

Definición de un proceso de Gamificación

Título: GrandQuiz

0. Sistema a Gamificar

Datos de la empresa/servicio/producto:

El sistema a ser gamificado es el proyecto **GrandQuiz**, que consiste en un juego social mediante Chatbot de Telegram para conectar con gente de diferentes generaciones.

Descripción del proceso a Gamificar:

Queremos utilizar un procedimiento de gamificación con el fin de fomentar la participación de los jugadores en las partidas, mediante un sistema de logros que incite a los jugadores a participar y un sistema de bonificaciones por aciertos traducidos en power-ups.

Grado de mejora esperado:

Se espera un aumento de la actividad e influencia de usuarios para convencer a amigos de que se unan, y por lo tanto, un crecimiento de los usuarios en la aplicación por su utilización y referencia a nuevos usuarios. Este procedimiento debería incitar a no solo participar sino también expandir la app a nuevos usuarios.

Contexto:

El sistema consiste en un juego social, en el que los usuarios compiten por equipos de dos jugadores de diferentes grupos de edades, los cuales colaboran para obtener una serie de medallas de diferentes categorías mediante preguntas de tipo test con cuatro opciones, con el fin de ganar una partida de conocimientos de forma colaborativa.

1. Análisis de usuarios finales

Tipo de usuarios:

Utilizando la clasificación de Bartle, se pueden definir dos tipos principales de usuarios: **Killers** y **Socializers**, ya que consideramos que por un lado se quiere fomentar el espíritu competitivo, y por otro lado también se busca un usuario que prima la interacción social.

Motivaciones básicas:

En el grupo de **Killers** se debe encontrar una motivación que considere la participación mediante una serie de recompensas que muestran el éxito de los jugadores a modo clasificatorio.

Por otro lado, cabría algún tipo de recompensa no competitiva a modo de obtención de comodines o power-ups para los usuarios menos competitivos y más interesados en jugar como los **Socializers**.

Relaciones sociales:

Las relaciones que se consideran, al ser un juego social por equipos donde compiten diferentes equipos de forma colaborativa entre jugadores, son:

- **Competidores:** Usuarios que poseen un grado de rivalidad (sana) y buscan competir para alcanzar un determinado reconocimiento.
- **Colaboradores:** Se considera que unos usuarios colaboran mediante el juego conjunto con otros usuarios en repetidas ocasiones.

2. Objetivos principales (de negocio)

Descripción:

Los objetivos que se persiguen son los de fomentar la participación de los jugadores en las partidas, socializando entre ellos, pero a su vez fomentando el abrir nuevos círculos de interacción social.

Por otro lado, otro de los principales objetivos es fomentar el compañerismo y la colaboración, por lo que no se pretende únicamente crear una competición, sino también una vía de entretenimiento que motive a los menos competitivos.

Parámetros de medida:

Los parámetros que se consideran son los siguientes:

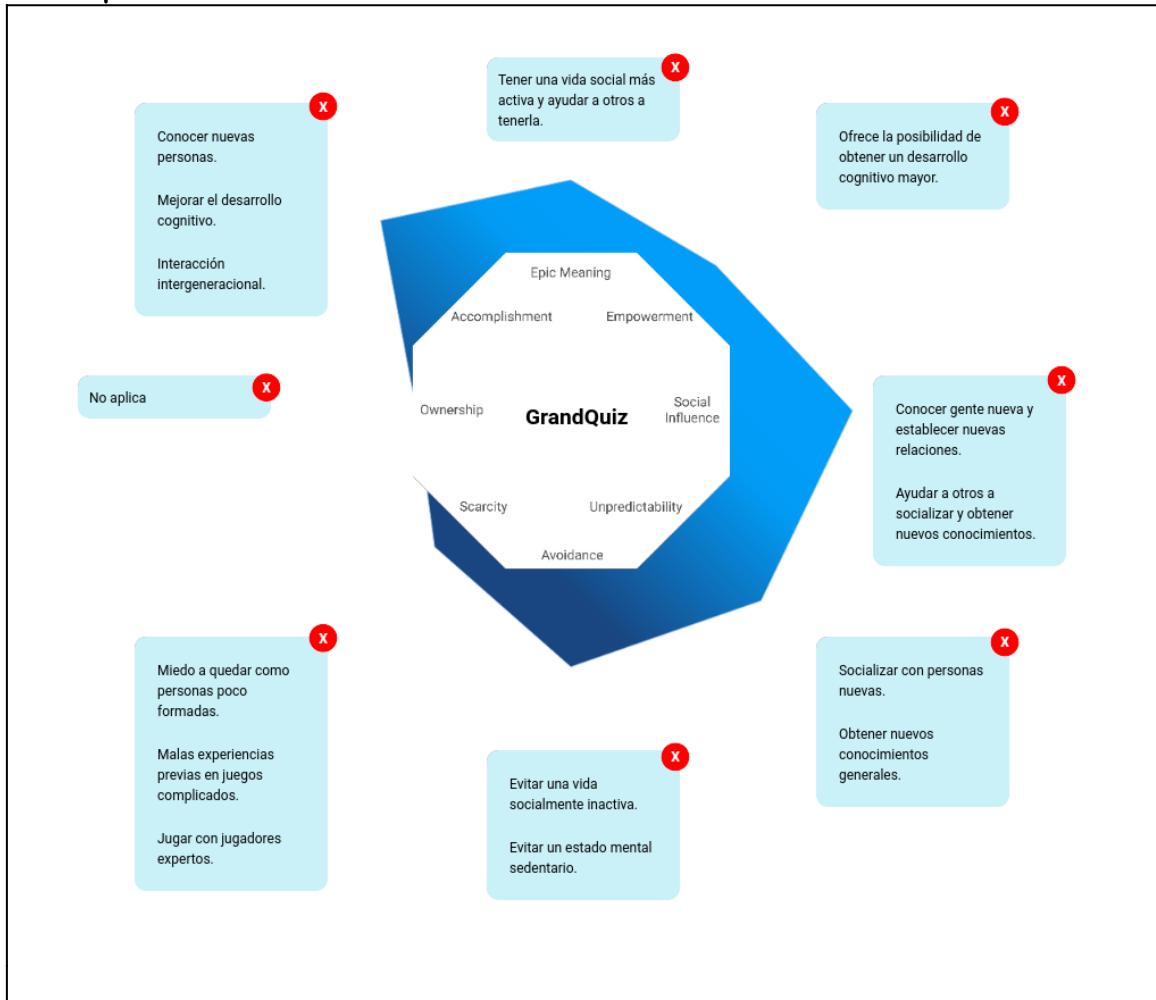
- Cantidad de usuarios distintos con los que se ha jugado.
- Cantidad de victorias totales.
- Cantidad de respuestas acertadas.
- Cantidad de respuestas acertadas por categorías.

