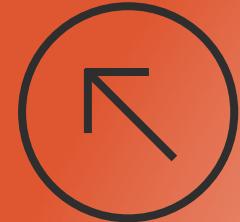


# CLASH ROYALE



## Integrantes:

- Anizar Morales Víctor
- Avendaño Cabanillas Gustavo Eduardo
- Pérez Duarte Ana Patricia
- Torrecilla Jiménez Aarón Israel
- Villaña Pérez Pamela Irais



# Panorama general

SUP  
ERC  
ELL



# ¿Qué es Clash Royale?

## Supercell

Empresa desarrolladora del videojuego móvil

## Objetivo

Juego de estrategia online situado en el llamado universo “Clash”



## Plataformas

Disponible en sistemas operativos iOS y Android

# ¿A qué público va dirigido?

De acuerdo a la clasificación de ESRB (Entertainment Software Rating Board) lo considera un juego para cualquier edad, pero la tienda de aplicaciones lo cataloga como un videojuego para personas mayores a 7 años, es decir, el videojuego puede ser jugado por personas de cualquier edad.



# Impacto social y relevancia



# De acuerdo a la información recolectada en un estudio en Colombia se obtuvieron los siguientes resultados:

*Perfil Caso 1*

Perfil Caso 1	Nivel Lingüístico	Dimensión social	Aspecto emocional
<b>Edad</b> 29 años	-Tiene el juego en su lengua original de desarrollo, inglés, alternándola con el francés.	-Pertenece a un clan en el cual tiene el rol de líder.  -Ha consolidado las amistades gracias al videojuego.	-Ha experimentado emociones como la alegría, el enfado, la satisfacción y el orgullo al momento de jugar CR.  -La emoción más fuerte que ha experimentado es la rabia.
<b>Semestre de LLM</b> En espera de grado	-Es capaz de dotar de significado a términos nuevos debido al contexto.	-Reconoce que el juego permite conocer mucha gente, pero no muestra interés en hacer amistades gracias a las interacciones en CR.	-Aunque muchas veces las emociones que experimenta se quedan dentro de la partida, en otras ocasiones logran transferirse al contexto fuera del juego.
<b>Ciudad</b> Bogotá	-Utiliza jerga propia de CR dentro y fuera del mismo, con otras personas que también sean jugadores.	-Aunque lleva sus interacciones fuera del juego, lo hace solo con una persona por medio de la red social WhatsApp.	-Se enfada y decepciona frente a las pérdidas de sus compañeros de equipo; sin embargo, celebra sus victorias.
<b>Tiempo de permanencia en CR</b> 4 años	-Ha aprendido vocabulario y expresiones de otras lenguas, al igual que practicarlas, gracias al juego.	-Tiene una actitud de liderazgo y competitividad.	-Debido a su actitud competitiva, parece no asimilar bien la
<b>Tiempo de juego semanal</b> 4 horas	-Se ve un impacto en su habla por influencia de youtubers.		
<b>Compañía de juego</b> Desconocidos			
<b>Motivación</b> Distracción y gusto			

Perfil Caso 2	Nivel Lingüístico	Dimensión social	Aspecto emocional
<b>Edad</b> 23 años	-Tiene el juego en la lengua alemana.	-Pertenece a un clan en el cual tiene el rol de miembro.	-Ha experimentado emociones como la alegría, el enfado, la satisfacción y la ansiedad al momento de jugar CR.
<b>Semestre de LLM</b> En espera de grado	-Es capaz de dotar de significado a términos nuevos debido al contexto, pero también busca palabras en internet de ser necesario.	-Ha fortalecido amistades gracias a la interacción en CR.	-La emoción más fuerte que ha experimentado es la rabia.
<b>Ciudad</b> Bogotá	-Percebe la pertenencia a un clan como oportunidad de socializar y conocer personas de su misma zona.	-Las emociones que experimenta no afectan su vida cotidiana.	
<b>Tiempo de permanencia en CR</b> 3 años	-Utiliza jerga propia de CR dentro y fuera del mismo, con otras personas que también sean jugadores y en otros contextos como bromas.	-Se relaciona con otros jugadores y miembros de su comunidad en ambientes externos al juego como la universidad.	-Se muestra empático frente a las decisiones erróneas que toman sus compañeros de clan.
<b>Tiempo de juego semanal</b> 3-4 horas	-Ha aprendido vocabulario y estructuras de otras lenguas, al igual que practicarlas, gracias al juego.	-Tiene una actitud tranquila frente al juego y como miembro de clan tiene algunas responsabilidades.	-Debido a su actitud competitiva, parece no asimilar bien la frustración cuando pierde, lo que lo lleva a generar emociones negativas, pero logra controlarse para que no pase a mayores.
<b>Compañía de juego</b> Desconocidos, compañeros de clan			
<b>Motivación</b> Distracción, gusto, competencia y aprendizaje			

