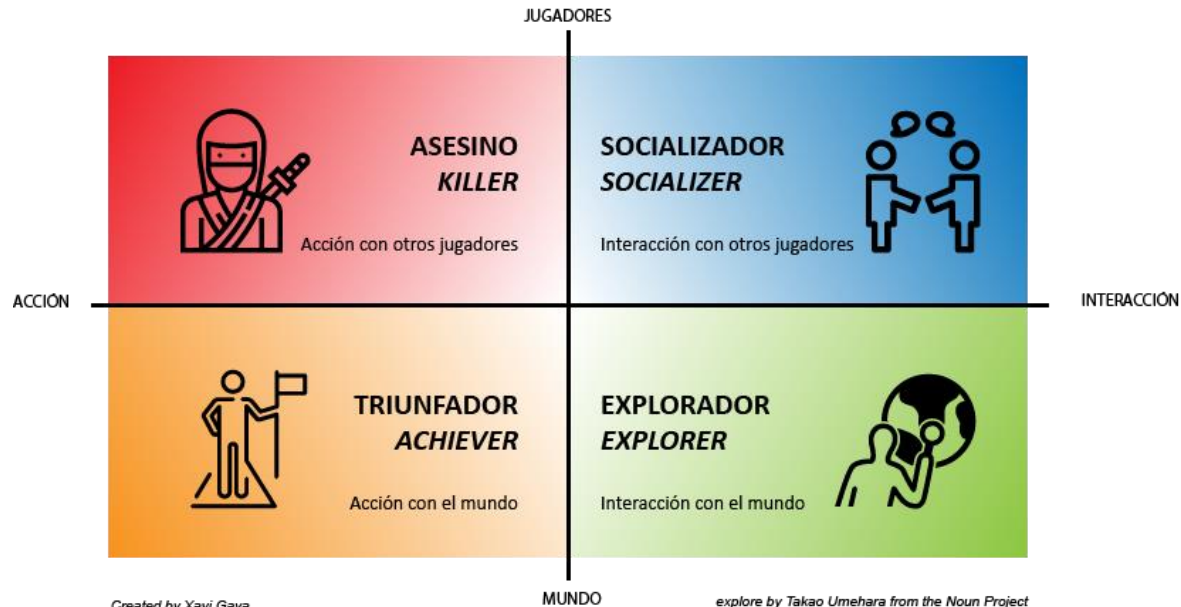


# AGENDA

- ▶ Revisión de la clase anterior
- ▶ Elementos del Juego
  - ▶ Mecánicas
  - ▶ Dinámicas
  - ▶ Estética

# Revisión de la clase anterior



Created by Xavi Gaya



explore by Takao Umehara from the Noun Project  
interaction by wira wianda from the Noun Project  
goal achievement by Symbolon from the Noun Project  
assassin by Eucalypt from the Noun Project



© Andrzej Marczewski 2016

 Trad. Jesús Valverde-Berrocso

Marczewski, A. (2015). User Types. En A. Marczewski, Even ninjas monkeys like to play: gamification, game thinking & motivational design (pp. 65-80). United Kingdom: CreateSpace Independent Publishing Platform. Recuperado a partir de <http://www.gamified.nl/user-types/>  
Tondello, G. F., Weiske, R. R., Diamond, L., Busch, M., Marczewski, A., & Nacke, L. E. (2016). The Gamification User Types Hexad Scale (pp. 229-243). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2967934.2968082>

## Tipos de jugadores: Bartle - Marczewski

# Discusión Tipos de jugadores



Fuente: <http://www.rubenplazaramos.com/2018/10/08/tipos-jugadores-i-taxonomia-bartle/>

## ¿Qué tipos de jugadores son?

# Gamificación



# Elementos básicos de la gamificación

- ▶ Para diseñar un juego o un sistema de gamificación deben considerarse una serie de **técnicas** para **captar, retener y hacer evolucionar al jugador**.
- ▶ Tipos de ámbitos de diseño en la gamificación:
  - ▶ Las mecánicas
  - ▶ Las dinámicas
  - ▶ La estética

