

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**



**DISEÑO DE UNA WEB “afk” PARA DISMINUIR EL TILTEO DE LOS
JUGADORES DE ESPORTS EN LIMA METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Arquitectura de Interiores

AUTOR: Alejandra Danitza Soto Huaychao
(ORCID: 0000-0002-1039-1522)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR: María Alejandra Jáuregui Corvetto
(ORCID: 0000-0002-1454-0951)

ASESOR
Leny Percca Trejo
(ORCID: 0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

Agosto 2021

Resumen del Proyecto de Investigación

La industria de los deportes electrónicos o más conocidos como eSports está creciendo y generando impacto notablemente en Latinoamérica y especialmente en Perú, contando con una tasa de crecimiento del 20% de forma anual, millones de usuarios disfrutan de esta categoría deportiva debido al desarrollo de nuevas tecnologías y formas de comunicación que permiten que los jóvenes se destaquen en sus videojuegos favoritos, ya sea a un nivel deportivo y/o profesional.

La consolidación de este tipo de deporte está generando cambios en el estilo de vida de los jugadores; jugando y entrenando varias horas con el objetivo de mejorar su juego, algunos con el propósito de querer formar parte del ámbito profesional de la industria.

Sin embargo, cuando el jugador empieza a contar con un historial de partidas negativas y a acumular malos resultados, provoca que los lleve a un estado perjudicial afectando su forma de jugar; esto es lo que se llama el encontrarse en un estado de *tilteo*, comúnmente conocido por el hecho de entrar en un estado de ánimo negativo, frustrado y mostrar actuaciones por debajo de las capacidades de uno mismo, incluso llevando a algunos a acabar tomando conductas agresivas.

Por lo tanto, este proyecto de innovación presenta una propuesta de valor para este tipo de jugadores, que consiste en el diseño de una página web llamada “afk” que busca disminuir el tilteo de los jugadores de eSports en Lima Metropolitana, mediante el empleo de mini juegos, tales como: juegos de point and click y técnicas de respiración, además de contar con asesorías personalizado por parte de coaches de eSports; es así que actividades como estas pueden mejorar el estado de ánimo de los jugadores, promover la relajación, evitar el tilteo e incluso enseñar a los usuarios la importancia de lidiar con los sentimientos de frustración y por consiguiente mejorar su rendimiento en el juego.

Palabras claves: eSports, tilteo, web, coach

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | Contextualización del problema | 6 |
| 2. | Justificación | 8 |
| 2.1. | Justificación social..... | 8 |
| 2.2. | Justificación práctica | 9 |
| 2.3. | Justificación metodológica | 9 |
| 3. | Reto de innovación | 9 |
| 3.1. | Preguntas | 10 |
| 3.2. | Objetivos..... | 10 |
| 4. | Sustento teórico..... | 11 |
| 4.1. | Estudios previos..... | 11 |
| 4.2. | Marco teórico..... | 13 |
| 4.2.1. | Diseño de una web | 13 |
| 4.2.2. | Conceptualización de diseño de web “afk” | 13 |
| 4.2.3. | Definición de usuario | 14 |
| 4.2.4. | Contenido de la web..... | 14 |
| 4.2.5. | Navegación..... | 15 |
| 4.2.6. | Responsive | 17 |
| 4.2.7. | Ecommerce..... | 17 |
| 4.2.8. | Importancia de diseñar una web “afk” | 17 |
| 5. | Beneficiario..... | 18 |
| 6. | Propuesta de valor..... | 19 |
| 6.1. | Propuesta de valor | 19 |
| 6.2. | Segmento de clientes | 19 |

| | | |
|------|---------------------------------|----|
| 6.3. | Canales | 19 |
| 6.4. | Relación con los clientes | 20 |
| 6.5. | Actividades clave..... | 20 |
| 6.6. | Recurso claves | 20 |
| 6.7. | Aliados clave | 20 |
| 6.8. | Fuentes de ingresos..... | 20 |
| 6.9. | Presupuesto..... | 20 |
| 7. | Resultados | 33 |
| | Experimentación | 33 |
| | Blueprint | 34 |
| 8. | Conclusiones..... | 34 |
| 9. | Bibliografías..... | 36 |
| | Diario en línea..... | 36 |
| | Instituciones | 36 |
| | Libro..... | 36 |
| | Páginas web | 37 |
| | Revista digital | 37 |
| | Tesis | 38 |
| 10. | Anexos | 39 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: <i>Inversiones</i> | 20 |
| Tabla 2: <i>Alquiler</i> | 21 |
| Tabla 3: <i>Sueldos</i> | 22 |
| Tabla 4: <i>Ventas</i> | 27 |
| Tabla 5: <i>Costos</i> | 29 |
| Tabla 6: <i>Resultados</i> | 32 |

1. Contextualización del problema

En los años 60 aparece por primera vez Tennis for Two, que fue el primer videojuego de la historia, la premisa de este era que dos personas compiten en una simulación arcaica de una partida de tenis. Años más tarde, los videojuegos evolucionaron y en algunos casos pasaron de ser de dos jugadores a un solo jugador, pero aun así el espíritu de competitividad nunca cambió.

Solo unos cuantos años más adelante, se estrenó Space Invaders, un videojuego de arcade de un solo jugador en donde la persona que jugaba tenía que defenderse de una invasión alienígena, aparte de ser uno de los juegos más importantes de la historia fue el primer videojuego en tener un torneo oficial. Cientos de jóvenes de los Estados Unidos compitieron para tener el mejor puntaje y ser el número uno de su país. Desde entonces los torneos fueron herramientas de marketing, pero apuntaban a convertirse en una industria aparte.

