

FICHA DEL JUEGO:

Título: FASHIONLAND.

Género: Juego de vestir infantil.

Audiencia: Público Infantil (0-8 años).

Plataforma: Para web y dispositivos móviles.

Modos de Juego: Existen dos modos de juego, Un Jugador y el Multijugador (dos jugadores)

Temática: Ocio, Moda.

DESCRIPCIÓN DEL JUEGO:

FASHIONLAND es un Juego infantil para vestir muñecos.

En un vestidor por defecto aparece un muñeco-modelo aunque el jugador puede seleccionar otro distinto.

Las prendas están clasificadas en cuatro grandes grupos:

- Artículos para la cabeza (gorros, gafas, mascarillas...) exclusivos entre sí.
- Artículos para la parte superior del cuerpo (jerseys, sudaderas, camisetas de deporte...)
- Artículos para la parte inferior del cuerpo (pantalones, faldas...)
- Zapatos.

Puede seleccionar una prenda y de forma inmediata se incorpora al muñeco-modelo. Puede ir así vistiendo y cambiando la vestimenta elegida.

Cuando el jugador considere que ya tiene el aspecto final, debe dar por finalizado el modo diseño y pasa a recibir su recompensa.

Modo Un Jugador:

Se considera que el muñeco-modelo está completamente vestido cuando posee un artículo de cada grupo, y siempre recibirá la copa de oro, o número 1.

Si no está completamente vestido recibirá la copa de plata o número 2.

Modo Multijugador:

Primero aparece el muñeco-modelo 1, que será vestido por su jugador, cuando este considere que ya tiene la vestimenta según su gusto, dará paso al segundo jugador. Este tras seleccionar los artículos dará click al botón de finalizar. Entonces aparecerán las copas de premios y clasificación. En caso de empate, de forma aleatoria se darán las copas oro y plata.

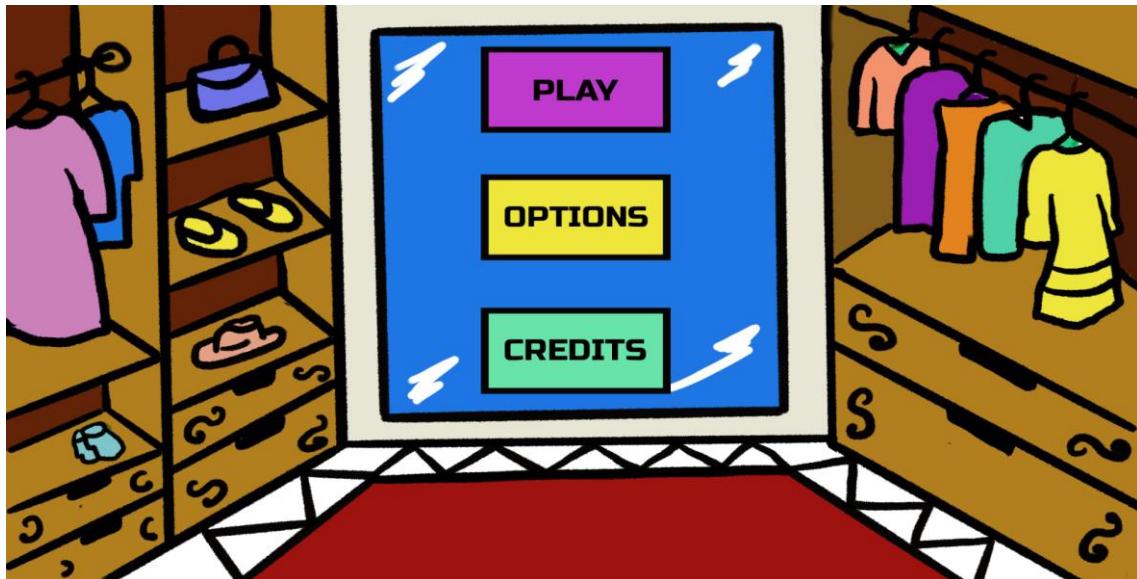
INTERFAZ, MENÚS Y TUTORIAL DEL JUEGO:

El interfaz es bastante sencillo. Se presentan distintas escenas, en la que destacan los botones con las acciones a realizar.

