

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



**El impacto POSITIVO de crear una comunidad de integración entre
los gamers**

Tesis para obtener el título de Licenciado en Dirección y Diseño
Gráfico

AUTORES:

GABRIELA MELISSA HOYOS LOPEZ
(0000-0003-4517-0655)

HAROLD CHAPARRO ORTIZ
(0000-0002-1114-4662)

Asesor

JEAN LUIS ARANA ALENCASTRE
(0000-0003-0910-7106)

Lima-Perú
ENERO 2023

PAPER NAME

titulacion.DOCX

AUTHOR

-

WORD COUNT

3244 Words

CHARACTER COUNT

18852 Characters

PAGE COUNT

23 Pages

FILE SIZE

333.2KB

SUBMISSION DATE

Feb 10, 2023 4:16 PM GMT-5

REPORT DATE

Feb 10, 2023 4:17 PM GMT-5**● 15% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 14% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

● **15% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 14% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	hdl.handle.net Internet	3%
2	repobib.ubiobio.cl Internet	3%
3	repositorio.tls.edu.pe Internet	2%
4	repositorio.unsa.edu.pe Internet	1%
5	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2022-12-17 Submitted works	<1%
6	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2022-12-19 Submitted works	<1%
7	repositorio.uteq.edu.ec Internet	<1%
8	scribd.com Internet	<1%

9	dspace.unitru.edu.pe Internet	<1%
10	coursehero.com Internet	<1%
11	Universidad Rey Juan Carlos on 2022-11-14 Submitted works	<1%
12	docplayer.es Internet	<1%
13	1library.co Internet	<1%
14	repositorio.uisrael.edu.ec Internet	<1%
15	jove.com Internet	<1%
16	repositorio.uladech.edu.pe Internet	<1%
17	Universidad Abierta para Adultos on 2022-12-19 Submitted works	<1%
18	es.reuters.com Internet	<1%
19	sumarios.org Internet	<1%

Índice de Contenido

1 Resumen	4
1.1 Capítulo I: El Problema.....	7
1.1.1 Planteamiento del Problema.....	7
1.1.2 Pregunta de Investigación.....	7
1.1.3 Objetivos de Investigación.....	8
1.2 Capítulo II: Marco Teórico.....	8
1.2.1 Mapa de Literatura.....	8
1.2.2 Antecedentes de Investigación.....	9
1.2.3 Desarrollo de la Perspectiva Teórica.....	9
1.3 Capítulo III: Metodología.....	11
1.3.1 Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo.....	11
1.3.2 Diseño de Investigación.....	11
1.3.3 Operacionalización de Variables.....	11

Lista de Tablas

Lista de tablas numeradas y tituladas de acuerdo a APA, en caso se haya utilizado este recurso.

Lista de Figuras

Lista de figuras numeradas y tituladas de acuerdo a APA, en caso se haya utilizado este recurso.

Resumen

El presente trabajo de investigación, consiste en la descripción y análisis de las limitaciones y frustraciones actuales que los gamers viven al momento de llevar a cabo sus partidas online, esto dentro de un universo global especialmente de personas partícipes del mundo gamer, con un rango de edad aproximado de 24 a 37 años.

El problema de la investigación fue analizar los aspectos de las partidas de los videojuegos, tomando como base la crisis de integración y comunicación que experimentan los jugadores al momento de ejercer una partida online. Dicho análisis, nos ayudará a diseñar ideas y opciones en nuestra app social, para que de esta manera se facilite la integración y acoplamiento de personas que estén en busca de diferentes experiencias de juego según sus conveniencias y gustos.

La investigación se realizó en base a la metodología de estudio de caso, obteniendo información de diversas fuentes, como artículos, citas, ensayos, encuestas y demás relacionados al tema de investigación. Estas herramientas ayudan a recabar información puntual como preferencias de juego, tiempo que le dedican a esta actividad, los años que van practicando dicha actividad, las características que prefieren al momento de elegir a alguien con quien jugar, el dispositivo que usan para llevar a cabo sus horas de juego y más. Se analizará dos variables a lo largo de la investigación, la independiente que es toda la comunidad gamer que se muestra activa y en aumento constante; y la variable dependiente donde se verá como los gamers se integren entre sí.

