

# Plantilla de definición de un proceso de Gamificación

Titulo: EasyCarInsurance

## 0. Empresa/Servicio/Producto

Datos de la empresa/servicio:

Se trata de una aplicación que permite la automatización en procesos relacionados con seguros de vehículos como por ejemplo rellenar partes de accidente, comparar seguros y consultar pólizas.

Descripción del proceso a Gamificar:

Se pretende gamificar el proceso de incluir más usuarios en la aplicación.

Grado de mejora esperado:

Un aumento del número de usuarios que usan la aplicación para así obtener más ingresos. El éxito de la aplicación reside en el número de usuarios que la usen por lo que a mayor número, más éxito e ingresos.

Contexto:

Se trata de una aplicación desarrollada por estudiantes la cual aún no es muy conocida. Su uso intimamente ligado con las aseguradoras implica que habrá que realizar acuerdos con ellas. Los ingresos serán obtenidos a través de la publicidad y de los acuerdos con las aseguradoras.

## 1. Análisis de usuarios finales

Tipo de usuarios:

Esta aplicación va a ser usada por todo tipo de usuarios puesto que todo el mundo tiene un vehículo asegurado. No se propone ninguna

agrupación de usuarios debido a su gran variedad y a que se les va a tratar de igual manera.

Motivaciones básicas:

Se pretende fomentar la satisfacción de obtener una recompensa cuando se realiza una acción. En nuestro caso la recompensa será monetaria traducida en descuentos con los seguros. El efecto de recompensas en el mundo real es mayor que recompensas virtuales.

Relaciones sociales:

En este apartado se pueden diferenciar dos razones por las que los usuarios se relacionen socialmente con otros usuarios.

- Por obligación: se ha tenido un accidente y se hace uso de la gamificación por necesidad. Dada la naturaleza de la aplicación, esta situación se va a dar inevitablemente.
- Por la recompensa: El usuario incluye a nuevos usuarios en la aplicación porque quiere obtener la recompensa que eso implica.

## 2. Objetivo principal (de negocio)

Descripción:

Aumentar el número de usuarios que usan la aplicación.

Parámetros de medida:

- El número de usuarios en sí

Relaciones con otros objetivos:

### 3. **Objetivos transversales**

---

Descripción:

- Conseguir descuentos o privilegios con las aseguradoras.
- Facilitar procesos con las aseguradoras

Parámetros de medida:

- Cantidad de recompensas obtenidas
- Satisfacción de los usuarios con la aplicación

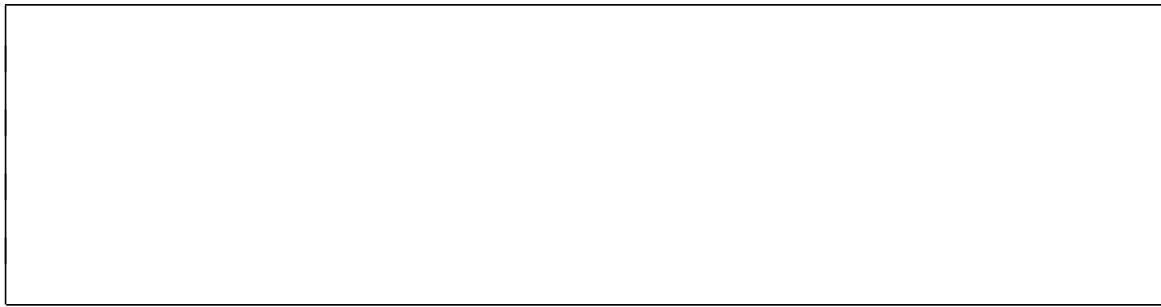
### 4. **Selección de mecánicas**

---

Descripción de la “Experiencia Gamificada”:

El proceso de gamificación es sencillo; un usuario podrá dar su enlace de invitación a otra persona para que esta se descargue e instale la aplicación. Al realizar esto, el usuario que ha dado su enlace acumulará puntos que serán visibles en su perfil. Cuando alcance cierta cantidad de puntos se le notificará con un mensaje de felicitación. El usuario podrá canjear esos puntos por un descuento en su aseguradora.

Esta experiencia se caracteriza por la satisfacción de recibir una recompensa visual en la aplicación y por la recompensa monetaria en el seguro.



Mecánicas a usar:

Se va a usar el ciclo de actividad de la gamificación para explicar las mecánicas a usar:

1. Motivación: El usuario es motivado porque desea pagar menos en su seguro
2. Acción: Esta motivación lleva al usuario a querer invitar a más personas a la aplicación porque eso conlleva el descuento que desea.
3. Recompensas: Las recompensas de invitar a usuarios son puntos
4. Logros: Esos puntos se ven plasmados en su perfil y pueden ser canjeados por descuentos. El usuario al haber conseguido satisfactoriamente su descuento es motivado a seguir invitando a más usuarios

Política de Gamificación:

Hay que realizar acuerdos con las aseguradoras para implantar los descuentos. Para ello hay que realizar un estudio y ver qué descuentos son viables y qué porcentaje de beneficio se lleva cada parte en el proceso.

## 5. Análisis de la efectividad

Análisis de la diversión:

Indicadores de medida:

- Los puntos que obtiene el usuario

Resultados esperados:

- Aumento del número de usuarios en la aplicación

--

Análisis de los servicios:

Indicadores de medida:

- Cantidad de aseguradoras incluidas en la aplicación
- Cantidad de descuentos en las aseguradoras

Resultados esperados:

- Fomentación y publicidad por parte de las aseguradoras de la aplicación