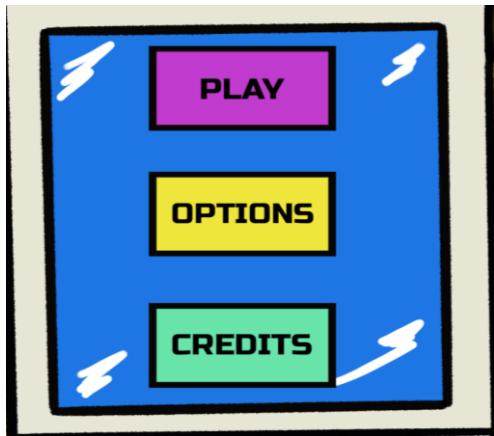
La pantalla principal que incita a jugar se compone del título del juego, FashionLand, y la orden de Click para comienzo del mismo.



Una vez pulsado el Click, pasamos al menú principal:



En este menú destacan tres botones centrales:



En el botón de Créditos/Credits, se da la información del Juego, tanto autor como correo de contacto.



Con el botón Opciones/Opción, podemos alterar parámetros de configuración. En este caso el idioma (español/inglés):



El botón de Jugar/Play, nos permite seleccionar el modo de juego.

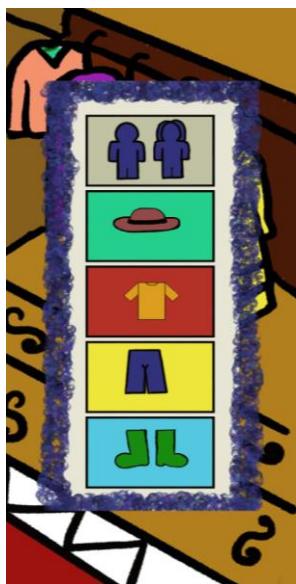
SINGLE PLAYER/ UN JUGADOR - Un único Jugador;

MULTIPLAYER/MULTIJUGADOR: Dos jugadores;