# Mecánicas

- ▶ Son los sistemas y elementos que **hacen que el progreso en el juego sea visible** y que el jugador pueda participar en el mismo.
- ▶ PBL
  - ▶ Puntos (Points)
  - ▶ Medallas (Badges)
  - ▶ Clasificaciones (Leaderboards)



Fuente: [https://www.slideshare.net/dings/meaningful-play-getting-gamification-right/33-Stack\\_OverflowCompare\\_this\\_with\\_the](https://www.slideshare.net/dings/meaningful-play-getting-gamification-right/33-Stack_OverflowCompare_this_with_the)

# Puntos

- ▶ Son **valores numéricos** que se **consiguen** tras llevar a cabo una **acción o un conjunto de acciones**.
- ▶ Se utilizan para **dirigir las acciones de los usuarios hacia la consecución de acciones concretas**.
- ▶ Los **puntos** se relacionan con los **niveles del juego**.
- ▶ Un sistema de puntos permite realizar un primer **seguimiento del progreso** en el juego de tal modo que el **usuario sienta que es recompensado por una acción**.
- ▶ Se intenta **promover el interés activo de los usuarios**.

**+1**

**+5**

**+10**

**+100**



# Tipos de puntos

► Tipos de puntos que se pueden utilizar en gamificación:



## Puntos de experiencia

- Se ganan a partir de **acciones de los jugadores**
- **Reflejan la habilidad y la persistencia.**
- Se utiliza la expresión **XP** para referirse a ellos.

## Puntos Compensables

- Se consiguen y miden de igual modo que los puntos de experiencia pero **pueden ser canjeados para comprar bienes y servicios reales.**

## Monedas

- Se canjean directamente en moneda real para la adquisición de bienes y servicios



## Puntos Sociales o Reputación

- Se ganan mediante **acciones de otros jugadores.**
- Permiten hacer el seguimiento y recompensar acciones o contribuciones.



# Ejemplos de tipos de puntos



Fuente: <https://medium.com/@priyanshishrivastava/gamification-summed-up-start-playing-ed9f740c9975>