No fue hasta los años 90s que el término eSports se usó por primera vez para referirse a los videojuegos de estos torneos, que proviene de las palabras en inglés electronic y sports. Como lo define Galiana (2021):

Los eSports o deportes electrónicos son una novedad en el campo de los videojuegos. Este concepto se utiliza para nombrar las competiciones organizadas a nivel profesional. Son competiciones multijugador de diferentes disciplinas de videojuegos. Su funcionamiento es muy sencillo: cada eSport tiene sus propias reglas y tienen acceso a diferentes dispositivos y plataformas de forma online u offline. (párr.3)

Para muchos periodistas de la época, era correcto usar la palabra deporte, pues para competir en estos torneos se necesita destreza física y mental, muy parecida a algunos deportes tradicionales como el ajedrez.

Actualmente los videojuegos han evolucionado y con ello los eSports, pues cuentan con equipos profesionales, entrenadores, equipo técnico, sponsors especializados, transmisiones de torneos en vivo, comentaristas y periodistas deportivos, además de millones de fanáticos en todo

el mundo. Los tipos de videojuegos más jugados en los torneos son los MOBAS, juegos deportivos, juegos de peleas, juegos de estrategia en tiempo real y juegos de disparos en primera persona.

Se puede observar, la competencia y los torneos han nacido de la mano con los videojuegos, y el tiempo y la comunidad la ha formado profesionalmente en lo que conocemos como eSports.

Dado que los deportes electrónicos han crecido durante estos últimos años, paralelamente el nivel de estrés en los jugadores ha ido incrementando, causando consecuencias a corto, medio y largo plazo, como un deterioro físico y agotamiento, además de un bajo rendimiento en el juego, Staff ControlVG (2019) concluye que “los jugadores de eSports se enfrentan a 51 factores de estrés diferentes, en cual destacan el problema de comunicación dentro del equipo y la ansiedad que produce el competir frente a grandes niveles de audiencia y público presencial.” (párr. 3).

Por ello algunos jugadores durante o después de las partidas toman la decisión de renunciar, dejando a su equipo en abandono. Incluso se cuestionan si esto es lo que quieren hacer por el resto de su vida.

Pico (s.f.) dice que:

Los eSports también han acuñado nuevos términos psicológicos. El tilt o tilteo es el estado mental que atraviesa un jugador que a pesar de llevar acumuladas muchas horas de juego no consigue los objetivos que pretende o experimenta la derrota. Este estado emocional de frustración genera malestar e irritación en el jugador que reducirá su rendimiento (párr. 8).

Por esta razón el control del tilteo es esencial, para no caer en un estado de ánimo que llegue a alterar el rendimiento. Cuando se aprende a manejar y mejorar esa frustración y convertirla en lo opuesto se consigue un estado donde el jugador está al máximo de concentración y percepción, haciendo que le salga bien la partida.

Melgar (2021) dice que:

Siempre busco que los miembros de mi equipo mejoren sus puntos débiles a pesar de ser experto en cierto rol. Además, considero que un jugador puede no ser el mejor, pero teniendo una buena táctica y un buen conjunto se pueden hacer maravillas. (párr.13)

Por este motivo los coaches de eSports se enfocan en la táctica y habilidades personales, lo cual implica tener un ojo analítico, ya que el propósito de esto es identificar las cualidades de cada jugador, así como sus yerros durante las partidas, las cuales impactan tanto a nivel individual como grupal.

En base a lo redactado anteriormente, partiendo de la carrera de Arquitectura de Interiores y Dirección y Diseño Publicitario se propone un servicio que consiste en una web donde se brinde servicios para disminuir el tilteo y mejorar su rendimiento en las partidas online.

En conclusión, se requiere solucionar la problemática del tilteo (frustración) en las partidas online para los jugadores creando un servicio para disminuir su tilteo y mejorar el rendimiento de los jugadores de eSports en Perú.

2. Justificación

Los jugadores de eSports antes, durante y al finalizar las partidas online comienzan a experimentar el tilteo y no saben canalizarlo de la mejor manera. Y muchas veces puede ser algo negativo, ya que los podría llevar a perder la partida o algún campeonato en el que participen. Algunos jugadores de eSports cuentan con métodos de relajación los cuales no terminan de ser beneficiosos para ellos.

2.1. Justificación social

Los jugadores peruanos de eSports (18-25 años) al encontrarse constantemente en presión ya sea por problemas tanto internos como externos tienen la necesidad de encontrar algún servicio que los ayude a disminuir el estrés que se produce antes, durante y después de las partidas online.

Vainstoc (2020) informa:

Si no trabajas desde el área mental, es muy difícil superarlo. Tenemos que ser fuertes de cabeza y poder manejar la resolución de errores. Esto es algo que los deportistas, tanto de *gaming* como de deporte tradicional deben tener muy bien trabajado (párr. 4).

Como solución se plantea crear un servicio en donde puedan disminuir el nivel de tilteo y mejorar su rendimiento en el juego. El cual los beneficia para un mejor rendimiento y evitar bloqueos mentales durante sus partidas, ya que les que ayudaría a tener una mejor concentración asimismo un mejor rendimiento.

2.2. Justificación práctica

El resultado de la investigación El resultado de la investigación está basado en jugadores core y hardcore de eSports, en donde se observa que sufren del mismo nivel de tilteo que un jugador de un deporte convencional. Estos jugadores sufren ansiedad anticipatoria, esto ocurre porque compiten para alcanzar un estatus social o para ascender en el ranking que los llevaría a campeonatos importantes.

2.3. Justificación metodológica

Para lograr entender el tilteo que sienten los jugadores de eSports, se emplearon diversas técnicas de investigación como las encuestas a jugadores casuales, core y hardcore, jugadores profesionales, además de entrevistas al narrador de campeonatos, jugadores de diferentes equipos peruanos, coaches y por último psicólogos. Con ello se pretende identificar hallazgos que permitan recopilar mejor la información y conocer a profundidad el tema, para llegar a la solución de disminuir el tilteo que los jugadores sienten. Así mismo se empleó Toulouse Thinking como herramienta y método para desarrollar el tema del proyecto con el fin de lograr un resultado innovador.