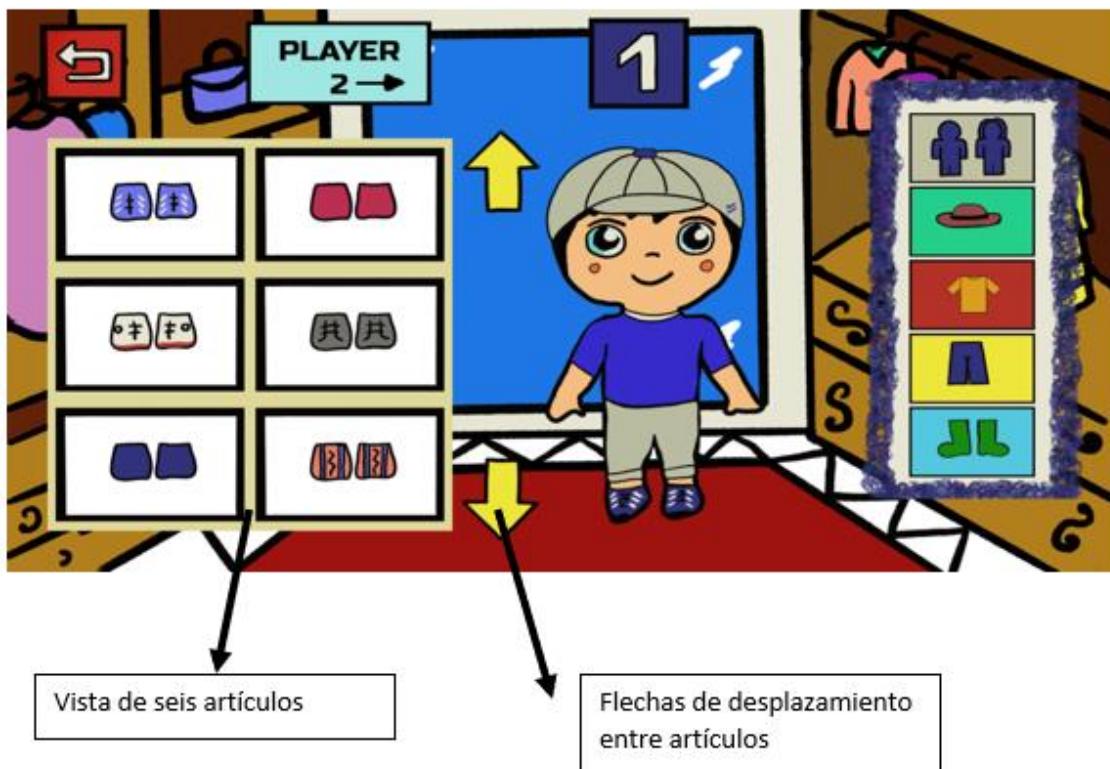


La pantalla de Juego, Vestidor, tiene varias áreas a destacar:

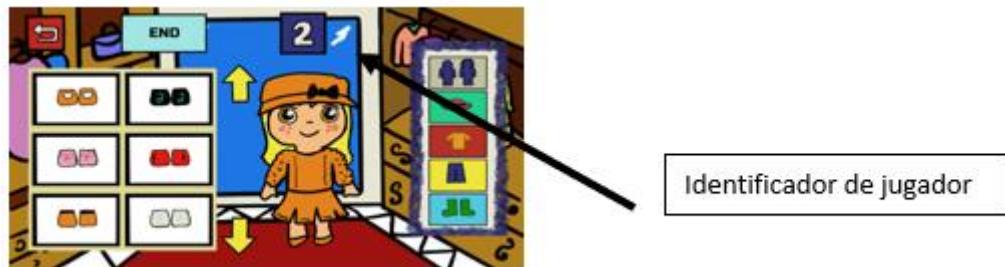
Zona de selección de muñeco-modelo, de artículo para cabeza, de artículo para parte superior del cuerpo, artículo para parte inferior y finalmente calzado.



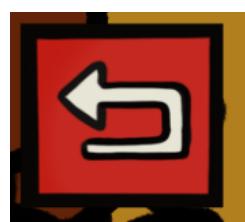
Al seleccionar uno de estos botones se exponen en la parte izquierda seis distintas opciones aunque para ver más opciones nos podemos desplazar mediante las flechas que aparecen junto a estas.



En la parte superior se muestra el Identificador de jugador, útil para el caso de Modo Multijugador.



Si el jugador desea salir tiene el botón para volver al menú principal en la parte superior izquierda de la pantalla.



Si el jugador considera vestido a su muñeco-modelo puede pulsar el botón fin.



Otros botones de interés son los que permiten pasar al otro jugador en el caso de Multijugador.



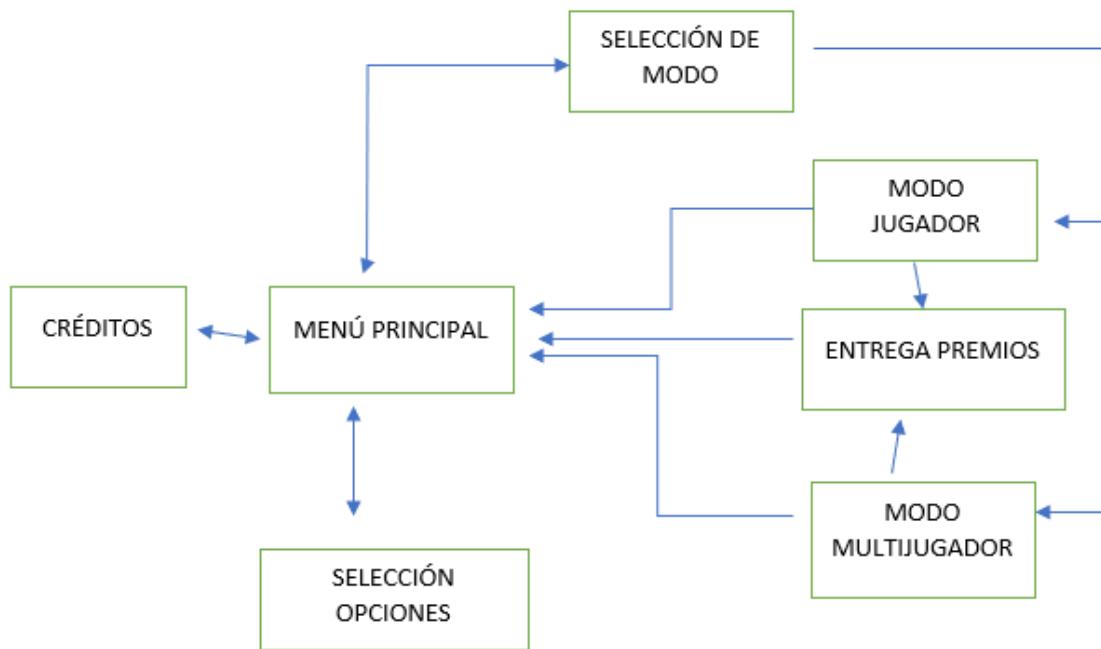
Por último la escena final, donde aparecen los muñecos-modelo con el premio correspondiente.



