




GAMEBOARD

Creemos en un mundo donde las personas prefieren jugar

A large group of people, mostly men, are gathered in a theater or auditorium. Many of them are wearing red t-shirts with a logo. They are all smiling and have their hands raised in the air, some making peace signs. The atmosphere is celebratory and energetic. The text is overlaid on the center of the image.

Estoy aquí, agradecido
Creo en un mundo donde las personas
prefieren jugar!



Gamification no es...

- “Jugar jueguitos en el celular”
- Un sistema de afiliación.
- Agregar puntos a un sistema.
- Algo para no tomar en serio

A man with a beard and short brown hair is shown from the chest up, wearing a blue denim shirt. He is holding a white video game controller with both hands, looking intently at the screen (not visible). The background is a blurred living room with a white bookshelf and a lamp.

Gamification

Traer todos los elementos de un juego a un ambiente que no es de juego, para cumplir un objetivo o cambiar un comportamiento.

Para qué se esta usando?

- Atraer y retener audiencias y clientes a una marca.
- Animar a la gente a realizar tareas que consideran aburridas.
- Minimizar los tiempos de adopción de productos o servicios.
- Cumplir objetivos
- Cambiar comportamientos

Estadísticas importantes

- Estados Unidos, Canada y Europa han invertido en 2018, 6,000 millones de dólares en Gamification en Educación.
- Los niños pasan la misma cantidad de tiempo jugando video juegos que en el colegio de 1ero básico a 5to bachillerato.
- 50% de los procesos de las empresas mas grandes en el mundo ya están gamificados.

Eso es cosa de niños...

- Hay 100 millones de jugadores habituales en el planeta
- Generando 215 millones de horas cada día a jugar.
- El 29% de los jugadores tiene más de 50 años y el perfil del jugador medio es el de una mujer de 37 años de edad.
- Los 30's son la edad mas productiva en el ser humano, hasta los 50.
- El 70% de los empleados están desmotivados, pero la Gamification puede incrementar la motivación en un 30%.