3. Reto de innovación

Diseño de una web “afk” para disminuir el tilteo de los jugadores de eSports en Lima Metropolitana.

3.1. Preguntas

Pregunta general

¿Cómo disminuir el tilteo en los jugadores de eSports en Lima Metropolitana?

Preguntas específicas

P1

- ¿Qué recursos se necesitan para diseñar una web para disminuir el tilteo de los jugadores de eSports?

P2

- ¿Cuál será el beneficio de diseñar una web que disminuya el tilteo en los jugadores de eSports?

P3

- ¿Qué tipo de interacción tendrá el diseño de la web para disminuir el tilteo en los jugadores de eSports?

3.2. Objetivos

Objetivo general

Diseñar una web para disminuir el tilteo de los jugadores de eSports en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos

O1

- Identificar qué recursos se necesitan para diseñar una web para disminuir el tilteo de los jugadores de eSports.

O2

- Determinar cuál será el beneficio de diseñar un web que disminuya el estrés en los jugadores de eSports.

O3

- Validar que el diseño de la web ayudaría a disminuir el tilteo en los jugadores de eSports.

4. Sustento teórico

4.1. Estudios previos

Climent, M.J (2017) *Plan de Empresa para la Creación de Empresa de Servicios de Coaching en Almussafes*. Para optar el título de fin de carrera. Universitat Politècnica de Valencia. Valencia - España.

El objetivo consiste en la creación y desarrollo de un Negocio de Servicios de Coaching en Almussafes, de manera presencial en las oficinas, en la misma empresa, o mediante plataformas Online, videoconferencias, vía telefónica, skype, etc.

Los resultados son que, después de todo el análisis del proyecto de apertura de REINVENTAR-SE, SLU, el proyecto sería viable incluso en el escenario pesimista, que presenta evolución favorable obteniendo resultado positivo a partir del tercer año.

La utilidad de la tesis es que esta aplicación nos ayuda a determinar qué elementos podemos integrar a nuestro prototipo de web, además este informe nos va a permitir adentrarnos más en el conocimiento del uso de estas herramientas, valorar el mercado, valorar la puesta en práctica del coaching, sus ventajas, tendencias, trabas con las que nos podemos encontrar, etc. Con todo esto, se podrán valorar distintos escenarios posibles y de ésta forma sacar conclusiones al respecto.

Martínez, M. (2017) *Diseño de página web y material gráfico digital, como medio de información y apoyo a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que han sufrido de problemas psicosociales*. Para optar el título de Licenciada en Diseño Gráfico. Universidad San Carlos de Guatemala. Cdad. de Guatemala - Guatemala.

El proyecto tiene como objetivo de obtener un medio de información y de comunicación que logre que los estudiantes contacten directamente con los psicólogos, sin necesidad de presentarse directamente a las instalaciones de los centros de apoyo, con el fin de lograr que ellos expresen libremente sus sentimientos y emociones sin el temor de ser juzgados.

Los resultados de la investigación concluyen que la página web llamada “Habla yo te escucho” permite a los estudiantes obtener apoyo psicológico, sin presentarse a los centros de salud; también de lograr difundir información sobre qué son los problemas psicosociales, causas, consecuencias y cómo prevenirlos.

La utilidad de la tesis aporta cómo es posible que la web ayuda a estudiantes a tener apoyo mediante comunicación directa con psicólogo además de como la implementación de elementos visuales ayudaron a dejar el mensaje más claro.

Torres, L. (2019) *Plataforma virtual para mejorar el rendimiento en una asignatura del plan curricular de la escuela de tecnologías de la información, SENATI*. Para optar el grado de Maestro en Docencia profesional tecnológica. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Lima - Perú.

El objetivo de la investigación consiste en comprobar si una plataforma virtual puede mejorar el rendimiento y aprendizaje en los estudiantes de una asignatura. Además en su dimensión en de habilidades en redes de comunicación.

Los resultados demuestran que los que utilizaron un amplio uso de la plataforma, mejoraron sus habilidades y conocimiento obteniendo buenos resultados.

La utilidad de la tesis permite demostrar que realizar una plataforma virtual sirve de gran ayuda a mejorar las habilidades, conocimientos y rendimiento. Y sobre todo que la información que se les brinda es de gran utilidad.

Anaya, R., Castro, J. M., & González, E. (2020). Preferencias del consumidor millennial respecto al diseño de webs de social commerce. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22 (1), 123-139.

El objetivo de esta investigación radica en entender cómo tres factores del diseño web (usabilidad, funcionalidad y sociabilidad) influyen en la evaluación cognitiva y afectiva del consumidor, y cómo éstas determinarán su intención de compra.

Los resultados demuestran el diseño web y la socialización en entornos de e-commerce con componentes de la teoría del aprendizaje social.

La utilidad de esta tesis mejora la comprensión acerca de la influencia en entornos de la web social del diseño sobre las evaluaciones del consumidor, y de éstas sobre las intenciones de compra, destacando la importancia del diseño sobre las evaluaciones afectivas. Además, suministran información relevante sobre cómo diseñar las webs para mejorar las actitudes y comportamientos de compra de los consumidores.

4.2. Marco teórico

4.2.1. *Diseño de una web*

Ecdisis Estudio (2019), informa:

El diseño web es aquella actividad consistente en planificar, diseñar, mantener y crear páginas web. Se aleja del término más tradicional del diseño en cuanto a que engloba una gran variedad de aspectos diferentes, como pueden ser el diseño de la interfaz, el diseño del material gráfico o incluso la experiencia del usuario con el sitio (párr. 1).