CONTROLES

En el ordenador se utiliza el ratón y en los dispositivos móviles usando la pantalla táctil.

FLUJO DEL JUEGO:



EXPERIENCIA DE USUARIO:

Dado que el jugador pertenece al público infantil, es un jugador Casual, sin altas pretensiones en el juego, solo pasar un momento de entretenimiento y disfrute (será suministrado por el adulto el dispositivo).

MÚSICA:

Se ha creado una música específica para el juego

MAPA DE EMPATÍA DEL USUARIO:

“FashionLand” es un juego dirigido al público infantil.



Los niños son inquietos por naturaleza y se hace complicado centrar su atención. Deben ver en el juego un elemento cercano a ellos. Las ilustraciones deben ser de líneas sencillas, los objetos de colores vivos y de gamas básicas.

Además tienen una profunda necesidad de experimentar ellos mismos e imitar actitudes.

El juego les proporciona la capacidad de elegir prendas, de vestir a los muñecos, e incluso tener la opción de diseñar ellos mismos. Esto les produce satisfacción y buscan en los mayores el reconocimiento. En ningún caso se quedan sin premio por lo que su esfuerzo se encuentra siempre recompensado por medio de la entrega de copas al final.

ESTILO ARTÍSTICO:

El juego es una adaptación digital de los juegos de los sesenta de muñecas recortables.

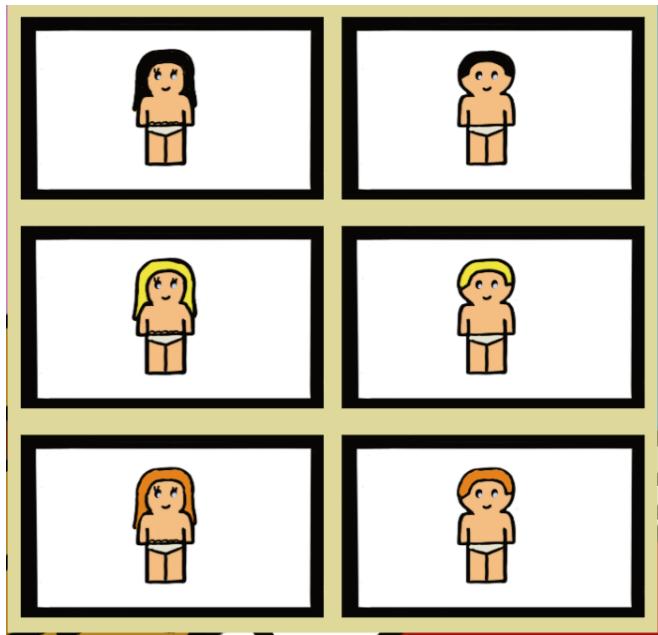


El diseño es una recreación de pinturas infantiles, basadas en trazos irregulares, con desiguales contornos y gama de colores fuerte. Se muestra cierta influencia del mundo “cómic”.

