

# EVALUACIÓN ESTRATÉGICA DEL USO DE GAMIFICATION EN VENTAS *ON-LINE*

---

Ignacio j. Villacura de la Paz

27 de Abril, 2015

Departamento de Informática  
Universidad Técnica Federico Santa Maria

# INTRODUCCIÓN

---

- Motivación.

- Motivación.
- *Gamification*

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.



- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - **Tienda ayudante.**

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - **Herreamientas utilizadas.**

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.
- Datos Experimentales:

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.
- Datos Experimentales:
  - Resultados implementación.



- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.
- Datos Experimentales:
  - Resultados implementación.
  - Resultados encuesta.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.
- Datos Experimentales:
  - Resultados implementación.
  - Resultados encuesta.
- Conclusiones.

- Motivación.
- *Gamification*
  - Definición.
  - Usos cotidianos.
- Problemática:
  - Definición.
  - Tienda ayudante.
- Solución propuesta:
  - Descripción.
  - Sistema Base.
  - Herramientas utilizadas.
  - Encuesta evaluativa.
- Datos Experimentales:
  - Resultados implementación.
  - Resultados encuesta.
- Conclusiones.
- Trabajos futuros.

- Entrada de multinacionales al mercado nacional.
- PyMe.
- E-commerce y autogestión.

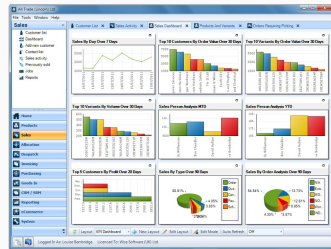


Figure 1: Dashboard sistema de ventas.

## ***GAMIFICATION***

---

***Gamification*** “Es el uso de elementos del diseño de juego en contextos diferentes al de juego”.

**Juego** En primer lugar este concepto se refiere al juego en su totalidad, y no a la acción de jugar. Este concepto es caracterizado por un conjunto de reglas explícitas, que crean un ambiente en donde los jugadores buscan la competición para completar objetivos y metas.

**Elementos del diseño de juego** Los elementos a utilizar son característicos a los juegos, que se encuentran en la mayoría de ellos y que cumplen un rol importante en su jugabilidad.

**Contextos diferentes al de juego** Existe fuera de un juego o de un ambiente que contiene gamification.

- Puntos *retail*.



Figure 2: Puntos mas utilizados.



- Puntos *retail*.
- Canje de productos.



Figure 2: Puntos mas utilizados.

- Puntos *retail*.
- Canje de productos.
- Obtención de logros.



Figure 2: Puntos mas utilizados.

# PROBLEMÁTICA

---

- Diferencias entre PyMes y grandes empresas, en ventas *on-line*, debido a la diferencia de recursos.

Empresa	Número de Trabajadores	Porcentaje de ocupación	Ventas anuales
Micro	1 a 4	44.4%	menos de 2400 UF
Pequeña	5 a 49	37%	2401 a 25000 UF
Mediana	50 a 199	13%	25001 a 100000 UF
Grande	más de 199	10%	más de 100000 UF

**Table 1:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.

- Diferencias entre PyMes y grandes empresas, en ventas *on-line*, debido a la diferencia de recursos.
- PyMe y empleos.

Empresa	Número de Trabajadores	Porcentaje de ocupación	Ventas anuales
Micro	1 a 4	44.4%	menos de 2400 UF
Pequeña	5 a 49	37%	2401 a 25000 UF
Mediana	50 a 199	13%	25001 a 100000 UF
Grande	más de 199	10%	más de 100000 UF

**Table 1:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.

- Diferencias entre PyMes y grandes empresas, en ventas *on-line*, debido a la diferencia de recursos.
- PyMe y empleos.
- Acceso de PyMe a tecnologías actuales para venta *on-line*.

Empresa	Número de Trabajadores	Porcentaje de ocupación	Ventas anuales
Micro	1 a 4	44.4%	menos de 2400 UF
Pequeña	5 a 49	37%	2401 a 25000 UF
Mediana	50 a 199	13%	25001 a 100000 UF
Grande	más de 199	10%	más de 100000 UF

**Table 1:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.

Se conto con la ayuda de la tienda “Kurgan”. Esta cedio el espacio para implementar el sistema de ventas propuesto como solución.