Por ende, se decidió la obtención de una, para ofrecer a los usuarios una experiencia adecuada y atractiva a la hora de interactuar por una página.

4.2.2. *Conceptualización de diseño de web “afk”*

En la etapa de diseño de la web se utilizó el editor de gráficos vectoriales y herramienta de generación de prototipos, Figma, la cual consiste en crear interfaces de usuario tanto para web como para móvil. Se eligió esta herramienta debido a que se caracteriza por tener fases en las que varias personas están involucradas, por lo que la colaboración en tiempo real ayuda a ganar tiempo y, además, realizar eventuales ajustes en el camino, además de permitir ahorrar recursos económicos.

Como complemento se utilizaron programas de creación de gráficos y animación 3D: 3dsMax y Lumion, para la representación visual y recorrido virtual del espacio principal de la web.

Se utilizó la representación gráfica User Flow para diseñar la ruta que sigue un usuario en un sitio web o aplicación para completar una tarea. Las representaciones gráficas generadas permitieron visualizar de mejor manera el diseño y entender el funcionamiento del prototipo de la aplicación.

4.2.3. Definición de usuario

Peiró (2020) “Un usuario es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio. Es un concepto muy utilizado en el sector informático y digital” (párr.1) Este término permite saber a qué tipo de usuario nos enfocamos asimismo de brindar un servicio personalizado.

4.2.3.1. Público objetivo

La investigación está dirigida para jugadores core, le interesa el rango que tiene dentro del juego y ocasionalmente participar en torneos, y hardcore, dedica mucho tiempo e interés a los videojuegos, aspirando a ser profesional de eSports en Lima Metropolitana, entre las edades de 18 a 25 años.

4.2.3.2. Estilo de vida

La mayoría juega entre 5 a 8 horas, por diversas razones, uno de ellas siendo por distracción. Su objetivo es levantar el nivel de competitividad haciendo que la motivación de seguir jugando sea mayor.

4.2.4. Contenido de la web

Los componentes que se utilizarán en la página web son:

4.2.4.1. Mini juegos

La página web contará con herramientas para que el usuario pueda distraerse o despejarse cuando entre en la etapa de tilteo, tales como:

4.2.4.1.1. *Juegos de point and click*

Son determinados juegos en los que solo se utiliza el mouse del pc para interactuar con el entorno del juego, siendo necesario hacer click en diferentes zonas de la pantalla para realizar acciones. Por lo que se propone juegos donde el usuario pueda escoger entre “elementos que quiera destruir” y/o “sincronización”, ya que al usuario al estar en el pc y con sus respectivos periféricos (mouse) se le hace más factible realizar estas acciones.

4.2.4.1.2. *Técnicas de respiración*

Esta fase consistirá en la reproducción de un video mientras que en la pantalla se va explicando paso a paso las actividades que el usuario tiene que realizar, como lo explica TherapyChat (2019):

Son una serie de pasos que te permiten respirar con cierto orden y sentido, de manera que no sea simplemente un acto de supervivencia, sino una oportunidad para encontrarte mejor, y si fuera necesario, una técnica para saber cómo controlar la ansiedad (párr. 2).

4.2.4.2. *Asesorías*

Mediante el servidor Discord los usuarios se podrán contactar directamente con coaches, de esta manera se logrará que el usuario pueda obtener un apoyo adecuado (disminuir el tilteo y como consecuencia mejorar el rendimiento).

4.2.5. *Navegación*

La navegación debe ser coherente con la expectativa del usuario, un lenguaje que ellos conozcan y entiendan para qué sirve cada icono para realizar una acción; logrará que la navegación sea intuitiva y predecible para los usuarios.

4.2.5.1. *Experiencias de usuario*

Corrales (2020) “La experiencia del usuario engloba todas aquellas interacciones del usuario con una marca. Por supuesto, a raíz de la transformación digital, esta experiencia se orienta principalmente a páginas web, aplicaciones móviles, herramientas y otros recursos similares.”

(párr. 4). Al pasarse a lo digital, se tiene que dar una propuesta de valor además de dar satisfacción a nuestros usuarios y ayudarlos con su necesidad.

4.2.5.1.1. *Simplicidad*

Sordo (2019) “Los elementos de diseño innecesarios que no tienen una finalidad funcional distraen a los visitantes y les hacen más difícil cumplir su objetivo. Desde la perspectiva de la usabilidad y la experiencia del usuario, la simplicidad es tu mejor aliada.” (párr. 6)

El diseño planteado tendrá elementos precisos para el usuario, ya que si se carga con mucha información no se podrá lograr con el objetivo deseado y no se beneficiarán los jugadores.

4.2.5.1.2. *Consistencia*

Como dice Sordo (2019):

Los fondos, los esquemas de colores, los tipos de letra e incluso el estilo narrativo son áreas en las que la consistencia puede generar un impacto positivo en la usabilidad y la experiencia del usuario. [...] Si usas estas estructuras de manera consistente, a tus visitantes les resultará más fácil entender qué tipo de información pueden encontrar en una página determinada. (párr. 25)

La línea gráfica del diseño tiene que ser planteado de manera que tenga que ser atractivo para ellos, a través de los colores, tipografías y lenguaje para que ellos se sientan identificados y cómodos.

4.2.5.1.3. *Navegación intuitiva*

Sordo (2019) “Es fundamental que el sitio ofrezca una navegación intuitiva para garantizar que los visitantes encuentren fácilmente lo que están buscando. Lo ideal sería que no tuvieran que pensar demasiado para saber dónde hacer clic” (párr. 14). Es importante este punto, ya que esto define si la web está bien planteada y si es funcional. El flujo que se realice tiene que ser intuitivo para ellos, que ya sepan y entiendan a donde los va a llegar cada clic.