Relaciones con otros objetivos:

Estos objetivos permiten no solo fomentar la participación, sino también fomentar el interés por el aprendizaje de diferentes conocimientos sobre diversos ámbitos. Además esto permitirá que los jugadores busquen tener interés en socializar y conocer nuevos amigos a través de la obtención de logros/medallas.

3. Objetivos transversales

Descripción:



Parámetros de medida:

Estos parámetros en este caso coinciden con los previamente establecidos en la sección anterior, ya que miden el grado de cumplimiento de estos mismos.

4. Selección de mecánicas

Descripción de la “Experiencia Gamificada”:

Para poder observar los diferentes logros obtenidos, se permitirá acceder a las estadísticas y logros del usuario deseado, los cuales indicarán el estado actual del jugador y los logros que este obtiene como resultado de su desempeño en el juego.

Por otro lado, al responder correctamente a una serie de preguntas o alcanzar una cantidad de victorias, recibirá los denominados power-ups, los cuales se denominan *quizzies*.

De esta forma, cada vez que un jugador obtenga determinadas bonificaciones puede usarlas para mejorar su desempeño en partidas, y a su vez podrá presumir de los logros obtenidos, fomentando su participación, competitividad y colaboración.

Mecánicas a usar:

Las mecánicas que se emplean en el procedimiento de gamificación son las siguientes:

- Sistema de estadísticas estándar, donde se obtienen una serie de estadísticas sobre el usuario y se visualizan con el fin de observar las estadísticas del mismo.
- Sistema de logros, el cual recoge los hitos realizados por los jugadores con el fin de compartirlos y demostrar su desempeño y objetivos logrados.
- Sistema de power-ups o comodines que permitan obtener un mejor desempeño en las partidas mediante determinadas facilidades. Dentro de los comodines (*quizzies*) disponibles se encuentran: **50%, Ayuda del compañero, Pasar pregunta.**

Política de Gamificación:

Con el objetivo de mantener una motivación constante por parte de los usuarios, se propondrán una serie de logros, los cuales se puede presentar como medallas de las cuales los usuarios pueden presumir frente a sus compañeros, los cuales se pueden obtener de diferentes formas y con diferentes objetivos (sociales o de conocimiento).

Por otro lado, se pretende obtener una serie de bonificaciones que se obtienen cada determinado número de aciertos, como por ejemplo obtener un comodín **50%** cada 20 respuestas acertadas.

Con estas medidas se pretende no solo motivar de diferentes maneras para una actividad constante, colaborativa y competitiva por parte de los usuarios, sino también mantener su interés de forma constante.

Esta política además se debe someter a continuas actualizaciones conforme se añadan nuevas funcionalidades o crezca la demanda de nuevos retos por la consecución de los previos.

5. Análisis de la efectividad

Análisis de la diversión:

Indicadores de medida:

Existen dos indicadores indirectos como son el número de partidas jugadas y el número de amigos que se realizan en el juego, de forma que conforme estos crecen, indican una mayor actividad en el juego, o podemos analizar si un usuario se divierte pero no socializa al no crecer su número de amigos.

Por otra parte, se plantea la posibilidad de incluir la posibilidad de valorar las partidas tras la finalización de la misma por parte de los usuarios, con el fin de obtener un *feedback* y permitir las sugerencias formales al correo oficial del proyecto.

Resultados esperados:

A corto plazo se espera conseguir un *feedback* que guíe a los realizadores del proyecto en base a si el planteamiento es interesante o qué posibles mejoras se pueden realizar, mientras que a largo plazo se esperaría obtener una gran comunidad activa que proponga actividades que permitan captar a un nuevo público, entretenerlo y crear una red social sana y activa.

Análisis de los servicios:

Indicadores de medida:

Se medirá la media de partidas jugadas, porcentaje de victorias y cantidad de *quizzies* obtenidos por los usuarios como principales guías de comportamiento de los mismos, ya que estos tres factores son los principales que determinan la participación de los usuarios en las diferentes actividades que se proponen.

Resultados esperados:

Se espera conseguir unos resultados que reflejen un crecimiento de la actividad en los usuarios desde que se inician en la aplicación hasta pasado un tiempo como asentamiento en la vida socialmente activa. Además unos niveles elevados y cantidades altas de *quizzies* o partidas jugadas indicarán que los jugadores se sienten motivados a seguir jugando para socializar, divertirse y conseguir recompensas.