Figure 3: Logo tienda “Kurgan”.



Figure 4: Ubicación tienda “Kurgan”

## SOLUCIÓN PROPUESTA

---



- Sistema de ventas online.

- Sistema de ventas online.
- Facil administracion.

- Sistema de ventas online.
- Facil administracion.
- Utilización de *gamification* para atraer y retener clientes.

**Bajo costo** Debido a los escasos recursos que poseen las PyMes es necesario e importante que la solución tenga requiera los minimos recursos posibles.

**Facilidad de configuración** El sistema debe poder ser configurado por el usuario.

**Facilidad de administración** El sistema debe poder ser administrado por el usuario.

- Facilidad de instalación.

- Facilidad de instalación.
- Facilidad de administración.

- Facilidad de instalación.
- Facilidad de administración.
- Actualizaciones y comunidad activa.

- Facilidad de instalación.
- Facilidad de administración.
- Actualizaciones y comunidad activa.
- Características utilizables.



- Facilidad de instalación.
- Facilidad de administración.
- Actualizaciones y comunidad activa.
- Características utilizables.
- Traducciones.

	Dificultad de Instalación	Dificultad de Administración	Actualizaciones y Comunidad	Características Utilizables	Traducción
Magento	7	8	8	Si tiene plugins, Alto costo	Parcialmente
Prestashop	6	7	9	No tiene plugins	Si
Wordpress + Woocommerce	4	5	2	Si tiene plugins, Gratis, Bajo costo, Alto Costo	Si

Figure 5: Dashboard sistema de ventas.

- Woocommerce: Herramienta que modifica el sistema base en tienda on-line.

- Woocommerce: Herramienta que modifica el sistema base en tienda on-line.
- WooCube Pro: Plugin dedicado a la entrega y guardado de los puntos.

- Woocommerce: Herramienta que modifica el sistema base en tienda on-line.
- WooCube Pro: Plugin dedicado a la entrega y guardado de los puntos.
- WPAchievement: Da la funcionalidad de entregar logros al realizar completamente una tarea.

- Woocommerce: Herramienta que modifica el sistema base en tienda on-line.
- WooCube Pro: Plugin dedicado a la entrega y guardado de los puntos.
- WPAchievement: Da la funcionalidad de entregar logros al realizar completamente una tarea.
- Refer a Friend: Herramienta que ayuda al usuario a invitar a amigos y obtener beneficios con ésto.

Encuesta con los objetivos:

- Apoyo de la investigación.

Encuesta con los objetivos:

- Apoyo de la investigación.
- Conocimiento de la población sobre *gamification*.



Encuesta con los objetivos:

- Apoyo de la investigación.
- Conocimiento de la poblacion sobre *gamification*.
- Interaccion de la poblacion con *gamification*.

## RESULTADOS

---

En primera instancia, se debio establecer los beneficios a entregar:

- **Registro en la tienda:** 500 puntos.
- **Puntos por venta:** 10% del total de la compra.
- **Comentarios:** 100 puntos.
- ***Referrals:*** Cupón de 5% en total venta.

Antes de implementar *gamification* se obtuvieron datos por 30 días para poder compararlos una vez el sistema completo fuera implementado.

- Cantidad de visitas: 315 (visitas únicas).
- Cantidad de lecturas: 445.
- Cantidad de usuarios inscritos: 0.
- Cantidad de ventas realizadas: 0.

Una vez terminada la etapa de recolección de datos, se implementó *gamification*. Esta etapa tuvo una duración de 30 días y se obtuvieron los siguientes datos:

- Cantidad de visitas: 476 (visitas únicas).
- Cantidad de lecturas: 641.
- Cantidad de usuarios inscritos: 0.
- Cantidad de ventas realizadas: 0.

Al analizar los datos se puede concluir lo siguiente:

- Aumento en la cantidad de visitas.