*Perfil Caso 3*

Perfil Caso 3	Nivel Lingüístico	Dimensión social	Aspecto emocional
<b>Edad</b> 23 años	-Tiene el juego en el idioma inglés.  -Usa herramientas como diccionarios para buscar el significado de palabras desconocidas.	-Pertenece a un clan en el cual tiene el rol de veterano.  -Se relaciona mejor con su círculo de amistades dentro de CR.	-Ha experimentado emociones como la alegría, el enfado, la satisfacción y la ansiedad al momento de jugar CR.  -La emoción más fuerte que ha experimentado es la alegría.
<b>Semestre de LLM</b> Décimo			
<b>Ciudad</b> Bogotá	-Utiliza jerga propia de CR para comunicarse con compañeros de su clan.	-Disfruta de jugar con personas nuevas y suele traspasar las barreras del videojuego y la virtualidad, ya que desarrolla relaciones reales y cercanas con otros usuarios, tanto en persona como por redes sociales.	-Las emociones que experimenta han afectado decisiones a nivel estratégico, pero nunca en ambientes exteriores al juego.
<b>Tiempo de permanencia en CR</b> 2 años	-El juego es una oportunidad para la práctica de segundas lenguas.		
<b>Tiempo de juego semanal</b> 2-4 horas	-Se ve un impacto en su habla y en su lengua materna con el uso de anglicismos y un impacto en su segunda lengua al poder practicar y reforzarla mientras juega.	-Tiene una actitud social y participativa. Entiende El videojuego como una oportunidad para crear nuevas relaciones y afianzar aquellas que ya poseía con anterioridad.	-No se ve afectado por las decisiones que toman sus compañeros de clan.  -Es un usuario con perfil alegre y optimista, se ve afectado por emociones negativas, pero solamente en el ámbito del juego en cuestión de las decisiones que toma. Las decisiones que toman sus compañeros de clan no lo afectan mayormente.
<b>Compañía de juego</b> Desconocidos, compañeros de clan y amigos			
<b>Motivación</b> Distracción, gusto y competencia			

**¿Qué  
funcionalidades  
implementa?  
¿Qué puedo  
hacer dentro de la  
app?**





Dentro de la app tienes la capacidad de buscar partida, entrar a un clan, el cual te permite hacer intercambio de cartas del juego, hacer compras con la moneda del juego o comprar recursos con dinero real.

# Ganancias

Clash Royale es un juego Free-to-Play en donde existen diferentes formas para financiar este tipo de aplicaciones:



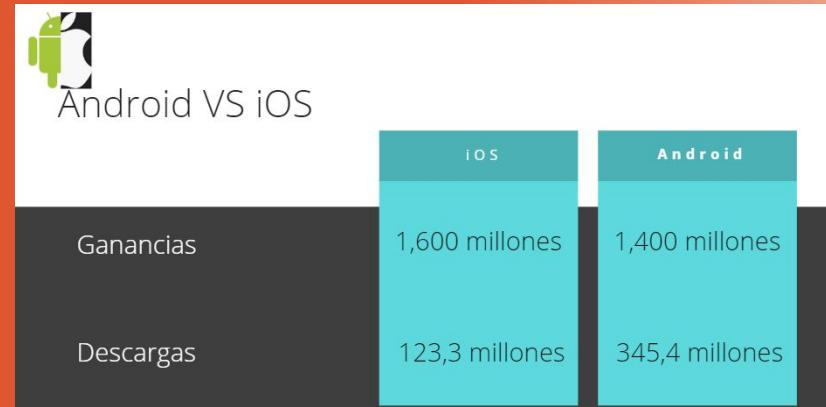
Lanzado el 2 de marzo de 2016, generó durante su primer año más de mil millones de dólares con 354 millones de descargas.