La información y datos recogidos sirvieron para la formulación de conclusiones, las cuales serán de gran ayuda para obtener una visión más clara de las condiciones y necesidades y preferencias de los jugadores. De esta manera crear una plataforma eficiente que pueda llegar al objetivo de integrar y agrupar a personas con los mismos gustos y estilos de juego.

Abstract

The following research work consists in the analysis of the current limitations and frustrations that gamers experience when carrying out their online games. This research being studied within people that participate in the gaming world with an approximate age range of 24 to 37 years old.

The problem of the investigation was to analyze the aspects of the matches in the videogames, based on the integration and communication crisis that gamers experience while playing an online game. The purpose of this investigation therefore is to help us design ideas and a variety of options in our social app so that in this way people can get integrated with the gaming community and find different gaming experiences according to their preferences.

The investigation was carried out based on the case study methodology, obtaining information from various sources such as articles, quotes, essays, surveys and others related to the research topic. These then helped us collect specific information such as gaming preferences, time spent on this activity, how many years they have practiced this activity, the characteristics they prefer when choosing someone to play with, the device they use to carry out their gaming hours and more. Two variables are going to be analyzed throughout the investigation. The Independent variable that is the entire gaming community that is active and

increasing constantly and the Dependant variable where it can be seen how gamers integrate with each other.

The information and data collected have been used to come up with some conclusions, which are of great help to get a clearer view of the conditions, needs and preferences of gamers.

With all this information gathered then we can create an efficient platform that can reach the goal of integrating and grouping people with the same tastes and playing styles.

Capítulo I: El Problema

Se ha hallado una problemática que se centra principalmente en los amantes de los videojuegos, gamers que no logran encontrar jugadores afines para poder completar y llevar a cabo sus partidas. Según Campos y Falcon (2019): Los videojuegos, en el último lustro, han logrado formar parte importante de la vida cotidiana de millones de personas y, hay quienes lo ven como entrañable, otros como una gran pasión y, también, están aquellos que lo ven como una forma de vida muy activos. (p. 10). La investigación es muy conveniente, debido a la alta demanda de personas que están buscando una plataforma donde puedan congeniar y necesitan un equipo para poder jugar con más afinidad en los videojuegos.

1.1.Planteamiento del Problema

Salazar (como lo cita Challco y Guzman, 2018) El uso de videojuegos puede influir en el desarrollo de las habilidades sociales, de acuerdo a la frecuencia, contenido y el contexto de los mismos, puesto que la mayoría de los usuarios son capaces de combinar esta afición con el resto de sus actividades u obligaciones sin que ningún aspecto de su vida se vea perjudicado.

Estos lazos sociales dentro del mundo digital y gamer deben ser de calidad, es por ello la importancia de crear una comunidad de integración entre gamers para que cada persona que quiera jugar se pudiera sentir más cómoda y libre de expresar sus ideas, estrategias, planes y más, dentro y fuera del juego, y así no tengan mayores problemas que puedan afectar o herir sus sentimientos.

1.2.Preguntas de investigación

¿De qué forma se puede crear una comunidad activa para que los gamers se integren en Latinoamérica en el 2023?

1.3.Objetivos de Investigación

Queremos lograr que los gamers que sufren al encontrar equipo, puedan por medio de nuestra aplicación lograr encontrar una comunidad activa en la cual por medio de las facilidades de las mismas encuentren sus necesidades específicas, desde encontrar amigos con quien jugar como también encontrar jugadores más experimentados de acuerdo a las necesidades de cada usuario.

Capítulo II: Marco Teórico

Se ha hallado una problemática que se centra principalmente en los amantes de los videojuegos, gamers que no logran encontrar jugadores afines para poder completar y llevar a cabo sus partidas.

2.1. Mapa de Literatura

La investigación es muy conveniente, debido a la alta demanda de personas que están buscando una plataforma social y a la importancia del tema social que es fundamental en este tipo de juegos. Griffiths (como lo cita Chalco y Guzman, 2018) plantea que el motivo más importante para jugar este tipo de videojuegos es el de carácter social, dado que los jugadores hacen amigos a través del juego y juegan con amigos de la vida real y/o familiares.

