

Departamento de Informática

Universidad Técnica Federico Santa María

Jefatura de Carrera

REGISTRO INSCRIPCION TEMA DE MEMORIA DE TITULACION

FECHA
POSTULACION
(dd/mm/aa):

20 / 1 / 2014

NOMBRE COMPLETO DEL ALUMNO

Ignacio Javier Villacura de la Paz

ROL USM

TELEFONO

E-MAIL

2673067-8

85294765

ivillacu@inf.utfsm.cl

TITULO AL QUE OPTA (ICI-II-IEI)

ICI

PROFESOR GUIA

Dr. Horst v. Brand

PROFESOR O TUTOR CORREFERENTE

(a llenar por el Jefe de Carrera en acuerdo con el Profesor Guía y el profesor del Seminario de Memoria)

NOMBRE DEL TEMA

Evaluación estratégica del uso de gamification en ventas online

PLAZO DE DESARROLLO:

(MÁXIMO 6 MESES)

Ver ART 18 del Reglamento de
Memorias de Titulación

Los alumnos tendrán como plazo hasta 6 meses para obtener la nota final de la asignatura Trabajo de Titulación. Si el Informe Final es aprobado por la Comisión Examinadora, se pondrá la nota de dicha asignatura, y quedará en condiciones de rendir su Examen de Titulación. De ser reprobado su Informe Final, deberá acogerse a la aplicación de este reglamento, asumiendo para estos efectos que la asignatura Trabajo de Titulación es equivalente a Trabajo de Título 2.

EL MEMORISTA DEBE ADJUNTAR (en hasta 5 páginas):

- OBJETIVOS (hasta 200 palabras)
- DEFINICIÓN INICIAL DEL PROBLEMA
- DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA PRELIMINAR
- PLAN DE TRABAJO

FIRMAS QUE AUTORIZAN EL TEMA

--	--	--

MEMORISTA

PROFESOR GUÍA

PROFESOR SEM.MEMORIA

Registrado con el N° _____ en Jefatura de Carrera, con fecha de
aprobación __ / __ / ____

JEFE DE CARRERA

Registrado con el N° _____ en Dirección de Estudios, con fecha de
aprobación __ / __ / ____

DIRECTOR DE ESTUDIOS

cc: Dirección de Estudios
Profesores: Guía, Correferente, y Seminario de Memoria
Memorista

Objetivo General

- Evaluar el impacto de gamification en ventas de videojuegos online.

Objetivos Específicos

- Selección de plataforma e-commerce.
- Creación de herramientas, utilizando gamification, que apoyen la venta online de videojuegos.
- Desarrollo de módulo que unifique las herramientas creadas para sistema seleccionado.
- Proponer métricas para el análisis del uso de gamification.
- Análisis de los datos preliminares obtenidos.

Definición inicial del problema

Las ventas online han crecido bastante durante los últimos años. Este crecimiento es producido por la existencia de una mayor facilidad de vender y comprar gran variedad de productos y servicios. Debido a esto, el usuario ha cambiado la forma de comprar, la búsqueda de la tienda más económica y/o más cercana, ya no son aspectos dominantes por la gran variedad de tiendas con las mismas características (precios y cercanía). Estos han sido cambiados por la aspectos como la calidad del servicio, compromiso con el usuario y regalías entregadas.

Gamification[1,2] utiliza sus herramientas, puntos, rankings, achievements, etc[3], para aumentar el valor agregado de las tiendas online. Este concepto tiene como objetivo mejorar la interacción entre la tienda y cliente para poder atraerlos, retenerlos y al hacer esto obtener ganancias.

Existen variadas formas de crear una tienda online y en esta memoria utilizaremos sistemas open source. Estos sistemas cuentan con gran aceptación a nivel mundial y además de ser lo bastante robustos para poder crear herramientas y desarrollar un módulo. Las características por las cuales se seleccionara el sistema serán basadas en métricas expuesta por David Wheeler en como evaluar software open source[4].

El problema en el cual esta memoria desea enfocarse es la competencia entre pymes y grandes empresas en el contexto de ventas online. Existe una gran diferencia entre pequeñas, pymes, y grandes empresas ámbitos económicos, humanos, etc. Estas diferencias se estrechan cuando se utiliza la venta online, pero aún existe una brecha que no deja competir a las pequeñas empresas de igual a igual con empresas de mayor tamaño.

Utilizando un sistema de ventas online open source y añadiéndole el concepto de gamification se espera acortar esta brecha entre empresas y además de dar un valor agregado a las pymes.

Esta memoria se enfocará en el resultado obtenido por las pymes pero, de ninguna forma la utilización de las herramientas, de ventas online y gamification, se restringe a estas.

Discusión bibliográfica

1.- Bartle, R. Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs. Journal of MUD Research 1, 1 (1996).

Artículo que profundiza en los tipos de jugadores que existen y cuales son sus incentivos para seguir inmersos en el juego. Este artículo es, en parte, el inicio del concepto de gamification ya que este concepto explota las características que atraen a los distintos tipos de jugadores para poder retenerlos en los diferentes ámbitos en los cuales se utiliza.

2.- Sebastian Deterding, Dan Dixon, Rilla Khaled, and Lennart Nacke. From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, MindTrek '11, pages 9–15, New York, NY, USA, 2011. ACM.

Paper donde se discute la historia y taxonomía de la definición propuesta. Exponen los definiciones de elementos, juego y contexto de no juego. Estas ideas llevan a entender mas profundamente el concepto de gamification.

3.- G. Zichermann and J. Linder. Game-based marketing: inspire customer loyalty through rewards, challenges, and contests. Wiley, 2010. Libro que profundiza en el concepto de gamification en marketing y la utilización de herramientas como achievements y rankings para atraer y retener a los clientes.

4.- David A. Wheeler. (2011, 6, 2). How to Evaluate Open Source Software / Free Software (OSS/FS) Programs [Article online]. Available: http://www.dwheeler.com/oss_fs_eval.html

Artículo que entrega métricas de como evaluar software open source. Esto ayudará para poder incorporar algunas métricas en la selección del sistema de ventas online mas adecuado para esta memoria.

Departamento de Informática

Universidad Técnica Federico Santa María

Jefatura de Carrera

Plan de Trabajo

Descripción Tarea	Tiempo(Semanas)
Selección de plataforma ecommerce	2
Modelar y crear herramientas de gamification	4
Desarrollo módulo para sistema seleccionado	5
Revisión y arreglo de problemas entre módulo y sistema	1
Obtención de datos de la plataforma utilizando gamification	2
Análisis de los datos obtenidos	3
Escribir capítulos finales de memoria	2
Revisión y corrección de memoria	1
Total	20

Tiempos SCT

Problema inicial: 3 hrs

Objetivos: 2 hrs

Plan de trabajo: 1 hr

Total: 6 hrs

cc: Dirección de Estudios
Profesores: Guía, Correferente, y Seminario de Memoria
Memorista