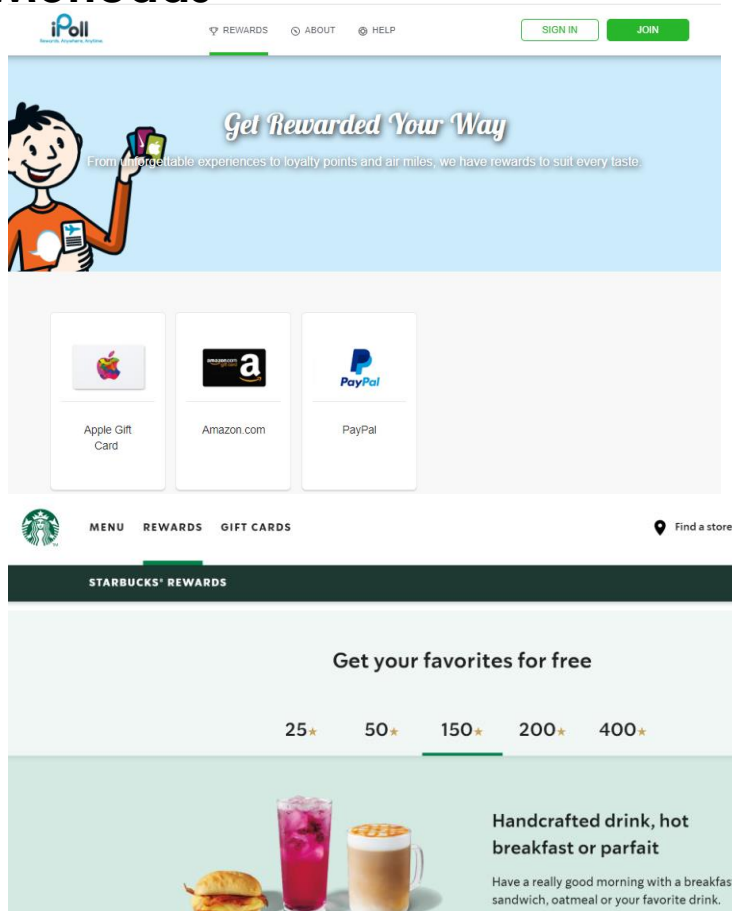
## Puntos de experiencia

## Puntos Compensables

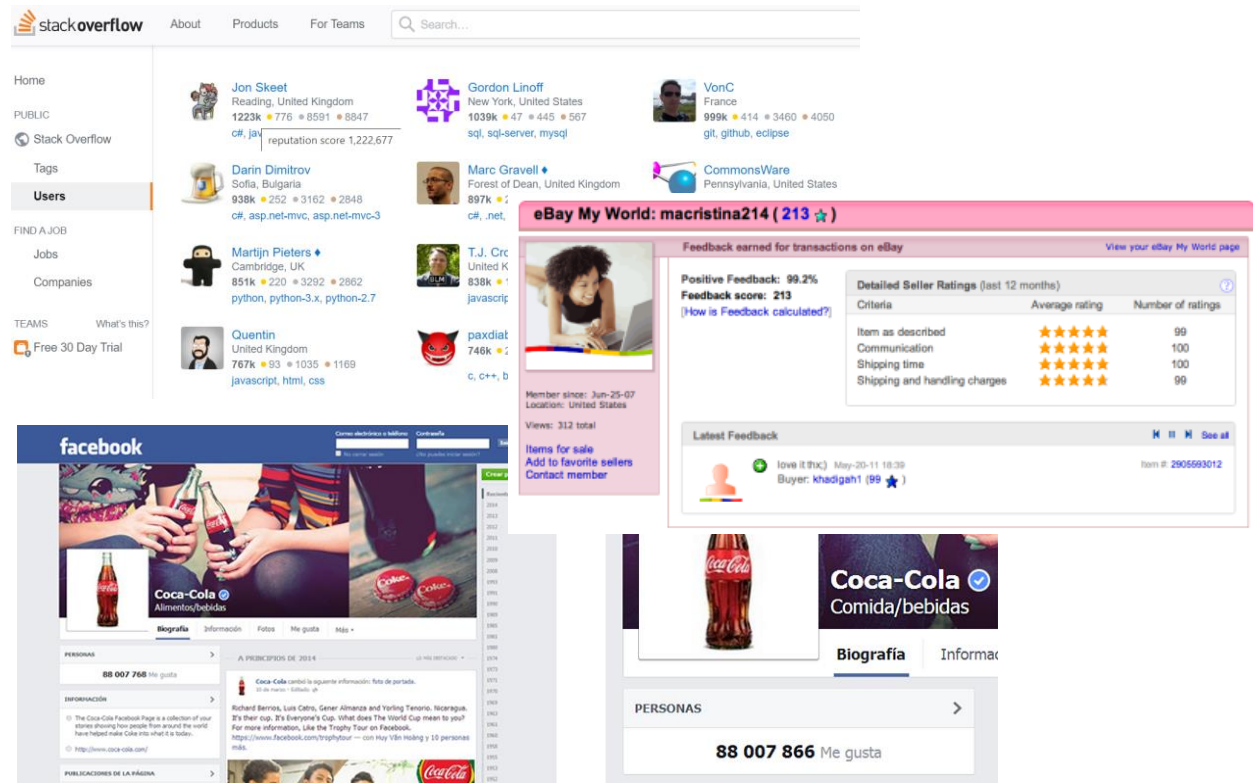


# Ejemplos de tipos de puntos

## Monedas



The iPoll Rewards Program interface features a header with navigation links for REWARDS, ABOUT, and HELP, along with SIGN IN and JOIN buttons. A central banner with a cartoon character says "Get Rewarded Your Way" and lists rewards like Stack Overflow, Tags, Users, FIND A JOB, Jobs, Companies, and TEAMS. Below this are three reward cards for Apple Gift Card, Amazon.com, and PayPal. The bottom section is titled "STARBUCKS® REWARDS" and includes a "Get your favorites for free" section with a progress bar showing 25, 50, 150, 200, and 400 stars. The 150-star segment is highlighted. Below the progress bar are images of Starbucks drinks and a description: "Handcrafted drink, hot breakfast or parfait. Have a really good morning with a breakfast sandwich, oatmeal or your favorite drink."