En los videojuegos cooperativos pocas veces se toma importancia a este punto, las ganas de jugar al instante hacen que prácticamente el juego te empareje por defecto, descuidando así datos importantes como características, preferencias y factores de los usuarios, tal y como lo expone Chalco y Guzman (2018), “En investigaciones a nivel local, no se ahonda en las características de los usuarios de videojuegos que no presentan adicción, no se explora cómo están sus relaciones interpersonales, cual es nivel de habilidades sociales que tienen, entre otros aspectos”(p. 7)

2.2. Antecedentes de Investigación

Precisamos que muchos gamers sufren de la misma problemática a la hora de querer jugar unas partidas en equipo. Basado en nuestro estudio al público objetivos pudimos notar que el común de los gamers les cuesta poder encontrar gente con gustos similares para poder formar comunidad.

Muchos de ellos pueden jugar los mismos juegos, pero al solo jugar una partida con gente aleatoria, estos no pueden integrarse y por lo tanto formar lazos de confianza y mejorar la comunicación, es por eso que muchos de ellos consideran que al no tener siempre el mismo equipo no pueden mejorar su juego cooperativo.

Otra de las variables por las cuales no pueden formar comunidad estos gamers es por la falta de una comunidad activa puesto que depende del individuo y su regularidad en los juegos, no les permite formar equipos en los cuales juntarse regularmente y jugar.

2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica

Según Campos y Falcon (2019), Actualmente, la industria de los videojuegos ha cambiado y es cada vez más accesible al público. Por ejemplo, en el Perú, Dota 2 es el juego con mayor

accesibilidad y tuvo espacio en la representación en The International 2019, el más importante de todos los torneos dedicados a los videojuegos. (p. 10).

Esto nos advierte de la crecida de estos juegos, gracias a su fácil accesibilidad, ha tomado un papel tan importante para la mayoría de los que practican esta actividad, que ha dejado de ser una simple diversión, hoy en día la comunidad gamer está en constante búsqueda, investigación, actualización y aprendizaje de estas plataformas, por lo que se ha vuelto un nicho donde grandes y chicos pueden experimentar diversas emociones dependiendo de qué tan efectivos sean en sus partidas, por la importancia que estos le dan.

Desafortunadamente, muchas veces hay gamers que no logran simpatizar con sus compañeros de juego y terminan teniendo experiencias insatisfactorias.

González y Blanco (como lo cita Ortiz y Uribe, 2015) El uso de los videojuegos en investigación ha tomado diversas aristas que pueden ser vinculadas a la psicología. González y Blanco (2008) realizan un estudio en el que se presenta un prototipo de videojuego para poder evaluar cómo las emociones vinculadas a éstos pueden influir en la motivación hacia el aprendizaje, ya que se entiende la motivación a aprender como elemento esencial del aprendizaje autónomo. De esta forma, es posible observar cómo los videojuegos pueden vincularse a características propias de los/as individuos/as.

La comunidad gamer ha ido creciendo en los últimos años y cada vez más juegos se han vuelto más populares y usados por muchas personas. El problema propuesto radica en una mala compatibilidad entre la comunidad gamer al momento del emparejamiento o unión de equipos con otros jugadores, ya que, al no lograr encontrar jugadores similares a sus gustos y preferencias, no consiguen completar y llevar a cabo sus partidas con bienestar y conveniencia, lo que causa una frustración y diversas emociones negativas en el jugador que podrían influir en su vida diaria.

Capítulo III: Metodología

Al ver la problemática expuesta de que los gamers les cuesta mucho poder encontrar una comunidad que cuente con sus mismas aficiones, estilos de juego, entre otros. Optamos por hacer una muestra a nuestro público objetivo por medio de una encuesta para así poder corroborar el tema de estudio.

3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo

Hemos optado por tomar una muestra de 36 individuos por medio de encuesta de manera cuantitativa para poder medir la problemática y si les interesaría la plataforma para poder interactuar y poder medir el nivel de necesidad. La muestra de personas fue hombre y mujeres que se consideran gamers (jugadores de videojuegos), que están entre los 24 y 37 años de edad.

