



ESCUELA POLITECNICA NACIONAL

Periodo Académico: 2025-B
Asignatura: Desarrollo de Juegos Interactivos
Nombre: Estefano Proaño

Fecha de Entrega:
Grupo: GR1SW
Carrera: Software

Taller Clase 006

Concepto Núcleo del Juego:

Un simulador de gestión de redes donde el jugador actúa como un administrador de sistemas que debe identificar, analizar y neutralizar amenazas digitales que intentan vulnerar su servidor.

1. Tabla Comparativa

Característica de Diseño	Versión 1: Juego de Entretenimiento (Comercial)	Versión 2: Juego Serio (Aplicado)
Título (Sugerido)	"CyberWall: Neon Defense"	"PhishGuard: Entrenamiento de Seguridad Corporativa"
Estética MDA (Propósito)	<ul style="list-style-type: none">Fantasía: Sentirse un "hacker" de película (estética Cyberpunk).Expresión: Personalizar el servidor con luces y skins.Desafío: Reflejos rápidos ante oleadas de virus.	<ul style="list-style-type: none">Educación: Aprender a identificar vectores de ataque reales (Ransomware, Phishing).Narrativa: Simulación realista de un entorno de oficina.Sensación: Seguridad y competencia profesional.
Bucle de Juego (Core Loop)	<ol style="list-style-type: none">Aparecen virus (enemigos visuales).Clic rápido para "disparar" antivirus.	<ol style="list-style-type: none">Recibir un correo o alerta de sistema.Inspeccionar elementos (remitente, URL, adjuntos).

	<p>3. Recoger "Crypto-monedas" que caen.</p> <p>4. Comprar mejoras de daño/velocidad.</p> <p>5. Enfrentar al Jefe de Nivel.</p>	<p>3. Tomar decisión (Reportar / Borrar / Abrir).</p> <p>4. Recibir Feedback inmediato (¿Era una amenaza real o falso positivo?).</p>
Modelo de Negocio / Financiación	Free-to-Play (F2P). Descarga gratuita en App Stores para maximizar la base de usuarios.	B2B (Business to Business). Licencia anual vendida a departamentos de RRHH de grandes empresas para capacitar empleados.
Mecánicas de Monetización	<p>Microtransacciones (MTX) y Ads:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energy System: Esperar 20 min para seguir jugando o pagar. • Gacha: Cajas de botín para conseguir "Firewalls Legendarios" (cosméticos). • Ads: Ver anuncio para revivir. 	<p>Retorno de Inversión (ROI):</p> <p>No cobra al usuario final. Su valor económico es el ahorro de costes para la empresa al evitar brechas de seguridad reales (que cuestan millones) causadas por errores humanos.</p>
Mecánicas de Ludificación (Gamificación)	<ul style="list-style-type: none"> • Leaderboards: Ranking mundial de "Mejores Defensores". • Eventos Temporales: "Semana del Malware" para FOMO (Fear of Missing Out). • Rachas Diarias: Login diario para premios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Insignias (Badges): Certificado digital "Experto Anti-Phishing" para LinkedIn. • Barras de Progreso: Visualización del % completado del curso anual. • Feedback Positivo: Sonido y check verde al detectar correctamente un correo malicioso.

Métrica de Éxito (KPI)	<ul style="list-style-type: none"> • Retention D30: Cuántos jugadores siguen instalados al día 30. • ARPPU: Ingreso promedio por usuario que paga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Error Reducida: Comparación de clics en correos de phishing simulados antes y después del juego. • Completion Rate: % de empleados que terminan el curso.
-------------------------------	--	--

2. Análisis Comparativo

2.1. Impacto del Modelo F2P en el Diseño:

En la Versión 1 (CyberWall), la elección del modelo F2P nos obligó a introducir fricción artificial en el bucle de juego. Tuvimos que añadir un "Sistema de Energía" que limita el tiempo de juego. Esto crea un "punto de dolor" (no poder seguir jugando cuando se está divirtiendo) diseñado específicamente para incentivar la compra de recargas (MTX). Si el juego fuera puramente fluido y sin interrupciones, el modelo de monetización colapsaría. El diseño se subordinó a la necesidad de vender, priorizando la adicción y la impaciencia sobre la inmersión pura.

2.2. Impacto del Propósito Serio en la Mecánica:

En la Versión 2 (PhishGuard), el objetivo pedagógico restringió la espectacularidad en favor del realismo. Tuvimos que eliminar la mecánica de "disparar virus con clics rápidos" de la versión de entretenimiento, porque, aunque es divertida, enseña una lección falsa (que la ciberseguridad es un combate de acción). Tuvimos que reemplazarla por una mecánica de "lectura y análisis de texto" (leer headers de correos), que es menos emocionante ("aburrida" en términos lúdicos) pero es la única forma de cumplir la métrica de éxito educativa: que el empleado aprenda a leer un correo real.

2.3. El Doble Rol de la Ludificación:

Aunque ambas versiones usan "Barras de Progreso" e "Insignias", su función psicológica es opuesta. En la versión de entretenimiento, estas herramientas funcionan como ganchos de retención (motivación extrínseca) para mantener al usuario dentro del ecosistema y exponerlo a más oportunidades de compra. En la versión seria, las mismas herramientas funcionan como andamiaje pedagógico (refuerzo positivo); la insignia no es para presumir estatus global, sino para validar la adquisición de una competencia profesional y dar al usuario una sensación de progreso en su carrera laboral.