4.2.6. Responsive

InternetYa (2020) lo define como “una manera de diseñar y codificar un sitio web que hace que cada elemento de la navegación del sitio sea ajustable basado en el tamaño de pantalla.” (párr. 4)

El diseño que se propone tiene que ser adaptable para los diferentes dispositivos, siendo Desktop, Tablet y celular, para así tener una mejor navegación y obtener mayor visita.

4.2.7. Ecommerce

Instituto Europeo de Posgrado (2017) define que es “el marketing y venta de productos o servicios a través de Internet. En definitiva, se basa en la migración del comercio tradicional a Internet, pero con aspectos específicos como su logística, los medios de pago o los aspectos legales” (párr. 3). Se utilizará el ecommerce para la venta del servicio de asesoramiento con coaches a través de la web, brindándoles horarios para que puedan seleccionar y además diversos medios de pago para facilitar al consumidor.

4.2.8. Importancia de diseñar una web “afk”

Tresce Digital Marketing Agency (s.f):

Contar con un diseño web se ha convertido en un requisito imprescindible para la mayoría de negocios. El motivo es que una página web es la carta de presentación de una marca, y en función de esta, los usuarios podrán hacerse una idea de quién es la empresa, lo que hace y su grado de profesionalidad. Por eso, ya son muchas las marcas que apuestan por optimizar su web y ofrecer la mejor estética junto con los mejores contenidos para visibilizarse ante su público objetivo. (párr. 1)

El diseño de la página web se relaciona con los elementos que corresponden a los jugadores de eSports, por lo cual encuentran el movimiento de las acciones similares a operaciones dentro de un juego, los colores que se encuentran en la iluminación que tienen dentro de su espacio y los periféricos con los que desarrollan sus actividades. Algo esencial de la página es la sección de “Mi progreso”, en donde el jugador puede ver el seguimiento de su transcurso a través del monitoreo

de su actividad y reducción de estrés progresivamente. De esta manera el usuario siente acercamiento e importancia hacia su persona.

5. Beneficiario

Se encontró que los jugadores tienen entre 18 - 25 años de edad y empezaron a jugar videojuegos a temprana edad y a medida que se metían más al juego, comenzaban a tener objetivos como subir de rango y destacar en el juego. Se les da por ser competitivos e impacientes, pero al mismo tiempo son sociables ya que juegan con sus amigos. Juegan partidas normales y cuando se acerca una temporada de campeonato, se animan a participar, entrenan duro y a veces se pasan más de 5 horas al día, ya que su objetivo es ganar, ser el mejor y subir de nivel.

Invierten en productos que los facilite al jugar y en su día a día, como audífonos, mouse, monitor y pc; ya que estudian y trabajan.

Les duele perder partidas, por motivo de que tanto como su equipo y él suelen tiltearse por que las cosas no están saliendo como uno lo espera, aparte de que algunos comienzan a flamear (insultar) a otros, echando la culpa y no hacer algo al respecto para mejorar la partida.

Tienen como necesidad buscar una forma de controlar y evitar el tilteo para así poder tener un mejor desempeño y rendimiento al jugar, para así poder subir de nivel y llegar a ser el mejor.

Previa a la partida el usuario se conecta con sus amigos a Discord (plataforma de comunicación) para planificar sus jugadas. El usuario está pensando que tiene que ganar la partida para subir de nivel, siente nervios por lo que vaya a pasar, ya que una mala acción puede perjudicar a todo el equipo y perder la partida.

A medida que pasa el tiempo comienza a sentir más presión y frustración, ya que sus tácticas no le funcionan y el equipo lo está presionando para que reaccione. Llega ese estado de tiltearse y no sabe si flamear (responderles) a sus amigos. Esta frustración lo llevó a que pierda la partida.

Al finalizar la partida el jugador abre un tab y busca distraerse, para disminuir ese sentimiento de frustración, viendo formas de mejorar en la partida. Descubrió “afk”, donde encontró juegos de Point and Click para distraerse, además de los ejercicios de respiración. Posteriormente puede contactar y elige a un coach para una asesoría., que le servirá para que mejore su rendimiento.

Se beneficiarán aproximadamente 4 millones de jugadores core y hardcore de eSports en Lima Metropolitana.

6. Propuesta de valor

Se explicará el Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

6.1. Propuesta de valor

Se tiene como propuesta de valor diseñar una web para disminuir el tilteo en jugadores de Lima Metropolitana, para así mejorar su rendimiento en partidas con herramientas tales como: mini juegos point and click y técnicas de respiración, contando con asesoría de coaches en donde estos podrán guiarlos para saber manejar y disminuir la frustración.

6.2. Segmento de clientes

Está dirigida a jugadores de videojuegos competitivos online entre 18-25 años de NSE B, ya que en este nivel se encuentra una mayor densidad poblacional que les interesa jugar como hobby y de manera competitiva además de tener el poder adquisitivo de contratar los servicios que ofrece el coach.

6.3. Canales

Se cuenta con canales como Instagram y Facebook en donde se subirán historias de testimonios de las personas que contaron con las asesorías además de post sobre curiosidades, lo que se ofrece, información de los coaches, y reels en donde se observarán las asesorías brindadas, Discord, en el cual se tiene un chat general en el que los usuarios cuenta la experiencia, y salas por donde se brindan las asesorías con el coach.

6.4. Relación con los clientes

Se hará el seguimiento de su proceso a través del monitoreo de su actividad y reducción de estrés progresivamente.

6.5. Actividades clave

Se tendrá el desarrollo de la web y actividades de marketing.

6.6. Recurso claves

Mediante herramientas de programación como visual code y unity se hará posible el desarrollo de la web, Lumion para el desarrollo del recorrido de paisajes y por último redes sociales para las actividades de marketing.