3.2. Diseño de Investigación

Para poder probar esta investigación optamos por hacer una encuesta para poder medir los resultados de forma cuantitativa y así poder ver cuántos gamers se sienten afectados por este problema de no poder encontrar un equipo que cumpla los requisitos que solicitan de una forma fácil y práctica.

3.3. Operacionalización de Variables

Variable Independiente:

Comunidad gamer

Definición Conceptual:

Según Campos y Falcon (2019)

La sub cultura gamer se forma en medio de un espacio cultural que desarrollan los aficionados a los videojuegos, porque comparten los mismos gustos, pensamiento y tienen las mismas

metas.

Definición Operacional:

Se medirá a través de análisis de resultados en encuestas y entrevistas, para las cuales se realizará preguntas estratégicas para saber las preferencias de los jugadores.

Dimensiones:

- Miembros activos
- Involucramiento.
- Comunicación.
- Tiempo de juego.

Indicadores:

Encuestas, descarga de juegos, grupos en Facebook, torneos, ventas de consolas o computadoras, cantidad de streamers, suscriptores y más.

Escala de medición / opciones de respuesta:

Escala de Likert para cuantificar estos aspectos.

Variable Dependiente:

Integración de gamers

Definición Conceptual:

Según Ivette La integración emerge como un medio para conservar y desarrollar la organización.

Esto progresa a lo largo del tiempo a partir de las condiciones evolutivas propias de la organización y del medio ambiente en el que se encuentra.

Definición Operacional:

Se logra medir mediante cuantificar

El registro de perfiles en nuestra app social para gamers.

Número de descargas de nuestra app social para gamers.

Valoración y opiniones de nuestra app social para gamers.

Dimensiones:

-Crecimiento en seguidores.

-Miembros activos

-Involucramiento.

-Comunicación.

Indicadores:

- Tiempo de uso de nuestra app

- Amistades enlazadas mediante la app.

- Número de partidas jugadas con gente enlazada en nuestra app.

- Interacciones entre jugadores.

Escala de medición / opciones de respuesta:

Estadísticas.

3.4. Consentimiento Informado

Contamos con una encuesta con los datos de los individuos que nos brindaron su consentimiento para poder hacer uso de sus respuestas, para con estos resultados poder probar la problemática de estudio explicada que es la falta de comunidad gamer donde los individuos puedan relacionarse y encontrar de una manera fácil y rápida un equipo ideal para ellos.

3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos

Para poder recolectar las muestras necesarias de nuestro público objetivo tomamos por iniciativa realizar una encuesta para poder recolectar la información de primera mano para así poder analizarla. En este caso pudimos medir de manera cuantitativa ciertos puntos específicos desde si les interesaría la propuesta de solución como también evaluar que tan problemático es para ellos este tema.

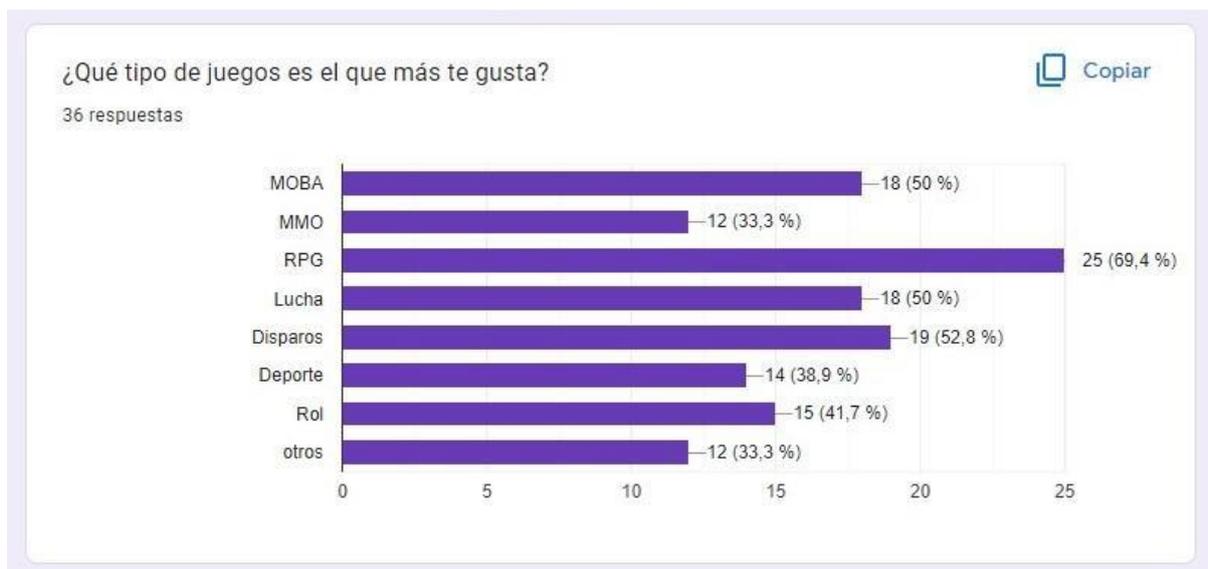
Es por ello que por medio de un formulario con tablas distribucionales pudimos medir más precisamente que tan problemático puede llegar a ser para un gamer más frecuente como a uno que entra para distraerse solo en algunas ocasiones.