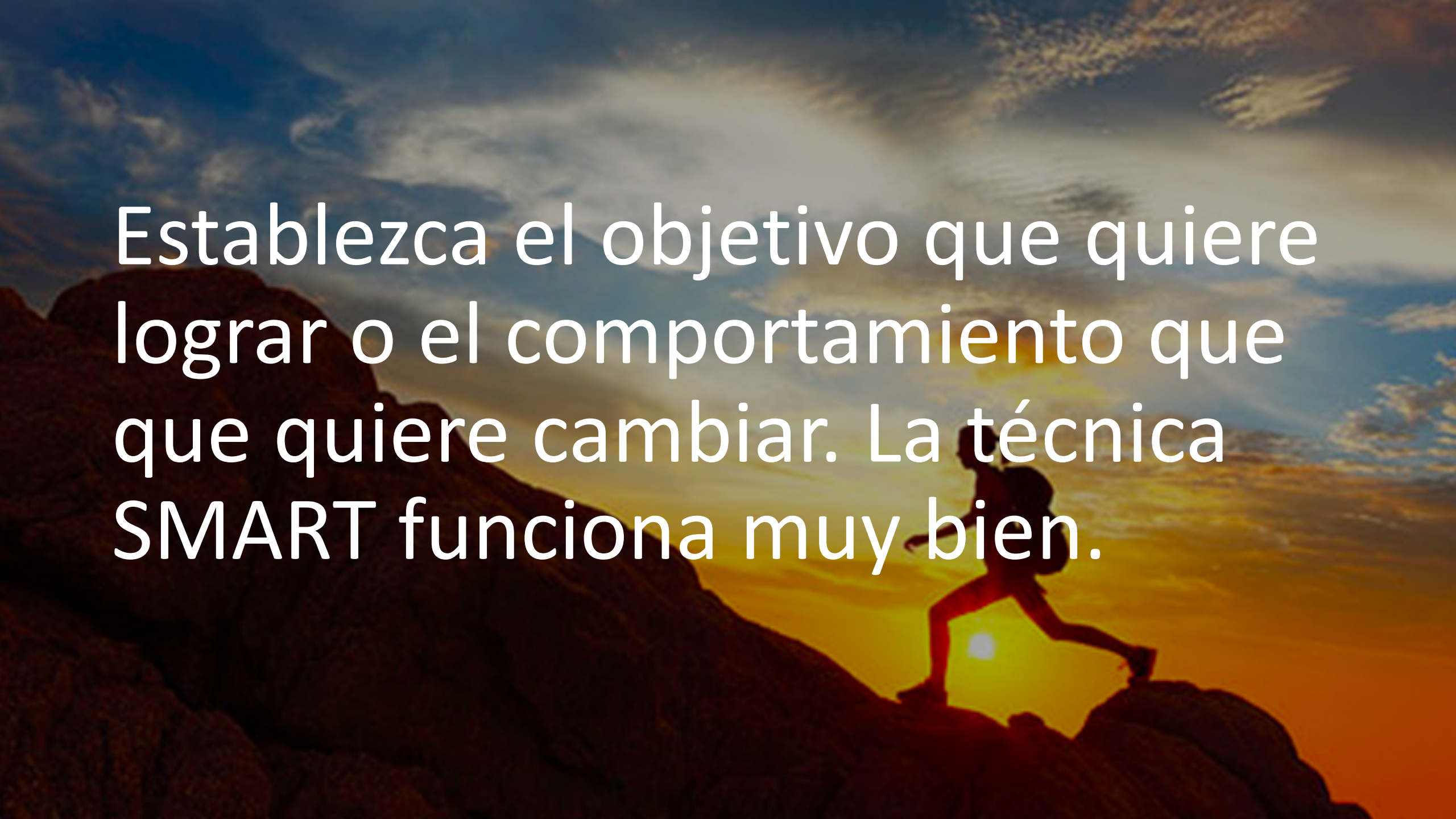


Mi favorita

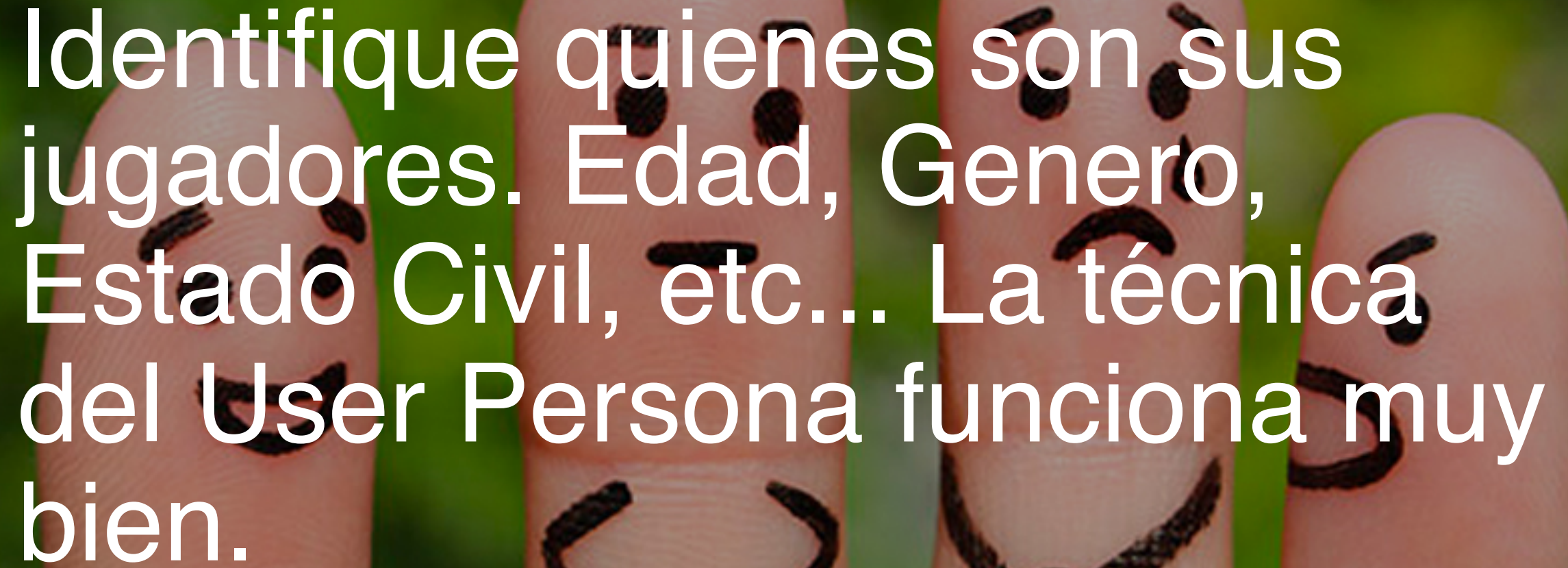
- El 80% de la fuerza laboral del mundo son Millineals.
- Nacidos entre 1981 y 1996, Entre 38 y 23.
- **LOS MILLENIASL Y TODAS LAS GENERACIONES SIGUIENTES, CREEN QUE EL MUNDO LES DEBE ALGO.**
- Se preguntan todo el tiempo “Si hago esto, que recibo a cambio”
- Buscan el reconocimiento constante.

