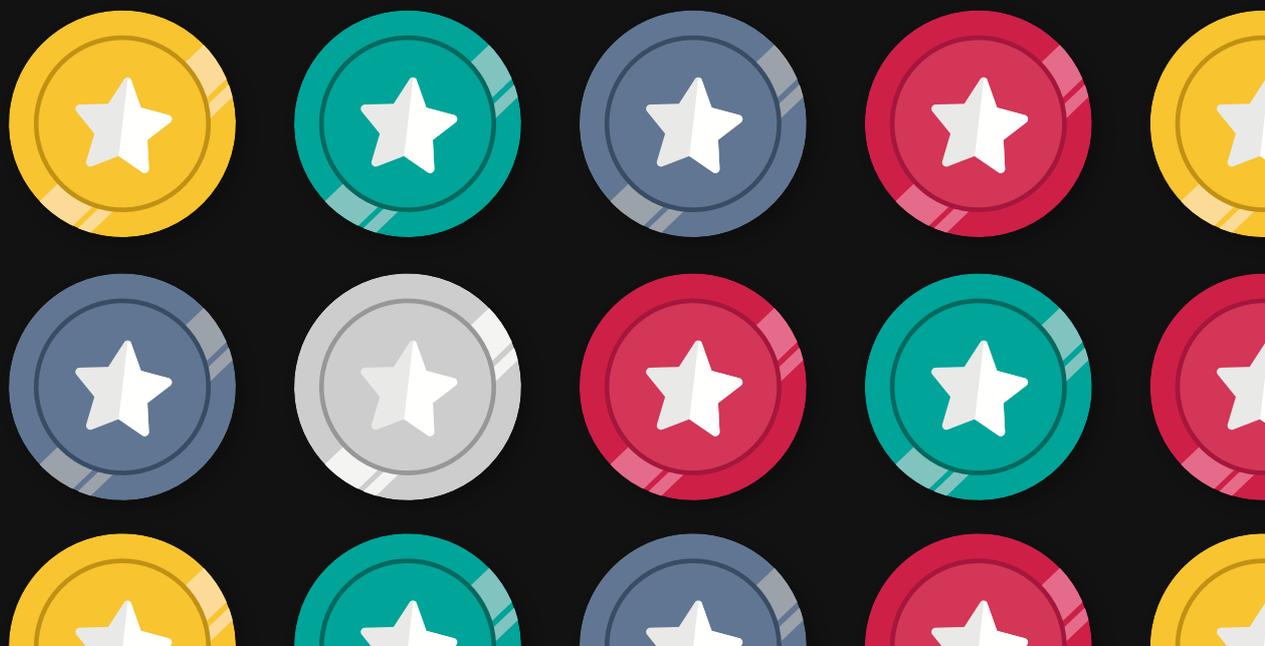




5 MECÁNICAS DE GAMIFICACIÓN

Ebook Vol. 2. 2017



5 MECÁNICAS DE GAMIFICACIÓN

Ebook Vol. 2. 2017 elaborado por Vanadis

En este breve ebook analizaremos cinco mecánicas que se pueden utilizar a la hora de realizar una gamificación, no son las únicas ni las más importantes ya que la elección de las mecánicas a utilizar depende de la realización de un análisis pormenorizado de las necesidades del cliente, en nuestras consultorías analizamos qué busca el cliente y vemos las mecánicas que mejor pueden adaptarse a la necesidad.

Encontraremos que la elección de puntos, medallas y niveles suele elegirse prácticamente en todas las soluciones gamificadas. Aquí las veremos, pero hay que entender que no son obligatorias e incluso en ocasiones podemos y debemos prescindir de su uso. Las preguntas que tenemos que hacernos a la hora de incorporar una mecánica sería. "¿En que me ayuda esta mecánica?", "¿Me es realmente necesaria?". No se trata de incorporar mecánicas en una especie de "fiesta de las mecánicas" donde al final nos encontremos con un galimatías inabarcable de mecánicas que no nos servirán nada más que para emborronar la gamificación.

Pete Jenkins nos recordó en las pasadas GWC2016 "Keep it simple" cuando hablaba sobre las gamificaciones, si es simple y nos cubre la necesidad que buscamos, entonces es un éxito.