Capítulo IV: Resultados

Al haber recolectado los datos necesarios, contamos con datos mas exactos con lo que podemos comenzar a analizar y sacar los resultados mas precisos sobre si nuestra plataforma podría servir para nuestro público objetivo.

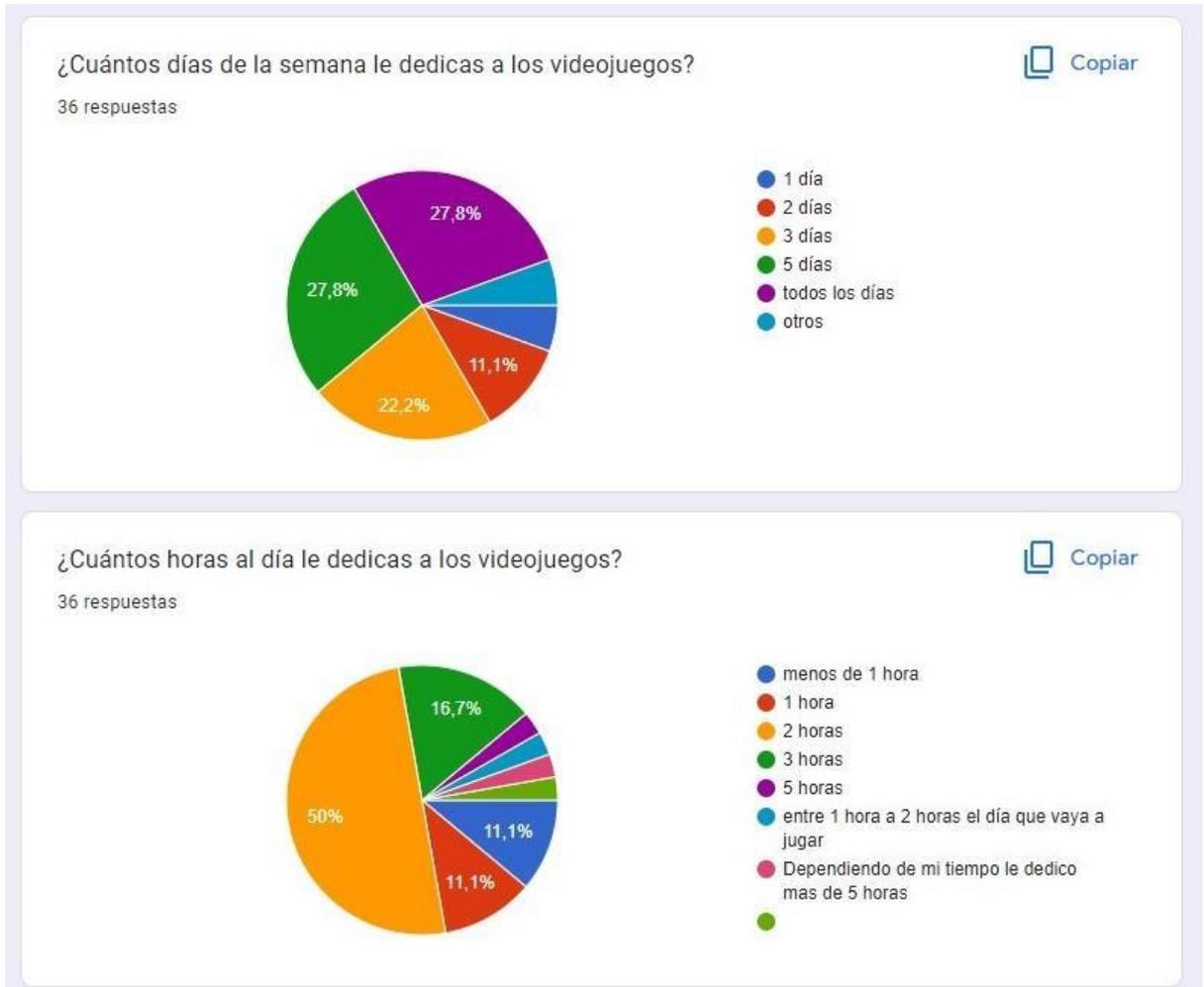
4.1. Análisis de Resultados

Basado en los resultados obtenidos en el formulario con una muestra de 36 personas pudimos comenzar a conocer a nuestro público, desde los tipos de videojuegos que tienen preferencia, lo cual es importante porque con esto podemos conocer los tipos de juegos que son mas en equipos o cooperativos.



Basado en el primer cuadro podemos notar que un gran porcentaje le gustan los videojuegos de tipo MOBA (juego de estrategia de 5vs5 en su mayoría, como Dota 