A woman in athletic wear is shown in profile, running or jogging. The background is dark with vibrant, ethereal lighting in shades of red and blue, creating a dynamic and energetic atmosphere. The text is overlaid in the center of the image.

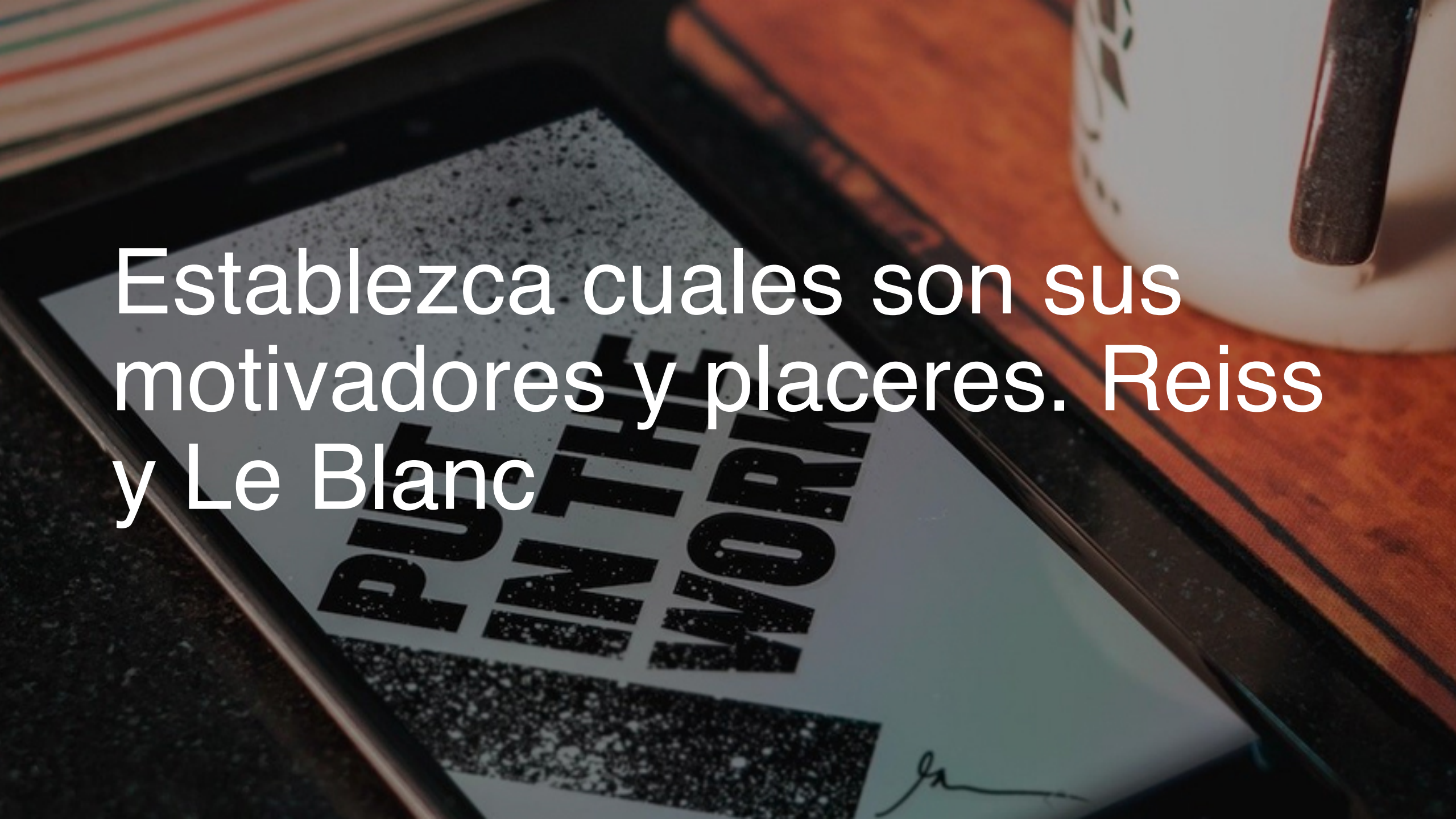
**Quiero Gamificar, como
empiezo?**

A silhouette of a hiker with a backpack is shown in the process of climbing a rocky mountain peak. The hiker is positioned on the right side of the frame, with their body angled towards the left. The background is a dramatic sky at sunset or sunrise, with a bright sun low on the horizon, creating a golden glow. The sky transitions from a deep orange near the horizon to a pale blue at the top, with wispy white clouds scattered throughout. The overall mood is one of perseverance and achievement.

Establezca el objetivo que quiere lograr o el comportamiento que quiere cambiar. La técnica SMART funciona muy bien.

The image shows four fingers from a hand, each with a simple face drawn on it using black ink. The faces have different expressions: the first is smiling, the second is neutral, the third is frowning, and the fourth is smiling. Each finger also has a different accessory drawn on it, such as a necklace or a bracelet. The background is a solid green color.

Identifique quienes son sus jugadores. Edad, Genero, Estado Civil, etc... La técnica del User Persona funciona muy bien.



Establezca cuales son sus
motivadores y placeres. Reiss
y Le Blanc

Motivadores de Reiss

- Aceptación
- Contacto Social
- Status
- Poder
- Honor
- Idealismo
- Familia
- Alimento
- Sexo / Amor
- Orden
- Independencia
- Tranquilidad
- Venganza
- Ahorro
- Curiosidad
- Actividad Física

**PUT
IN THE
WORK**

Ja

Placeres de LeBlanc

- Reto
- Comunidad
- Expresión
- Exploración
- Fantasía
- Narrativa
- Sumisión
- Sensación

“El placer de jugar, es lo que nos impulsa a adquirir conocimientos, a evolucionar nuestras capacidades y a aprender nuevas competencias.”

Relación Motivadores y Placeres



Hora de diseñar

- El proceso gamificado se divide en dos:
 - Mecánicas: Es el proceso de registro de la actividad del usuario.
 - Dinámicas: Es la forma, secuencia, importancia, valor y el diseño de las actividades que el usuario va a realizar.

Diseño de las Dinámicas

Según la Teoría de la autodeterminación se deben (*o deberían*) cumplir cuatro condiciones básicas:

- **Relación:** Debe existir una interacción entre los (diálogo, expresión, cooperación, competición, grupos, asociaciones...).
- **Autonomía:** Que les permita sentirse libres para decidir, indagar, explorar, probar y fracasar.
- **Maestría:** Es necesario una mejora, aumento o modificación de los niveles de dificultad para poder ofrecer nuevos aprendizajes o adquisición de competencias a los usuarios.
- **Propósito:** Una experiencia sin un propósito claro deja de ser útil y sobre todo, conduce a los usuarios a abandonarla.