6.7. Aliados clave

Se contará como socios a programadores, quienes desarrollarán la web, y coaches de eSports para que hagan las sesiones con los jugadores.

6.8. Fuentes de ingresos

Se brindará el servicio de sesiones con los coaches que implica el mejoramiento del rendimiento del jugador, además de aprender algunos métodos de como disminuir y controlar el tilteo.

6.9. Presupuesto

Tabla 1

Inversiones

| Material | Cantidad | Precio | Total |
|------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| Escritorios | 4 | 200 | 800 |
| Sillones de escritorio | 4 | 640 | 2.560 |
| Sillas de visita | 4 | 600 | 2.400 |
| Archivadores | 4 | 230 | 920 |
| Laptop | 1 | 5,000 | 5.000 |

Sueldo
 o
 (mensual)

| | | | | | | | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. |
| 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 | 3200,00 |

Total
 (Sueldo +

Gratificación)

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|

CTS
 Anual
)

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Total Mes | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 | S/4.000,00 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|

Modelo 3D
 - Alejandro Soto

| | | | | | | | | | | | |
|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|
| enero | febrero | marzo | abril | mayo | junio | julio | agosto | setiembre | octubre | noviembre | diciembre |
|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|

por
usuar
io

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| Ingre | S/.2 | S/.2 | S/.3 | S/.3 | S/.3 | S/.4 | S/.4 | S/.5 | S/.5 | S/.6 | S/.73 | S/.21 |
| so | 3.84 | 7.20 | 0.56 | 4.36 | 8.16 | 2.40 | 6.64 | 2.92 | 9.64 | 6.80 | .960 | .560 |
| total | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |

Tabla 5

Costos

| Item/a ño | enero | febre ro | marz o | abril | may o | juni o | jul io | ag os to | setie mbre | octu bre | novie mbre | dicie mbre |
|--------------------------------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|----------------|----------------|---------------|-------------|---------------|---------------|
| Luz | | | | | | | | | | | | |
| Factura ción de luz al año | S/.40 0 | S/.35 0 | S/.3 80 | S/.4 00 | S/.3 80 | S/.3 90 | S/. 41 0 | S/. 40 0 | S/.42 0 | S/.4 20 | S/.395 | S/.40 0 |
| Agua | | | | | | | | | | | | |
| Factura ción de agua al año | S/.20 0 | S/.24 0 | S/.2 10 | S/.2 50 | S/.2 10 | S/.2 30 | S/. 20 0 | S/. 21 0 | S/.21 0 | S/.2 35 | S/.230 | S/.23 0 |
| Plan celular | | | | | | | | | | | | |
| Costo | S/.50 | S/.50 | S/.5 0 | S/.5 0 | S/.5 0 | S/.5 0 | S/. 50 | S/. 50 | S/.50 | S/.5 0 | S/.50 | S/.50 |

Teléfono**o**

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Costo | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 | S/.30 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Certificado**SSL**

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Costo | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.256,22 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|

Hosting**g**

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Costo | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 | S/.49 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Dominio**o**

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Costo | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.0,00 | S/.335 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|

Adobe

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Costo | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 | S/.101 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|

Internet**t**

| | | | | | | | | | | | | |
|----------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| Utilidad | S/.- 10.1 60 | S/.- 4.85 0 | S/.- 2.63 0 | S/.- 310 | S/.2. 130 | S/.3. 780 | S/.7. 190 | S/.11 .470 | S/.1 5.87 0 | S/.2 0.46 5 | S/.25 .095 | S/.28 .990 |
| Mar gen | - 43% | - 18% | -9% | -1% | 6% | 9% | 15% | 22% | 27% | 31% | 34% | - 36% |

7. Resultados

Luego de la investigación presentaremos los resultados del análisis que consistió por medio de forma interactiva. Estos resultados muestran la mejora que consiguió la gran parte de la muestra y la evolución en cuanto a su proceso en el juego. Se destacan las variables que han incidido de modo significativo en la mejora de los jugadores y en su desarrollo, presentando las razones que han dado lugar a dichos resultados.

Mediante la experimentación mencionada en esta investigación se espera que los jugadores de eSports de Lima Metropolitana, disminuyan el tilteo, que es provocado durante las partidas, por lo tanto, afectando su rendimiento en el juego.

Experimentación

Como se indicó anteriormente, los individuos de nuestra experimentación no realizaron una prueba convencional; por ende, para validar la viabilidad y obtener reacciones, de forma participativa los usuarios experimentaron con el prototipo en donde comprobaron la navegación y funcionalidad de la web.

Hay que tener presente que el objetivo principal de nuestra investigación es el diseño de una web para disminuir el tilteo de los jugadores de eSports en el área de Lima Metropolitana. La implementación de la web está limitada por el tiempo, pero esto no imposibilita que el usuario interactúe de alguna manera con la idea planteada.

La experimentación consistió en que los usuarios al interactuar con el prototipo de la página web encontraron tres secciones: siendo la primera mini games, que consiste en escoger diferentes objetos para posteriormente destruirlos, la segunda, go y respira, son ejercicios de relajación

mediante técnicas de respiración y finalmente, mejorar tu rendimiento, que comprende en la contratación de coaches de eSports.