Christiam Romera

Psicólogo cognitivo conductual y experto gamificador en Vanadis



vanadis[®]

01. Puntos

02. Badgets

4

03. Niveles

04. Misiones

05. Retos

Conclusión

01. Puntos

Esta mecánica es una de las que suele estar más presentes en cualquier gamificación, los puntos son la manera más sencilla de dar soluciones a diferentes necesidades que tiene una gamificación.

- **Generadores de KPIs:**

Los puntos son una forma estupenda de convertir aquellas acciones que entrarían en categorías de intangibles en KPIs medibles, ya que asignamos puntos a acciones en las aplicaciones y las podemos premiar de mejor forma siempre que veamos que son conductas que interesan a nuestro cliente.

4

- **Forma de dar feedback del uso:**

Los puntos nos sirven para premiar las acciones de los usuarios y estos, con los puntos, se dan cuenta de las conductas que son más premiadas y que por lo tanto conviene repetir.

- **Sentido y progresión:**

Mediante los puntos damos sentido a las acciones de los usuarios y proporcionamos una sensación de progreso.

La estructura y dinámicas que llevarán los puntos también pueden variar. Veamos algunos ejemplos:

- **Acumulado Vs Hitos:**

La referencia de progresión puede ser simplemente por el acumulado, el que tiene más puntos está por encima de otro con menos; o funcionar por hitos, al llegar a ciertas cantidades (100, 200, 500, etc.). Cuando se hace esto se suele asociar con badges o niveles.

- **Distribución de los puntos:**

Los puntos pueden estar en un solo acumulado o en diferentes botes dependiendo de la necesidad, del origen de los puntos o cualquier otra variable de interés.

- **Finalidad de los puntos:**

Tenemos que definir la finalidad que tienen los puntos, puede ser marcar la progresión, o marcar las amonestaciones, la carga de trabajos asignados, o cualquier dirección que queramos marcar.

- **Progresión o sustracción:**

Podemos tener un sistema de puntos que sea ascendente o descendente. Empezar de cero e ir creciendo hasta el infinito o empezar con una cantidad a la que se le va sustrayendo.

Acabamos de ver las posibilidades que tenemos con los puntos, es necesario realizar un buen análisis durante la consultoría para ver en qué forma o método nos puede ayudar de mejor manera a nuestro propósito.



02. Badgets



Los badges se identifican con medallas o logros e igual que junto con los puntos nos pueden dar un abanico de opciones de solución según la necesidad que tengamos.

- **Generadores de KPIs:**

Las medallas, como los puntos, son generadores de KPIs ya que su logro se determina por la realización de determinadas acciones que son de utilidad al cliente. Logramos una medida para nosotros y una referencia al usuario que sabe que esas son las conductas que se esperan de él y se le van a premiar.

- **Forma de dar feedback del uso:**

Las medallas son una forma más clara y directa de recompensa que los puntos, los puntos son una referencia, pero una medalla ya tiene una explicación, una narrativa, premia algo concreto y puede dar un sistema de categoría de premio (Oro, Plata, Bronce por ejemplo).

- **Sentido y progresión:**

La misma idea que con los puntos, da un sentido a las conductas de los usuarios y una sensación de progresión. El uso de categorías invita al usuario a seguir repitiendo la acción para ver si logra la siguiente categoría de premio.

Para configurar las dinámicas que tendrán las medallas o hitos podemos hacernos algunas preguntas:

- **¿Qué medalla elijo?**

Medallas que en su explicación definan claramente la acción que se pretende premiar. También se puede dar una medalla cuyo título sea algo más metafórico, pero que en la explicación de la misma quede bien claro qué es lo que se premia. En otras ocasiones, los logros que se dan son más una recompensa a un hecho anecdótico una forma de premiar lo especial que es esa persona.

- **¿Qué pretendemos premiar?**

A la hora de premiar conductas hay que identificarlas y ahora ver a cuales de ellas se les debería asignar medallas. Dentro de Apps se suele seguir el Standard Engagement Metrics que implica el tiempo en la aplicación, número de acciones, dirección de las acciones, tiempo en cada sección, entre otras que puedan servir para fidelizar al usuario.

- **¿Qué cantidad de medallas es necesaria?**

El número de medallas puede variar infinitamente. En muchos videojuegos vemos gran variedad de logros separados unos de otros y que premian la investigación y las acciones peculiares dentro del juego. Si nuestro fin es que dediquen tiempo y exploren la aplicación ésta forma es funcional, pero si queremos puntuar acciones más concretas o que se repitan en el tiempo la mejor opción es poner menos medallas pero con más categorías.