2, league of legends, entre otros), al igual que RPG (videojuego en el cual armas una historia, pero al ser online tienes la necesidad de armar un “party” equipo con el cual poder avanzar misiones) y también los de disparos (shooters) los cuales si bien tienen la modalidad de juego solitario, muchos de ellos como Fornite, Valorant y Free Fire te permiten jugar en la modalidad duo o escuadra para poder realizar estrategias y poder avanzar en los diversos mapas.

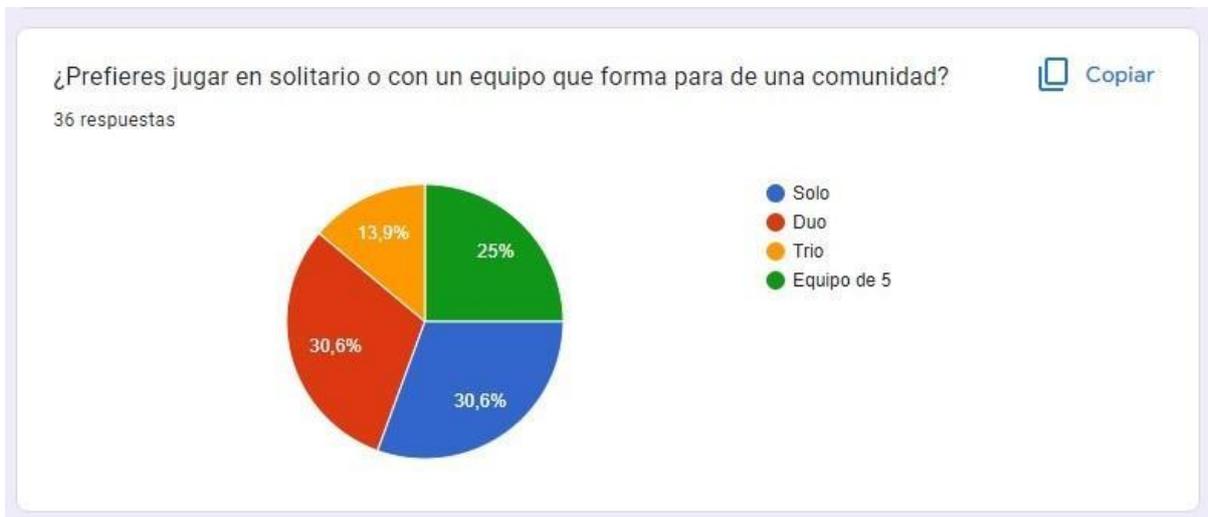
también para poder entrar en contexto y ver con que tanta recurrencia podrían utilizar nuestra plataforma, se les pregunto a nuestra muestra la regularidad con la que juegan, desde la cantidad de días, hasta la cantidad de horas invertidas en jugar videojuegos.