This block displays three examples of social reputation systems. The top example is the Stack Overflow user profile for "Gordon Linoff", showing a reputation score of 1039k and a list of tags. The middle example is an eBay seller profile for "macristina214", showing a feedback score of 213 and a table of detailed seller ratings. The bottom example is a Facebook profile for "Coca-Cola", showing a bio, a photo, and a list of posts.

Criteria	Average rating	Number of ratings
Item as described	★★★★★	99
Communication	★★★★★	100
Shipping time	★★★★★	100
Shipping and handling charges	★★★★★	99

## Puntos Sociales o Reputación

# Puntos

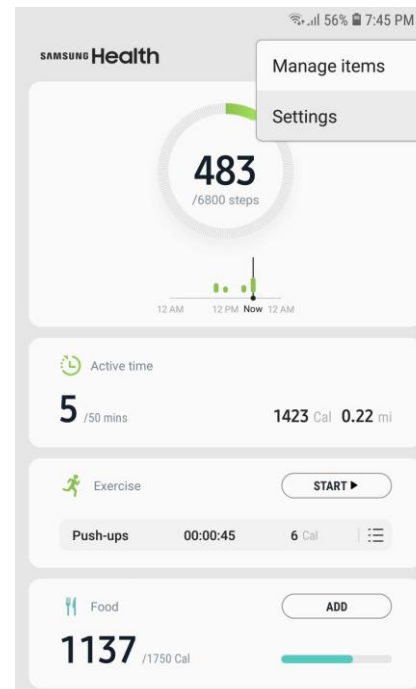
- ▶ Al momento de utilizar un sistema de puntos pueden surgir las siguientes interrogantes:
  - ▶ **Escala a utilizar.**
    - ▶ Se recomienda utilizar **grandes cifras**, puesto que estas transmiten mejor un **sentimiento de riqueza o poder**.
  - ▶ **Cómo se valoran los distintos logros con puntos.**
    - ▶ El sistema de recompensa debe ser proporcional a la dificultad de los logros.
    - ▶ Mayor dificultad → mayor número de puntos a ganar.

# Puntos

- ▶ Un recurso a la hora de utilizar puntos es dar un número pequeño al usuario, solo por el hecho de empezar a participar o usar el sistema.
  - ▶ De este modo por ejemplo si los puntos son canjeables se le da al usuario un sentimiento de capacidad de cambio. Esto se conoce como **efecto del progreso concedido**.

# Puntos

- Muchos de los sistemas gamificados actuales intentan conectar y soportar las metas **personales de los usuarios** mediante esta mecánica.



# Medallas

- ▶ Badges
- ▶ Son **representaciones gráficas de los logros** que se obtienen en el sistema gamificado.
- ▶ Normalmente son **coleccionables**, siendo esta una de sus **principales características**.
- ▶ **Fomentan el enganche de los usuarios al sistema**
- ▶ La mejor utilización de las medallas se da cuando **no son la recompensa final**, sino los **indicadores visuales de un progreso o logro determinado**.
  - ▶ En los juegos es importante que el esfuerzo esté alineado con los logros para mantener la motivación.

