo los deportes electrónicos como espacios de comunidad y oportunidades económicas". El objetivo de esta entrevista es obtener tu perspectiva sobre los eSports. Las respuestas proporcionadas se usarán exclusivamente para la investigación y se mantendrán en total confidencialidad.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Iniciales del nombre y apellidos: Mariano Tapia
Género: Masculino
Hora de inicio: 10:35 am

Fecha: 24/10/2024
Distrito: La Molina
Hora de fin: 11:20 am

1. ¿Cuál es el panorama actual de la participación de jugadores en la escena de deportes electrónicos en Perú?
2. ¿Cómo ha evolucionado la participación de jugadores en los últimos años y cuáles han sido las tendencias más significativas que han observado?
3. ¿Cuáles son las características principales de la audiencia que participa en los eventos de deportes electrónicos en Perú y cómo ha evolucionado esta audiencia en términos demográficos?
4. ¿Cuál es la situación actual de las infraestructuras disponibles para la realización de competiciones de deportes electrónicos en Perú?
5. ¿Cómo se ha trabajado en el desarrollo de ligas y torneos locales para fortalecer la escena competitiva en el país?
6. ¿Cuál ha sido el nivel de inversiones y patrocinios en la industria de los deportes electrónicos en Perú y cómo han contribuido al crecimiento del sector?
7. ¿Cómo evalúan el marco legal actual relacionado con los deportes electrónicos en el país y qué perspectivas tienen sobre el reconocimiento institucional de la industria?
8. ¿Cuál es la contribución económica de la industria de los deportes electrónicos en términos de ingresos generados y oportunidades de trabajo para profesionales y jugadores?
9. ¿Qué impacto ha tenido la industria de los deportes electrónicos en la creación de empleo en el país y qué perfiles profesionales están en mayor demanda dentro de este sector?
10. ¿Cómo se ha desarrollado la relación entre la industria de los deportes electrónicos y otras industrias económicas en el país y qué beneficios ha traído esta interacción?
11. ¿Cómo ha impactado la creación y participación en comunidades virtuales en el desarrollo de la escena de esports en Perú?
12. ¿De qué manera consideran que los deportes electrónicos han influenciado la cultura juvenil y popular en Perú y qué aspectos destacan como más significativos en esta influencia?
13. ¿Cómo ha evolucionado la percepción pública y mediática de los deportes electrónicos en la sociedad peruana y qué desafíos han enfrentado en este aspecto?

Anexo 08

Ficha de validación (cuestionario)



FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución	Instrumento	Autor(es)
Mg. Ivan Ernesto Quijano Aranibar	Docente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Docente e Investigador RENACYT en el Instituto San Ignacio de Loyola.	Cuestionario	RENZO MARCELO FERNÁNDEZ ILLACCANQUI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Indicadores	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables				X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4. Organización	Existe una organización lógica.				X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos				X	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINION DE APLICACIÓN

- ☒ Aplicable
- ☐ Aplicable después de corregir
- ☐ No aplicable

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

74% MUY BUENO

V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	https://orcid.org/0000-0003-2264-1186	P0130610	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 9 de junio de 2024.

QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO
DNI: 45144294

Anexo 09

Ficha de validación (entrevista)



FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución	Instrumento	Autor(es)
Mg. Ivan Ernesto Quijano Aranibar	Docente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Docente e Investigador RENACYT en el Instituto San Ignacio de Loyola.	Guía de entrevista	RENZO MARCELO FERNÁNDEZ ILLACCANQUI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Categorías, subcategorías y preguntas de investigación	Deficiente 0- 20%	Regular 21- 40%	Buena 41- 60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81- 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. Subjetividad	Recoge los aspectos subjetivos de los participantes.			X		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. Organización	Existe una organización lógica.					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos.				X	
8. Coherencia	Entre las categorías, subcategorías y objetivos de investigación.				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

III. OPINION DE APLICACIÓN

- ☒ Aplicable
- ☐ Aplicable después de corregir
- ☐ No aplicable

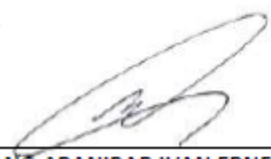
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

76% MUY BUENO

V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	https://orcid.org/0000-0003-2264-1186	P0130610	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 9 de junio de 2024.


QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO
DNI: 45144294