Viendo los gráficos de la encuesta podemos notar que en resumen la mayoría de nuestro público objetivo juega un mínimo de 3 a 5 días de la semana, por lo cual se les considera gamers recurrentes, con un mínimo de 2 a 3 horas de juego al día.

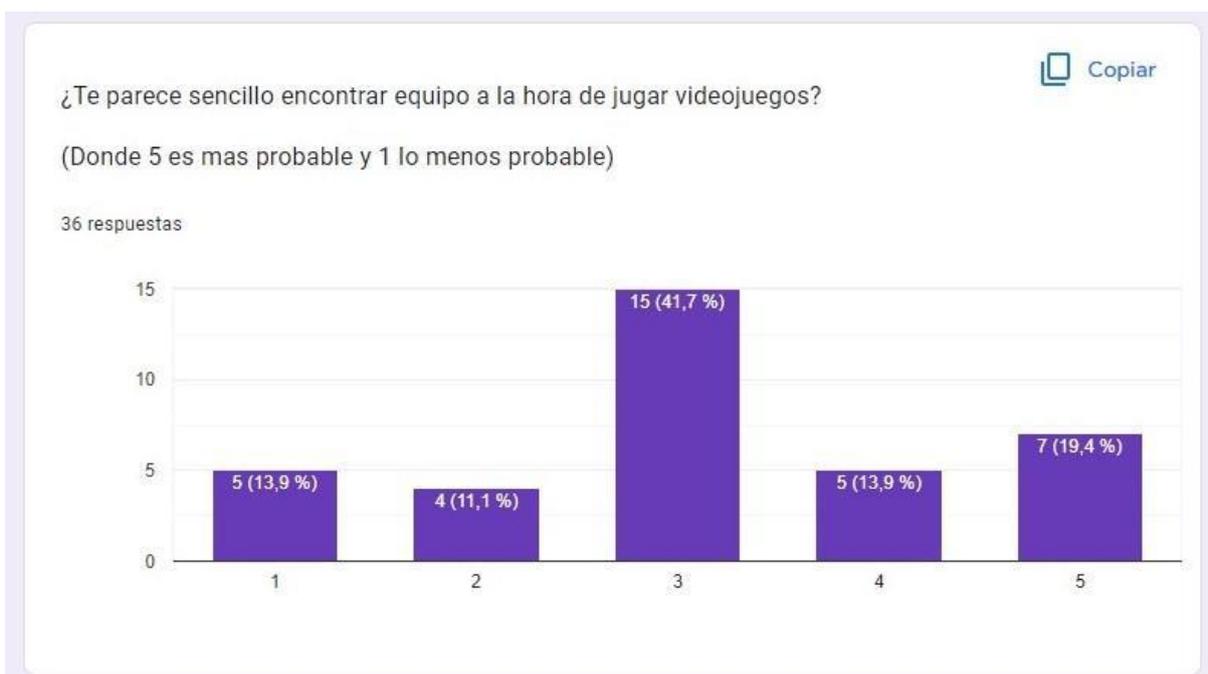
Con esta recolección de resultados podemos ver que el público calza perfecto con el tipo de solución que les brindaremos.

Ya entrando mas al detalle de nuestra problemática les preguntamos su preferencia a la hora de jugar videojuegos.



Al conocer estos resultados notamos que casi el 70% de encuestados prefieren jugar con al menos un compañero para poder pasar un mejor rato, conseguir mejores resultados, entre otros.

Es por eso que decidimos hacer parte de nuestro formulario preguntas específicas con relevancia a nuestra investigación para así poder ver si la solución a la problemática era la indicada.



Al mostrar este cuadro notamos que 24 de nuestros 36 encuestados tienen en su mayoría dificultad para poder encontrar equipo.



Y eso nos llevo a la nueva pregunta que es la que confirma y prueba que al armar la propuesta de plataforma la gente quisiera formar parte ya que en su mayoría votaron porque si serian parte de una comunidad para así poder formar equipos, puedan comunicarse e interactuar con jugadores afines.