Blueprint

Los resultado arrojaron que cuando los usuarios ingresaban a la sección de mini games que contaban con la alternativa de escoger entre diversos objetos para después destruirlos, estos se sentían liberados y menos tensiones ya que está acción, destruir, les permitía regular sus emociones, posteriormente ingresaron a la sección de go y respira que consiste en la proyección de distintos fondos de paisajes, donde se observa formas circulares aleatorias en la pantalla que ayudan a controlar la respiración de una forma adecuada, mencionaron que al aplicar esta técnica se sentían más concentrados al momento de una partida y manejaban mejor la gestión de ansiedad. Finalmente, en la sección de mejorar tu rendimiento en la cual existe la opción de poder escoger un coach de eSport que mejor se acomode a sus necesidades, en el que los interesados procedieron a comunicarse con nosotros para poder adquirir el servicio. Por lo que se les entregó un link en donde llevaron a cabo la asesoría mediante la plataforma Discord. La asesoría consistió en que el coach observaba la partida en vivo del jugador para identificar sus debilidades y fortalezas, su forma de juego, rendimiento, capacidad de aguantar la presión y estrés. De esta manera los usuarios comentaron que potenciaron su rendimiento, explotaron fortalezas y aumentaron su confianza, además de que pudieron mantener la calma y concentrarse en momentos de máxima tensión para la disminución del tilteo en las partidas.

Como resultados finales obtuvimos que el diseño de una página web para jugadores de eSports que contiene material interactivo, fue positiva ya que los usuarios pudieron escoger entre tres opciones diferentes para disminuir el tilteo y así lograron mejorar su concentración y rendimiento durante las partidas.

8. Conclusiones

Finalizada la investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

Se demuestra que la implementación de una página web para la disminución del tilteo en jugadores de Lima Metropolitana cumpliría con el objetivo principal ya que cada una de las secciones presentadas en el prototipo ayudaron a los usuarios mostrando diversos resultados como

por ejemplo liberar tensiones, regular sus emociones y tener una mejor concentración. Adicionalmente se resalta que las sesiones con los coaches contribuyen a que los usuarios potencien sus fortalezas y mejoren sus habilidades.

Por otra parte, actualmente Lima Metropolitana no cuenta con una plataforma en donde los jugadores de eSports puedan disminuir la frustración de las partidas, así que no se cuenta con una competencia directa, sino indirecta, ya que los coaches ofrecen su servicio de manera independiente. Por lo tanto, descubrimos que esta plataforma no solo beneficia al jugador sino también a los coaches ya que podrían tener mayor acogida de alumnos y potenciar la publicidad que necesitan para moverse en la industria que es la de los eSports, además de brindar su servicio de una forma segura.

Por último, este proyecto a un futuro podría incluir de una forma más directa a los jugadores profesionales de eSports para que se beneficien de esta página interactiva ya que ellos cuentan el mismo problema o incluso mayor que un jugador amateur debido al estrés que presentan en los torneos.

9. Bibliografías

Diario en línea

Melgar, V. (08 de julio de 2021). ¿Cómo es el trabajo de un coach de e-sports?. *Expansión*. Recuperado de <https://expansion.mx/tecnologia/2021/07/08/como-es-el-trabajo-de-un-coach-de-e-sports>

Perú se posiciona como uno de los países con mayor crecimiento en eSports. (20 de mayo de 2021). *Ahora*. Recuperado de <https://www.ahora.com.pe/peru-se-posiciona-como-uno-de-los-paises-con-mayor-crecimiento-en-esports/>

Perú se posiciona como uno de los países con mayor crecimiento de esports en el mundo. (13 de abril de 2021). *Libero*. Recuperado de <https://libero.pe/esports/1616774-peru-posiciona-paises-mayor-crecimiento-esports-mundo-dota-2-league-of-legends-counter-strike-latam-defenders-esports>

Instituciones

Galiana, P. (2021). *Qué son los eSports y cuáles son sus modelos de negocio emergentes*. Escuela de Negocio de la Innovación y los Emprendedores Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-esports-marketing-digital/>

Instituto Europeo de Posgrado. (2017). *¿Qué es el Ecommerce?*. Recuperado de <https://www.iep.edu.es/que-es-el-ecommerce/>

The Global Esports Academy. (s.f). *Escena amateur en los esports*. Recuperado de <https://theglobalesportsacademy.com/amateur-esports/>

Ursomanno, A. (2018) *Tilteo y e-sports*. Conquistando Metas. Recuperado de <https://conquistandometas.es/index.php/2018/07/31/tilteo/>

Libro

Cuello, J. & Vittone, J. (2013). *Diseñando apps para móviles*. CreateSpace Independent Publishing Platform. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=ATiqsjH1rvwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Páginas web

8 claves para una experiencia de usuario y usabilidad web excepcionales. (2019). HubSpot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/claves-para-experiencia-de-usuario-y-usabilidad>

Corrales, J. (2020). *Experiencia del usuario: la guía completa para complacer a tu audiencia digital en el 2020*. Rockcontent. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/experiencia-del-usuario/>

Diseño Web. (s.f). NeoAttack. Recuperado de <https://neoattack.com/neowiki/disenio-web/>

Ecdisis, J. (s.f). *Diseño Web*. Global Net. Recuperado de <https://globalnetl.com/responsive-design/>

Este es el estrés que viven los jugadores de esports. (20 de noviembre de 2019). Control.VG. Recuperado de <https://www.control.vg/el-estres-de-los-jugadores-de-esports/>

La importancia de un diseño web responsive. (2020). Internet Ya. Recuperado de <https://www.internetya.co/la-importancia-de-un-disenio-web-responsive/>

La psicología detrás de los eSports. (s.f). Bitness. Recuperado de <https://bitness.pe/psicologia-detras-esports>

Peiró, R. (s.f). *Usuario*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>

Pico, I. (s.f). *El psicólogo de esports: control mental y videojuegos*. Psicopico. Recuperado de https://psicopico.com/el-psicologo-de-esports-control-mental-y-videojuegos/#Control_del_tilt_del_tilteo_al_estado_de_flow

Revista digital

Anaya, R., Castro, J. M., & González, E. (2020, marzo). Preferencias del consumidor millennial respecto al diseño de webs de social commerce. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22 (1), p. 123-139. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/MVkjwBtBs5pfwvFhSrQv5VRP/?lang=es>