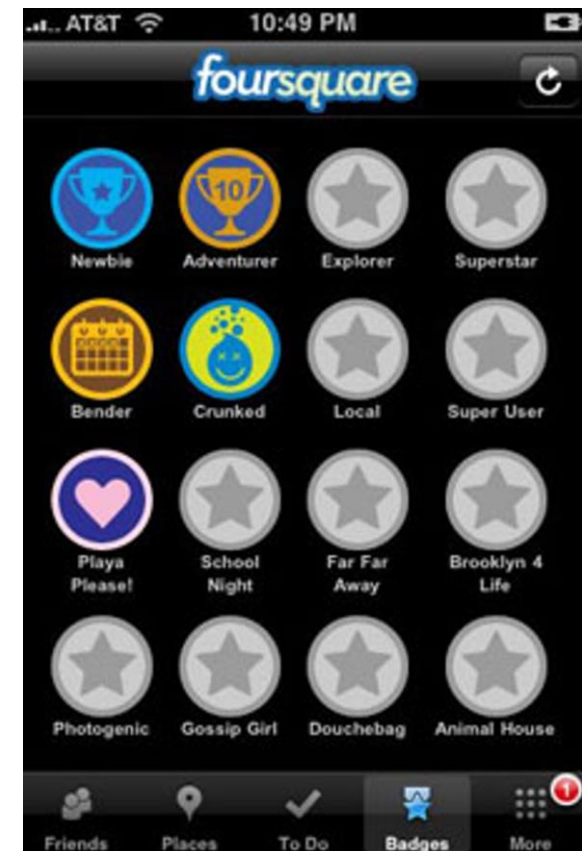
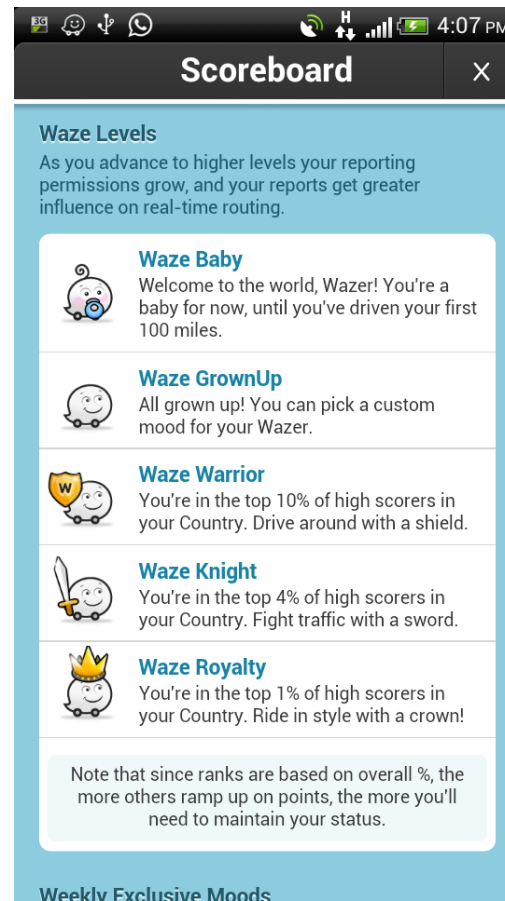
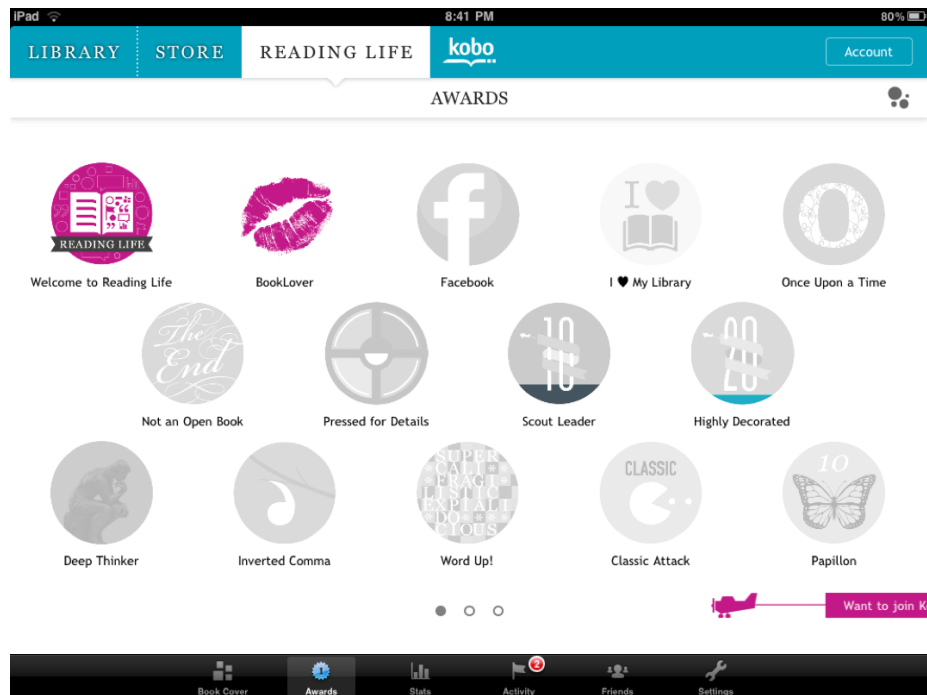
# Medallas