## Otros títulos importantes:



## Ganancias de la Apple Store y Google Play





# POR QUÉ LA SELECCIONAMOS?



# Competencia en el mercado

- Gears POP cerró su servidores ya que Microsoft comentó que el juego ya no era viable.
- Rush Royal tiene una mecánica y género familiar pero le falta equilibrio en algunas batallas (jugadores de pago).
- HearthStone, la comunidad de este juego dice que ya no es divertido, además de abusar del contenido exclusivo y de los métodos de pago.



# Dispositivos móviles

Características mínimas:

Android:

- Memoria RAM (512 MB a 1GB)
- CPU: 1GHz o superior
- SO: Android 4.0.4 o superior
- Espacio disponible de 150 MB o más

iOS:

- Versión superior a iOS8
- Memoria RAM (1 GB)
- CPU: Todos
- Espacio disponible de 150 MB o más





# Menciones especiales



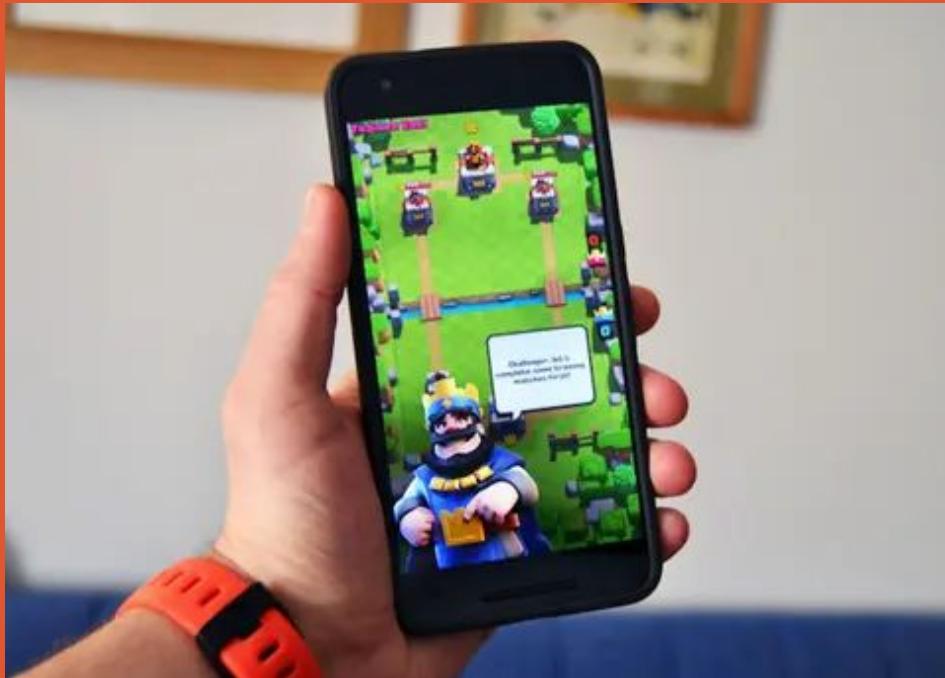
# Baneo en Irán



- En Diciembre de 2016 Irán puso restricciones de acuerdo a investigaciones hechas por psicólogos.
- Supuestamente genera adicción, provoca violencia y conflictos tribales
- Fuente BBC



# Popularidad



# Stats

- El juego es muy popular; actualmente cuenta con más de 350 millones de descargas entre las plataformas Android e IOS.
- Posee alrededor de 28 millones de usuarios conectados.
- Se juega en más de 180 países
- Desde el lanzamiento del juego y hasta la fecha, se tienen unas ganancias de más de 2,000 millones de dólares.