Los personajes, muñecos-modelo, integran el estilo del juego clásico, con influencia de dibujos anime de la actualidad y finalmente el matiz “dibujo infantil” mencionado anteriormente.



Con este modelo, se generan los otros personajes, variando aspectos físicos básicos como pelo, color de ojos y tono de piel.



El escenario elegido es un vestidor, con alfombra roja (por influencia de las galas de cine) y adaptado en proporciones y colorido.



MODELO DE NEGOCIO

El juego en un primer momento se presenta como freemium. Por defecto permite vestir con diferentes artículos a los muñecos-modelo. Se trata de captar al mayor número de potenciales usuarios, y dado que es un juego infantil, es más proclive a que los padres accedan a que sus hijos jueguen con él sin coste alguno. (CAPTACIÓN)

Para la sostenibilidad del proyecto del videojuego en un periodo de dos años:

Lanzamiento de actualizaciones mensuales incorporando nuevos artículos al vestidor (“pack-pasarela”) con seis nuevas equipaciones completas gratuitas.

Microtransacciones: Dada la “estacionalidad” de la vestimenta, por ejemplo bañadores para verano frente a ropa de abrigo para invierno, “eventos” que permiten artículos temáticos, por ejemplo Halloween o Navidad, o “periodos de rebajas” entre otros, el usuario pagará por la obtención de estos. Este “pack-premium” estará disponible por 2,99 euros. Habrá uno cada mes.

Season Pass: Pago de cuota mensual de 1,99 euros, que permite obtener de forma gratuita el pack-premium. (FIDELIZACIÓN)

Donaciones: El usuario puede donar la cantidad que quiera, y si es superior a 10 euros puede enviar un diseño y este se incorporará al vestidor de “FashionLand”. Se da flexibilidad en el pago, pudiendo hacer donaciones a través de Patreon, y aceptando pago con Bitcoin y Ethereum.

Publicidad (Ads): El juego podrá mostrar tanto publicidad intrusiva como no intrusiva. Podrá mostrar marcas de ropa, mención a diseñadores, o de otros productos incorporándolo en el diseño del artículo seleccionado, como patrocinador en las copas de premio final de juego. Además habrá beneficios por clicks en determinadas marcas.

MARKETING:

El juego se publicitará en distintas redes sociales (Twitter, Instagram...). También se puede hablar con centros infantiles para aprovechar la dinámica de aprendizaje para vestirse de los niños haciendo una demostración del juego. Esto facilitaría el boca a boca (“Word of Mouth”).

(Según datos de la Comunidad de Madrid, en el curso 2020/2021 se matricularon 94.758 alumnos en escuelas infantiles).

MÉTRICAS:

Se analizará qué artículos son los más elegidos por los usuarios, dando así las pautas para el diseño de futuros artículos (por ejemplo, una mayor elección de uniformes o de un tipo específico de ropa deportiva...)

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de valor	Relación con Clientes:	Segmentos de Cliente
Influencers. Centros educativos. Editoriales, empresas dedicadas al mundo infantil.	Presentación y demostraciones de juego. Lanzamientos de packs. Inclusión de diseño de usuario.	Estética diferente. Fomento de creatividad en usuario. Facilidad de uso. Escalabilidad. Posibilidad de mejoras y actualizaciones.	Seguimiento y análisis de uso del juego. Seguimiento de “diseñadores”. “Alertas” en redes avanzando los “pack premium”	Público infantil
	Recursos Clave Mantener el compromiso de actualización de juego. Conocimiento del mundo infantil.	Apertura a nuevos conceptos (vestir mascotas...)	Canales Distribución en Redes. Difusión en editoriales, revistas infantiles, catálogos de moda infantil	
Estructura de Costos Sueldos y salarios: 1 trabajador Suministros: Telecomunicación, energía. Gastos de Publicidad. Licencias. Impuestos		Fuente de Ingresos -Donaciones -Compras del <u>season pass</u> y de los packs premium -Publicidad dentro del juego		