Tesis

Antón, M. (2019). *Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/54986/1/T41009.pdf>

Challco, S & Guzman C. (2018). *Uso de videojuegos y su relación con las habilidades sociales en estudiantes del área de ingenierías de la UNSA*. (Título profesional). Universidad Nacional de San Agustín, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7323/PSchluss.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Climent, M.J. (2017). *Plan de Empresa para la Creación de Empresa de Servicios de Coaching en Almussafes*. (Trabajo fin de carrera). Universitat Politècnica de Valencia, España. Recuperado de <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85942/TFC%20Maria%20Jos%C3%A9%20Climent%20DEFINITIVO%20REVISADO%20200717.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Danieli, M. & Dueñas, I. (2016). *Plan de Negocio: GGaming eSports Center*. (Título profesional). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9376/DANIELI_FRANCO_DUE%c3%91AS_SILVERA_PLAN_DE_NEGOCIO_GGAMING_ESPORTS_CENTER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, M. (2017). *Diseño de página web y material gráfico digital, como medio de información y apoyo a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que han sufrido de problemas psicosociales*. (Título profesional). Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_4755.pdf

Torres, L. (2019). *Plataforma virtual para mejorar el rendimiento en una asignatura del plan curricular de la escuela de tecnologías de la información, SENATI*. (Tesis profesional). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Perú. Recuperado de https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/7726/Plataforma_TorresArgomedo_Leonardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

10. Anexos

ANEXO N° 1 FORMULARIO SOBRE ESTRÉS Y VIDEOJUEGOS

SECCIÓN 1

1. Nombre o nickname

.....

2. Género

Mujer

Hombre

Otro

3. Edad

18-23 años

24-27 años

28-36 años

35+ años

4. ¿Qué videojuegos competitivos online juegas?

DOTA

LOL

FORTNITE

CALL OF DUTY

VALORANT

OTRA

5. ¿Flameas en partidas online?

Sí, casi siempre

A veces

Nunca

6. ¿Crees que flamear afecta tu rendimiento en el juego?

Sí

No

7. **¿Sientes que flamear afecta tu salud mental?**

Sí

No

8. **¿Qué haces para relajarte cuando estás flameando? ¿Funciona?**

.....

9. **¿Qué otras formas de relajación conoces que te gustaría intentar?**

.....

10. **¿Te gustaría conocer otras formas de relajación (como: meditación, yoga, relajación auditiva, ejercicios de respiración, etc.) de forma interactiva?**

Sí

No

SECCIÓN 2

1. **¿De qué forma te gustaría realizar los métodos de relajación anteriormente mencionados?**

Virtualmente (A través de una app interactiva)

Presencial (En un lugar físico)

2. **¿En qué momento usarías estos métodos de relajación?**

Antes de entrar a jugar

Entre partidas

Cuando terminé de jugar

3. **¿Qué te motivaría hacer estos ejercicios de relajación regularmente?**

.....

4. **Si usaras estos métodos, ¿Crees que es importante que se monitoree tu actividad y reducción de estrés progresivamente?**

Sí

No

SECCIÓN 3

1. **¿Por qué no estás interesado en estos métodos de relajación?**

.....

ANEXO N° 2

ENTREVISTA SOBRE ESTRÉS Y VIDEOJUEGOS

1. ¿Qué videojuegos online juegas usualmente? ¿Por qué te gusta este juego?
2. ¿Cuál es tu rutina diaria fuera de los videojuegos?
3. ¿Cuántas horas pasas en el computador?
4. ¿Cuántas horas al día juegas?
5. ¿Con quienes juegas? ¿Por dónde se juntan a jugar?
6. ¿Qué te motiva a jugar de forma seguida?
7. ¿Aproximadamente cuánto gastas en videojuegos o periféricos al mes?
8. ¿Alguna vez te has tilteado en partidas online? ¿Por qué normalmente te tilteas?
9. ¿Esta sensación de frustración te desconcentra del juego?
10. ¿Qué haces normalmente para disminuir esta sensación?
11. ¿Después de estar tilteado sigues jugando? ¿Por qué?
12. ¿Flameas en partidas online? ¿Qué tiene que pasar para que llegues a ese punto?
13. ¿Alguien ha flameado contigo? ¿Cómo reaccionaste? ¿Cómo te sentiste?
14. ¿De qué forma flameas? ¿Cuáles han sido tus peores reacciones?
15. ¿Qué sientes después de flamear? (*Liberado, desahogado, con culpa*)
16. ¿Flamear afecta tu rendimiento en el juego? ¿De qué forma?
17. ¿Esas reacciones han afectado tu relación con los demás?
18. ¿Consideras que el flameo puede ser una causa de la toxicidad en algunos juegos online?
19. ¿Cuál crees que puede ser una solución a eso? ¿Tú que harías personalmente?
20. ¿Crees que flamear afecta tu salud mental? ¿De qué forma? ¿Por qué no?
21. ¿Cuando llegas a ese punto, qué haces para relajarte?
22. ¿Qué otras formas de relajación conoces que usan tus amigos?
23. ¿Te gustaría conocer otras formas de relajación?
24. ¿De qué forma te gustaría realizar estas formas de relajación para tus partidas?
¿Virtualmente o físicamente? ¿Ambos? ¿Por qué?
25. ¿Qué motivador o incentivo necesitarías para usar estos ejercicios progresivamente?
26. ¿Estos ejercicios los usarías antes de empezar a jugar, entre partidas o después de jugar?
¿Por qué?

27. ¿Crees que es importante que se monitoree tu actividad y reducción de estrés progresivamente?
28. ¿Estarías dispuesto a probar algún objeto para liberar el estrés tilteo o flameo? ¿Cómo te imaginas este objeto?
29. ¿Alguna vez has invertido en tu salud mental? (*¿De qué forma? o ¿Por qué no?*)