



Facultad de Ciencias de la Administración

**Carrera de Ingeniería de Sistemas y
Telemática**

**APLICACIÓN DE *DESIGN THINKING* Y LAS
TEORÍAS DE COMPORTAMIENTO DE
MERCADOS PARA EL DESARROLLO DEL
MÓDULO DE GESTIÓN DE CONSUMIDORES
EN VIDEOJUEGOS SERIOS DE
EMPRENDIMIENTO**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Ingeniera de Sistemas y Telemática**

Autora:

Helen Samantha González Paredes.

Director:

Paúl Esteban Crespo Martínez.

Cuenca – Ecuador

2023

DEDICATORIA

Para mi fiel compañero y cómplice, Harold, por hacer esta travesía, tan maravillosa e inigualable. Para mi familia (la que me forjó y la que adquirí en el camino), por su paciencia y desprendimiento. Para mis profesores queridos: Esteban, Juan Carlos, Andrés, Pachy, Catty, María Inés, Eugenio, Oswaldo, Pablo, María José, Gabriel y Jeimmy, ustedes hicieron que aprender fuera increíble. Por último, para todos aquellos que me ayudaron y formaron parte, a lo largo de estos años.

AGRADECIMIENTO

A mi mejor amigo, confidente, compañero de vida y de aulas, Harold, sin tu guía, motivación y complicidad, el camino hubiera sido sinuoso, tu le diste luz y color a cada paso, sin tu apoyo incondicional, nada de esto hubiera sido posible.

A mi familia (la que me creó y la que adquirí durante el camino), por haberme ayudado a cumplir esta meta, por su fe en mí, su paciencia, sus sacrificios, su soporte y desprendimiento. A mi tutor de tesis, Esteban, por su dedicación, perseverancia y respaldo, por ser un guía y por sus valiosos consejos.

A mis queridos profesores, por cada valiosa enseñanza y por el apoyo en todo momento. Y, por último, a la Universidad del Azuay, por haber creído en mí y brindarme una beca estudiantil, mil gracias.

Me llevo cada momento guardado en el corazón.

Índice de Contenidos

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
Índice de Contenidos.....	iii
Índice de Figuras	iv
Índice de Tablas	v
1. Introducción	1
1.1 Objetivos	1
1.2 Marco teórico	1
2. Revisión de literatura	2
3. Métodos.....	4
3.1. Aplicación de PRISMA.....	4
3.2. Lematización	6
3.3. Análisis textométrico.....	6
3.4. Limitaciones	6
3.5. Unity.....	6
3.6. Escenario de comportamiento del consumidor	6
3.6.1. Factores culturales.....	7
3.6.2. Factores sociales.....	7
3.6.3. Factores personales	7
3.6.4. Factores psicológicos	8
4. Resultados y discusión	8
4.1. Recolección de datos.....	8
4.2. Artículos finales	9
4.3. Análisis del texto.....	13
4.3.1. Análisis lexicográfico.....	13
4.4. Resultados de la investigación detallados	13
4.4.1. Clúster 1: <i>Intention, online, virtual, mobile player, purchase</i> – Cliente externo	14
4.4.2. Clúster 1: Cliente interno	16
4.4.3. Clúster 2: <i>Learn entrepreneurship, student education, business, entrepreneurial, skill</i>	19
4.4.4. Clúster 3: <i>Price, supply chain, strategic, retailer equilibrium, optimal</i>	21
4.5. Implementación en ATIC.....	22
5. Conclusión.....	23
6. Referencias	24

Índice de Figuras

Figura 1	7
Figura 2	9
Figura 3	14
Figura 5	16
Figura 6	17
Figura 7	18
Figura 8	18
Figura 9	19
Figura 10	21

Índice de Tablas

Tabla 1.....	5
Tabla 2.....	5
Tabla 3.....	9
Tabla 4.....	11
Tabla 5.....	13

Resumen:

El comportamiento del consumidor se torna un tópico relevante a ser estudiado, especialmente cuando se trata de simularlo en entornos gamificados. En este artículo se realiza una revisión bibliográfica aplicando el método PRISMA. Para ello, se consideraron cuatro bases de datos científicas: i) SCOPUS, ii) Emerald, iii) IEEE y iv) ACM para la recopilación de información. En total, 1301 artículos fueron obtenidos y de éstos, solamente 114 fueron seleccionados bajo los criterios de elegibilidad. Los resultados apuntan a que las variables que deben ser consideradas son: (1) cultura, (2) subcultura, (3) clase social, (4) grupos y familia, (5) roles y estatus, (6) situación económica, (7) edad, (8) estilo de vida, (9) motivación, (10) percepción y (11) aprendizaje. Consecuentemente, el conocimiento obtenido fue aplicado para desarrollar las mecánicas de juego para el comportamiento de los clientes en un entorno de emprendimiento en el videojuego ATIC, desarrollado por la Universidad del Azuay.

Palabras clave: Design Thinking, Juegos serios, comportamiento del consumidor, emprendimiento, intención de compra

Abstract:

Consumer behaviour becomes a relevant topic to be studied, especially in simulating it in gamified environments. This article uses a bibliographic review to apply the PRISMA method. Four scientific databases were considered for this objective: i) SCOPUS, ii) Emerald, iii) IEEE, and iv) ACM for collecting information. A total of 1301 articles were obtained, and only 114 were selected under the eligibility criteria. The results suggest that the variables that should be considered are: (1) culture, (2) subculture, (3) social class, (4) groups and family, (5) roles and status, (6) economic situation, (7) age, (8) lifestyle, (9) motivation, (10) perception and (11) learning. Consequently, the knowledge obtained was applied to develop game mechanics for customer behaviour in an entrepreneurial environment in the ATIC video game developed by Universidad del Azuay.

Keywords: consumer behaviour, design thinking, entrepreneurship, purchase intention, serious games



Este certificado se encuentra en el repositorio digital de la Universidad del Azuay, para verificar su autenticidad escanee el código QR

Este certificado consta de: 1 página