- ▶ Los diseñadores de juegos pueden crear infinidad de **emblemas distintos por la consecución de distintos logros en un mismo juego/sistema.**
- ▶ Se recomienda que **las medallas sean gráficamente vistosas** y que se puedan mostrar fácilmente al resto de usuarios en la interfaz del sistema gamificado.





# Ejemplos de Medallas



# Clasificaciones

- ▶ Leaderboards
- ▶ **Ordena de manera visual a los usuarios** de un sistema gamificado según la consecución de las metas propuestas.
- ▶ Cada participante puede ver **su nivel de desempeño en relación con los demás**.
- ▶ La principal ventaja de este elemento es que es **muy intuitivo y claro**.
- ▶ Al momento de diseñar e implementar esta mecánica en un sistema es importante tener en consideración la posibilidad de segmentar las clasificaciones:
  - ▶ **Área geográfica**
  - ▶ **Niveles del juego, etc.**

# Clasificaciones

- Se podrían dividir las clasificaciones según los siguientes tipos:

## Generales

- Abarcan todos los participantes del sistema.

## Entre amigos

- En la clasificación solamente se comparan con el usuario aquellos jugadores identificados, de un modo u otro, con él.

## En un período de tiempo

- Solo se puede aparecer en una clasificación en función de los logros conseguidos en un espacio de tiempo muy concreto.

## Centrados en el usuario

- Solo aparece el usuario en relación con un número concreto de otros usuarios (sobre 5 generalmente) tanto por arriba, como por abajo.

# Ejemplos de Clasificaciones

**GO BATTLE LEAGUE RANKINGS | SEASON 1**  
Last updated: Today at 12:20 PM

Rank	Trainer	Rank ID	Score	Total Battles
1	NIATrainer3	30	3179	674
2	TrainerNIA	30	3169	425
3	NIAIndigo	30	3115	400
4	GeorgeTrainerNIA	30	3114	545
5	Ace	30	3106	705

**NIKEFUEL THIS WEEK**  
MONDAY, SEPTEMBER 9 - SUNDAY, SEPTEMBER 15

**MY FRIENDS**

Rank	Name	Score
1	TAYLOR R.	6982 <sup>®</sup>
2	YOU	6453 <sup>®</sup>
3	CAROLINE B.	4963 <sup>®</sup>

**PEOPLE IN SAN FRANCISCO**

Rank	Name	Score
1	KRISTEN W.	9038 <sup>®</sup>
2	RYAN B.	9020 <sup>®</sup>

**Gamisfaction**  
Follow @gamisfaction 33.8K followers  
The best way to get to know and bring together your community on Twitter. Join Now!

**Rate this user:** 4.2 (5 stars) Login

**POINTS 18553**

**Followers' ranking Weekly**

User	RTs	#FF	Points	Interact
@Centro_Aproba	3	2	1	10
@viladarian	5	0	0	6
@sanaleman	0	1	0	3
@Juanfry81	0	1	0	3
@54JodieJodie	0	1	0	3
@Abeludo	0	1	0	3

**Last awards obtained:** 7K, 100K RT, 35K Followed, 281 Top RT

**Sign in Gamisfaction!**  
Sign in with Twitter

**New Gamisfaction Groups!**  
Amplify the viral effect of your tweets

# Otros componentes o mecánicas de juegos

## ► Retos y misiones:

- Serie de acciones a llevar a cabo por parte del jugador para conseguir un objetivo.
- Suele tener una recompensa
- Se puede dividir un gran objetivo en retos o misiones más pequeñas.