	Cantidad de visitas	Cantidad de lecturas	Cantidad de usuarios inscritos	Cantidad de ventas realizadas
Pre Implementación	315	445	0	0
Post Implementación	476	641	0	0

**Table 2:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.

Al analizar los datos se puede concluir lo siguiente:

- Aumento en la cantidad de visitas.
- No hubo aumento de usuarios registrados.

	Cantidad de visitas	Cantidad de lecturas	Cantidad de usuarios inscritos	Cantidad de ventas realizadas
Pre Implementación	315	445	0	0
Post Implementación	476	641	0	0

**Table 2:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.

Al analizar los datos se puede concluir lo siguiente:

- Aumento en la cantidad de visitas.
- No hubo aumento de usuarios registrados.
- Implementación de *gamification* no fue efectiva.

	Cantidad de visitas	Cantidad de lecturas	Cantidad de usuarios inscritos	Cantidad de ventas realizadas
Pre Implementación	315	445	0	0
Post Implementación	476	641	0	0

**Table 2:** Tamaño de empresa según cantidad de empleados.



Debido a que los datos no fueron concluyentes para decir si *gamification* es una herramienta util. Se realizo una encuesta para complementar la información obtenida:

- **Intervalo de confianza:** 95%.
- **Error Muestral:** 7.5%.
- **Cantidad minima de respuestas:** 165%.
- **Universo poblacional:** 180 personas.
- **Numero de Preguntas:** 12.
- **Sexo:** 71% Masculino y 29% Femenino.

Pregunta	Si(%)	No(%)	Total
¿Está al tanto de lo que es <i>gamification</i> ?	57%	43%	180
¿Usted acumula puntos de grandes empresas?	56%	44%	180
¿Está al tanto de los beneficios que dicha empresa le ofrece?	75%	25%	92
¿Ha utilizado éstos beneficios en algún momento?	79%	21%	100
¿Cree usted que el uso de <i>gamification</i> lo motiva a volver a la tienda?	68%	32%	180

**Table 3:** Tabla de respuestas para preguntas de encuesta números 3, 4, 5, 6, 10

Pregunta	Presencial (persona a persona)(%)	On-line (vía internet)(%)	Total
¿Cuál es su preferencia a la hora de realizar compras?	26%	74%	180

**Table 4:** Tabla de respuesta para pregunta de la encuesta: ¿Cuál es su preferencia a la hora de realizar compras?

Pregunta	Tienda on-line con <i>gamification</i> (%)	Tienda on-line convencional(%)	Total
¿Prefiere un sitio de ventas on-line con <i>gamification</i> o un sitio convencional?	69%	31%	180

**Table 5:** Tabla de respuesta para pregunta de la encuesta: ¿Prefiere un sitio de ventas on-line con *gamification* o un sitio convencional?

	Preferencias(%)					
Opciones	1	2	3	4	5	Total
Precios Bajos	1%	1%	5%	13%	80%	180
Acumulación de puntos	23%	22%	21%	17%	17%	180
Descuentos en compras	7%	14%	18%	29%	32%	180
Obtención de productos exclusivos	24%	17%	25%	16%	18%	180
Reconocimiento publico	82%	7%	6%	2%	3%	180

**Table 6:** Tabla de respuestas para pregunta de la encuesta: **¿Qué beneficios prefiere o preferiría obtener?**

## CONCLUSIONES

---

- *Gamification* es una herramienta útil para mejorar ventas.
- Las herramientas utilizadas son suficientes para una PyMe.
- El usuario del sistema web debe creer en él. Con esto poder entregar beneficios que al cliente le sean atractivos
- La población ya conoce el concepto y le atrae que las empresas lo utilicen.

- Realizar un analisis de estrategias de marketing que ayuden, en un inicio, a promocionar la nueva implementacion de *gamification* en una tienda virtual.
- Implementacion de los otros sistemas bases con el objetivo de realizar una comparación mas exhaustiva de estas herramientas.
- Investigar y utilizar otra forma de entrega de beneficios.



¿PREGUNTAS?