Para cerrar la encuesta, hicimos preguntas específicas de si le interesaría al público objetivo una plataforma para poder encontrar equipo, obteniendo buenos resultados, corroborando que es factible poder optar por la opción de la plataforma.

4.2. Discusión de Resultados

Se discutieron los resultados con relación a nuestra problemática en la cual pudimos ver que en su mayoría los tipos de videojuegos que escoge nuestro público objetivo en su mayoría son juegos que son necesarios el trabajo en equipo y la comunicación por lo tanto le es necesario que cuenten con un dúo o equipo para poder jugar, lo cual nos llevo a siguientes preguntas específicas.

Al público escogido les interesa jugar en equipos, pero se les complica encontrar un equipo ideal para sus diversas necesidades en los juegos.

Esto es debido a que muchos gamers tienen la intención de buscar equipos pero al no tener un ambiente específico para poder interrelacionarse y a su vez encontrar lo que buscan se les dificulta poder encontrar equipo y así poder sacar el mejor desempeño en sus partidas de videojuegos.

Al medirlo de forma cuantitativa con el formulario pudimos ver que efectivamente es una problemática muy común en los gamers recurrentes, lo cual nos aclaró dudas para poder precisar que podemos implementar en nuestra solución.

4.3. Recomendaciones

Se recomienda a futuros investigadores tomar en cuenta nuestras siguientes recomendaciones, la problemática de encontrar equipo o comunidad con jugadores a fines a su modo de juego se les complica.

Se les recomienda a futuros investigadores tomar en cuenta que crear una plataforma para poder incorporarlos para que ellos puedan socializar y así poder encontrar equipo es muy factible. Así mismo en esta plataforma se les puede facilitar secciones específicas como jugadores promedio, experimentados y amateurs para poder encontrar lo más idóneo a lo que buscan el hecho de incorporar un foro de preguntas sobre tips de juego como para poder realizar coordinaciones facilita esta interacción y hace que puedan sentir la integración que les está faltando actualmente.

Queremos solicitarles a futuros investigadores que el hecho de poder ayudarlos a separar el tipo de juego en una plataforma o foro como también lo que buscan podría ayudarles a los individuos con esta problemática.

Para facilitar el tema de investigación armamos un prototipo que podría facilitarles el hecho de visualizar como podrían armarlo y así podrían guiarse.

Referencias

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3121/Saskia%20Campos_Martha%20Falcon_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y&fbclid=IwAR395X459iq2kNgW9_p2gx8vGMbOkLQWGNV29fKLwS1bESOwfE74U-q91TE

http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7323/PSchluss.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3cuJ46bkyJp1zgc-g56VPJpA-pdETW38ZZ9wGi_0inB6WX0euZXIRye00

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/1964/EDguvers.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3eFyLozIZYdSWMOrdOGhC5q6kLnsQYO2QvWNGGs6YKYfJOB1RiVQiFaVc>

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/25548/CristianEduardo_ArbelaezReyes_Oriana_LoperaSosa_2020.pdf?sequence=6&isAllowed=y&fbclid=IwAR2IyIZBuYUAjQWqFdQMvCUKbyrdAjZNTmTkvuonS11GxIb0z-Var85I0o

https://cimat.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1008/1071/1/ZAC%20TE%2072.pdf?fbclid=IwAR1L9aSwIEeWNE7Shm-lz8giFm0cCwMBTdU32c0V_ctf_GCiAFnWt_-pRy0

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&fbclid=IwAR02LIFkClfK1tEVSbYrHe-XXKxIt6_SbSywa4nDuGS19rZSpw1UBy57Yt54

http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1320/1/Ortiz%20Galvez%20Gustavo%20Adolfo.pdf?fbclid=IwAR2beAF-G6iTsCKKRYDQcN7IISQ_PHV_60PqjgZRGq1xOAY4B2h81idhDO4

https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/680698/zhao_zhuxuan.pdf?fbclid=IwAR3LGUyppn-wW7cweOwhWb1fUYtElkPQiBJhwVzYj-JBozKSJ8IDJLnLrUk

Anexos

Según corresponda.