# Otros componentes o mecánicas de juegos

## ► Avatares

- **Representaciones personales y únicas de los usuarios.**
- En algunos casos el avatar puede mejorarse a medida que se avanza en los juegos como recompensa por la consecución de metas, superación de un nivel, etc.
- Se ha demostrado que los juegos que utilizan avatares para representar a sus jugadores provocan en estos **un mayor apego emocional**.



# Otros componentes o mecánicas de juegos

## ► Bienes virtuales

- Son **objetos o bienes intangibles** que los jugadores **compran o ganan** para utilizar en sus juegos en línea.
- Pueden ser de **varios tipos**, desde **vestidos, armas o decoraciones para hacer más atractivos los avatares con los que se juega**, o bien pueden ser **pistas, trucos o recursos para avanzar en los juegos** o para conseguir metas en los mismos.
- Se puede regalar bienes virtuales entre usuarios (gifting)





# Otros componentes o mecánicas de juegos

## ► Niveles:

- Motivan los juegos
- Son indicadores de progreso
- Permiten presentar nuevas misiones o desbloquear habilidades o recursos
- Se los nombra comúnmente con números pero se los puede nombrar según el contexto del sistema



# Ejemplo



# Dinámicas

- ▶ Los sistemas de juegos sistematizan sus diseños para captar la **motivación de los jugadores** convirtiendo esos deseos en unos **elementos sistematizados**, llamados **dinámicas**, y potenciarlos.
- ▶ Las dinámicas se basan en los deseos básicos de las personas: **reconocimiento, consecución de objetivos, capacidad de expresión, etc.**
- ▶ Las dinámicas pueden definirse como aquellos **patrones, pautas y sistemas presentes** en los juegos pero que no forman parte de ellos.

# Dinámicas

- ▶ Las mecánicas sin dinámicas podrían hacer que los jugadores cayeran en actividades rutinarias que les harían **perder el interés** por el juego.
- ▶ Los puntos y las medallas son mecánicas que se utilizan para motivar a los jugadores, sin embargo, **las dinámicas determinan cuando se deben conceder puntos** y con qué valor o cuando **desbloquear medallas**.
- ▶ Las dinámicas también deben controlar los tempos de la evolución de los jugadores dentro del juego.

# Dinámicas

- ▶ Las dinámicas en gamificación:
  - ▶ Recompensas.
  - ▶ Estatus.
  - ▶ Logros.
  - ▶ Autoexpresión.
  - ▶ Competición.
  - ▶ Altruismo.
  - ▶ Feedback.
  - ▶ Diversión.

# Recompensas

- ▶ Una recompensa es **algo de valor que se obtiene tras la realización de una acción** o la consecución de un objetivo.
- ▶ Las recompensas se traducen en:
  - ▶ Puntos
  - ▶ Medallas,
  - ▶ Paso a niveles del juego,
  - ▶ Bienes virtuales, etc.
- ▶ La mejor recompensa es **el reconocimiento y el estatus adquirido por el éxito del desempeño en el juego.**

# Tipos de Recompensas

## **Recompensas Fijas**

- El usuario conoce de antemano cuál será el premio que recibirá por conseguir un logro.
- Fomenta la fidelidad del usuario

## **Recompensas aleatorias**

- El usuario no conoce que premio conseguirá
- Proceso de vinculación mayor

## **Recompensas inesperadas**

- Recompensas no anunciadas
- Sentimiento de fortuna y satisfacción por el premio

## **Recompensas sociales**

- Recibir premios de los demás participantes
- Promueve la participación



# Estatus

- ▶ **Sentimiento de reconocimiento** por parte de terceros
- ▶ **Sentimiento de popularidad, prestigio, respeto**
- ▶ Factor de máxima importancia en sistemas de gamificación
- ▶ Se puede conceder estatus mediante:
  - ▶ Niveles,
  - ▶ Medallas,
  - ▶ Clasificaciones

# Logros

- ▶ **Conseguir algo con cierto nivel de dificultad** → **motivación**
- ▶ Se los pueden exponer como representaciones reales o virtuales de que se ha conseguido un objetivo.
- ▶ **Los logros se encuentran bloqueados** hasta que se realice un serie de acciones que materialicen un éxito.
- ▶ Es importante que el usuario pueda alardear sus logros.