Relación Placeres y el RAMP

Diseño de las Mecánicas

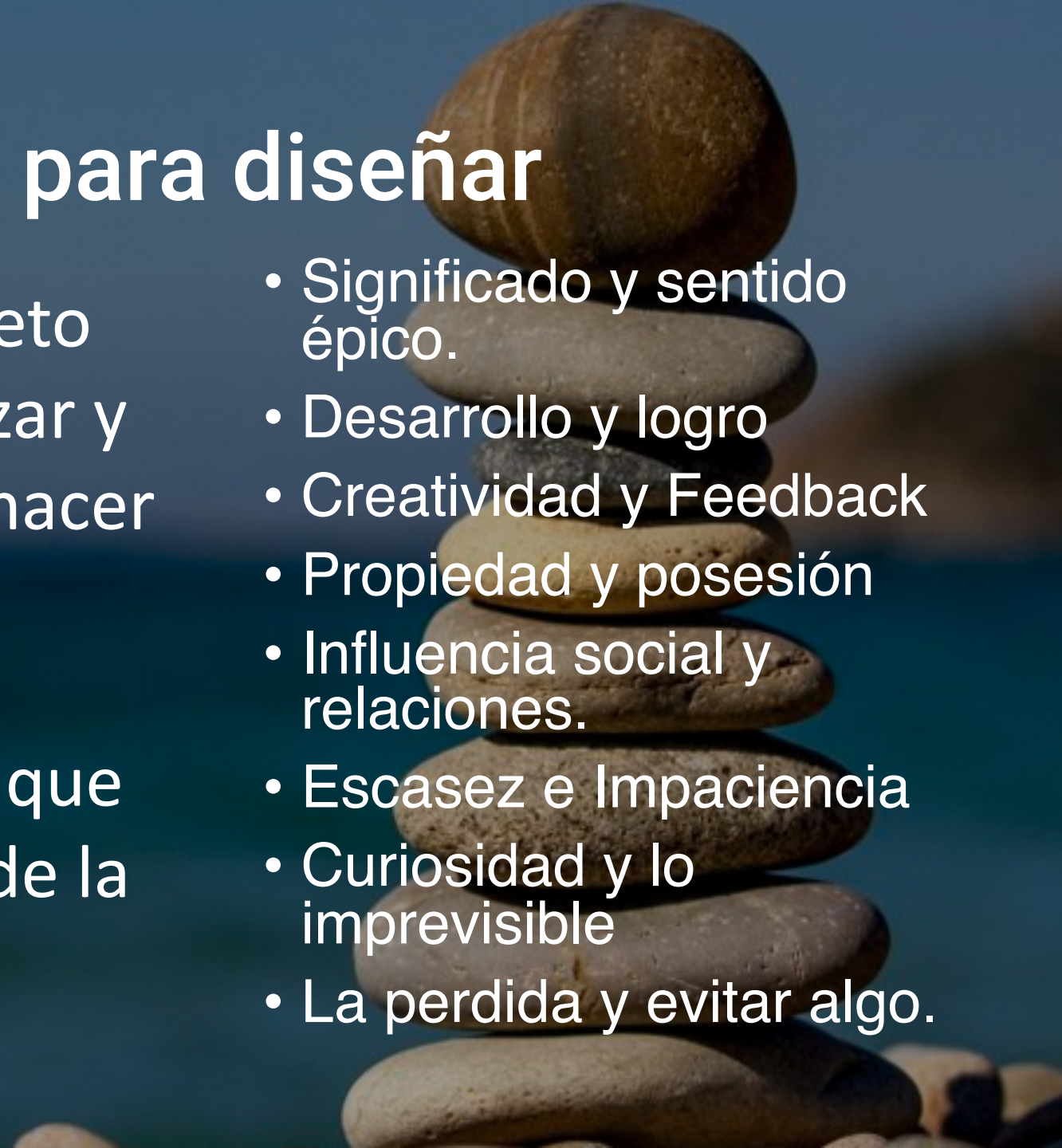
- Es el eje central sobre el que gira la experiencia basada en juego.
- Conecta a los elementos con los usuarios y permite que se establezcan las dinámicas.
- Son verbos compartir, encontrar, ayudar, modificar, ocultar.... Son las acciones mecánicas del jugador.
- Aquí se agregan los puntos, los niveles, los badges ... en resumen se registran los datos de las jugadas.

Octalysis, Equilibrio para diseñar

Establece un marco completo de gamificación para analizar y construir estrategias para hacer un juego divertido.

Este marco se basa en ocho elementos o núcleos que intervienen en el proceso de la gamificación.

- Significado y sentido épico.
- Desarrollo y logro
- Creatividad y Feedback
- Propiedad y posesión
- Influencia social y relaciones.
- Escasez e Impaciencia
- Curiosidad y lo imprevisible
- La pérdida y evitar algo.



Premiar y probar

- Los premios son de dos tipos: Intrínsecos y extrínsecos.
- Establezco los premios por
 - Nivel
 - Reto
 - Insignia
- Busco mantener el Flow (Como mantengo al usuario enganchado a mi juego)
- Pruebo mi juego con una muestra controlada

Conclusiones

- Debo establecer que quiero lograr antes de gamificar.
- Debo conocer a mis jugadores
- Debo entender que los motiva o los mueve
- Debo permitirles Relacionarse, Decidir, Progresar y Mejorar.
- Debo diseñar mi juego balanceado.
- Debo probar mi juego.
- NO ES SOLO AGREGAR PUNTOS. 😊



www.gameboard.tech

Guatemala

Vía 4 1-00, Zona 4, Edificio Campus
Tec II, Guatemala 01004

Estados Unidos

12234 SW 123 PL, MIAMI, FL
33186.