# FODA



## Fortalezas

- Accesibilidad a múltiples plataformas de distribución: Play store, App store, etc.
- Juego multijugador online
- Líder en mercado

## Oportunidades

- Potencial de crecimiento
- Mayor penetración de smartphones en los mercados emergentes.
- Cobro sobre saldo del usuario
- Participar en otros mercados como animación, consolas o films

## Debilidades

- Alto precio en contenido del juego como armas, objetos o construcciones
- No hay tutorial avanzado en el juego
- No se puede jugar sin internet.

## Amenazas

- Ingreso de nuevos competidores
- Versiones no oficiales del juego
- Alta dependencia del sistema operativo
- Tercerización en el desarrollo de las apps

# Wearables?



# CONEXIONES



No NFC, BEACON, Bluethooth

# Seguridad de la App



Debilidades	Fortalezas
Fácil robo de identidad y datos por medio del chat en la aplicación, por ejemplo a personas menores de edad.	Tiene distintas formas de autenticar su identidad por medio de correo electrónico.
No tiene habilitada alguna función de ID o reconocimiento de huella digital y/o rostro.	SupercellID es un excelente método para tener al alcance de forma segura tus contraseñas y cuentas, da una doble verificación.
La compra de souvenirs en la aplicación es segura, sin embargo no está a prueba de menores de edad.	

# MEJORAS POSIBLES



- Más modos de juegos
- Habilitar para distintas plataformas,
- Comunicación por audio

Con ayuda de:

**Game Designer:** Persona encargada de definir la experiencia de usuario del juego.

**Game Developer:** Encargado de escribir el código y plasmar lo que se define en los documentos de diseño creados por el Game Designer.

**Game Producer:** Es el encargado del marketing del juego, basado en la retroalimentación obtenida de los usuarios.

**Game Administrator:** Encargado de integrar la plataforma de servicios y monitorear y darle soporte al juego.

**Game Artist:** Se encarga de crear la atmósfera del juego.

**Game Writer:** Es la persona encargada de armar la historia y la narrativa de nuestro juego.

# Conclusiones

BIG NUMBER   BIG NUMBER   BIG NUMBER   BIG NUMBER   BIG NUMBER



# THANKS!

THANKS! THANKS! THANKS! THANKS! THANKS! THANKS! THANKS!

CREDITS: This presentation template was created by [Slidesgo](#), including icons by [Flaticon](#), infographics & images by [Freepik](#)

# REFERENCIAS



1. Hoy, R. C. (2014, 22 junio). *¿Qué es y qué significa el término Free2Play o Free to Play?* ComputerHoy. Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://computerhoy.com/noticias/apps/que-es-que-significa-termino-free2play-free-play-13353>
2. Tangram Consulting. (2021, 22 julio). *Cómo se financian las apps gratuitas.* Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://tangramconsulting.es/noticias/como-se-financian-apps-gratuitas>
3. Linares, J. (2018, 10 enero). *Clash Royale lidera el listado de juegos y aplicaciones con más ingresos en Android.* Areajugones. Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://areajugones.sport.es/videojuegos/clash-royale-lidera-el-listado-de-juegos-y-aplicaciones-con-mas-ingresos-en-android/>
4. Darío, D. (2022, 21 enero). *Clash Royale en números.* Red Bull. Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://www.redbull.com/co-es/clash-royale-en-numeros>
5. Lopez, R. (2022, 27 enero). *Esta es la descomunal cifra de ingresos que ha generado Clash Royale.* Alfa Beta Juega. Recuperado 20 de septiembre de 2022, de <https://alfabetajuega.com/moviles/esta-es-la-descomunal-cifra-de-ingresos-que-ha-generado-clash-royale>
6. Cejas, S. (2020, 29 octubre). *Gears POP! no seguirá adelante y cerrará sus servidores para siempre a finales de abril de 2021.* Vidaextra. Recuperado 21 de septiembre de 2022, de <https://www.vidaextra.com/estrategia/gears-pop-no-seguira-adelante-cerrara-sus-servidores-para-siempre-a-finales-abril-2021>
7. Ruíz, C. (2021, 2 junio). *Cambia Clash Royale por alguno de estos juegos parecidos.* AndroidAyuda. Recuperado 21 de septiembre de 2022, de <https://androidayuda.com/juegos/listas/juegos-parecidos-clash-royale/>