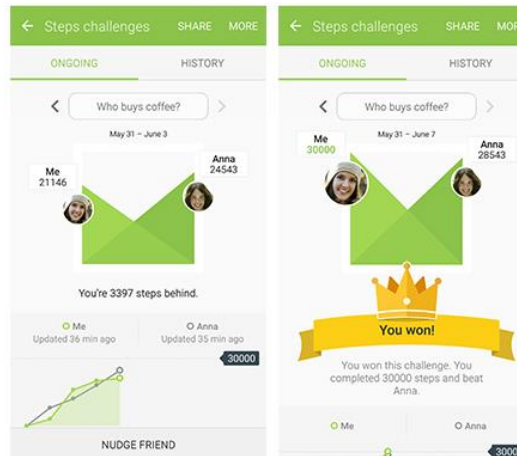
# Autoexpresión

- ▶ Los **usuarios** buscan diferenciarse del resto.
- ▶ Conseguir **autonomía e identidad particular**.
- ▶ Componentes como **bienes virtuales y avatares** permiten a los usuarios configurar su personalidad.



# Competición

- ▶ Comparar los propios resultados con los de los demás.
- ▶ La competición es un **factor de motivación** que puede generar mejores resultados.
- ▶ Debe encontrar un **equilibrio entre la competición y cooperación**
- ▶ Puede llegar a ser desmotivador si no se usa adecuadamente.



# Altruismo

- ▶ **Entrega de bienes o servicios a los demás** sin una compensación directa o prevista.
- ▶ En los sistemas gamificados el altruismo se convierte en un factor importante de **motivación y retención**.
- ▶ Recompensa social

# Feedback

- ▶ Permite **conocer el grado de cumplimiento o progreso**.
- ▶ Debe ser **percibido de manera inconsciente** por el jugador salvo donde sea explícito, por ejemplo, se consigue un logro o se recibe una recompensa.
- ▶ Debe ser continuo pero oportuno.
  - ▶ No sobrecargar de retroalimentación al usuario.

# Diversión

- ▶ Un sistema gamificado debe poseer elementos de diversión que permitan tener:
  - ▶ Sentimiento de victoria
  - ▶ Resolución de problemas
  - ▶ Deseos de exploración
  - ▶ Trabajo en equipo
  - ▶ Imaginación
  - ▶ Relajamiento, etc.



**Table 1.1** Human desires X game mechanics (Bunchball.com 2010)

Game Mechanics	Human Desires					
	Reward	Status	Achievement	Self Expression	Competition	Altruism
Points	●	●	●		●	●
Levels		●	●		●	
Challenges	●	●	●	●	●	●
Virtual Goods	●	●	●	●	●	
Leaderboards		●	●		●	●
Gifting & Charity		●	●		●	●



Suitable mechanic



Most suitable mechanic

# Estética

- ▶ La gamificación recrea una estética concreta donde los elementos de juego generan una **experiencia motivadora**.
- ▶ La estética del juego se refiere a los **fenómenos sensoriales** que el usuario encuentra en el juego (visual, auditivo, háptico y personificado).
  - ▶ **Percepción sensorial.**
- ▶ La estética del juego es una expresión del juego experimentado como placer, emoción, sociabilidad, perdón, etc.
  - ▶ **La experiencia estética.**

# Estética

- ▶ La estética está relacionado con el ámbito de las experiencias:
  - ▶ **Sensación:** Placer empírico
  - ▶ **Fantasía:** Fantasía o recreación
  - ▶ **Narrativa:** Relato
  - ▶ **Reto:** carrera de obstáculos
  - ▶ **Descubrimiento:** mapa por descubrir

# Bibliografia

- ▶ Teixes Argilés, F. (2015). Gamificación: motivar jugando. Editorial UOC.  
<https://elibro.net/es/ereader/espoch/57871?>
- ▶ Teixes, F. (2015). Gamificación: fundamentos y aplicaciones. Editorial UOC.  
<https://elibro.net/es/lc/espoch/titulos/57758>