- **¿Que categoría tendrán las medallas?**

Elegir las categorías que tendrán las medallas nos ayuda a definir las conductas que queremos de los usuarios. Si una medalla tiene una única categoría es un premio único que, cuando se logra, la acción no volverá a premiarse. En cambio, si establecemos varias categorías (EJ: Oro, Plata, Bronce), estamos incitando a repetir la conducta cada vez con mayor reconocimiento al usuario para que continúe realizando la acción.

03. Niveles

Los niveles o rangos es la herramienta de progresión por excelencia, masivamente utilizada en los juegos de rol y posteriormente en su versión para ordenadores los RPG, pronto se generalizó a otros juegos y aplicaciones ya que nos puede dar solución a infinidad de necesidades.

● **Sentido y Progreso:**

Es el sistema por excelencia para ver la progresión que se tiene. Funciona normalmente por acumulado de "experiencia" que puede englobar cualquier acumulado de acciones, puntos, etc. Pudiendo hacer un sistema que englobase un acumulado de diferentes acciones.

● **Diferenciación:**

Tradicionalmente los niveles suelen seguir un patrón de crecimiento diferente partiendo del perfil o arquetipo que tiene el jugador/usuario, con esto se puede lograr esa individualización y sensación de control ya que si el usuario tiene un perfil u otro tendrá un patrón de crecimiento diferente.

● **Llave a zonas y desbloques:**

En los juegos, Los niveles se han utilizado también como una forma de limitar el acceso a ciertas áreas o para ocasionar un bloqueo a la obtención de objetos o características. Esta cualidad se puede utilizar también en las aplicaciones.

● **Los niveles y la narrativa:**

Los niveles nos pueden proporcionar un apoyo a la narrativa. En los juegos de rol se suele ver la idea de un Mago nivel 20, Guerrero nivel 13, etc. En ocasiones, a los niveles se les pone títulos (Matadragones, Cazador de espíritus, etc). Pero alejándonos de conceptos de fantasía, se pueden aplicar rangos militares o categorías de una empresa. Las opciones son infinitas y podemos lograr dar un apoyo a la narrativa de una forma sencilla y aumentar el Epic Meaning, ya que el usuario tiene un nivel que engancha de manera directa con la narrativa propuesta.

Para configurar las dinámicas que tendrán los niveles podemos hacernos algunas preguntas:

● **¿Para qué valen los niveles?**

Siempre hay que tener claro la finalidad como en el resto de mecánicas, cuando ponemos los niveles hay que ver hasta qué punto nos son funcionales. Habrá que ver para qué sirve la progresión, si se desbloquean elementos, si permite acceso a áreas. Qué variables determinan el aumento de los niveles y un largo etcétera de variables que nos ayudarán a optimizar esta mecánica dentro de nuestra gamificación.

● **¿Cuántos niveles ponemos?**

Dependiendo de la finalidad tendremos que decidir si nos interesa que haya un tope a los niveles o que puedan crecer indefinidamente.

● **¿Cómo evolucionan los niveles?**

Tendrás que definir la forma en la que hacemos lograr subir de nivel, acumulado de puntos, experiencia, por misiones cumplidas, por acumulado de medallas, por hitos cumplidos. Dependiendo de la necesidad elegiremos la forma que más nos conviene.

● **¿Un sistema ascendente o descendente?**

Con los niveles se suele hacer un sistema ascendente pero según la necesidad podemos hacer otro sistema que sea descendente empezando en cierto número e ir bajando hasta tener nivel 1 en estos casos se les suele llamar Rango y sigue un sistema de escalafón donde ser el número uno es la meta.

En el caso de los sistemas de niveles ascendentes tendremos que mirar si nos interesa un sistema de niveles que no tenga fin y valorar si no generará un desgaste en los usuarios o si podremos seguir dando desbloques o acceso a nuevos objetos por nivel, o si por el contrario ponemos un nivel final al cual si se llega ya no hay más progresión en niveles posible.

04. Misiones

Las misiones es la forma que tenemos de emplazar las conductas que necesitamos de los usuarios, en las misiones solemos incluir una narrativa para que no sea simplemente pedir las acciones al usuario. Las misiones nos proporcionan elementos fundamentales dentro de una gamificación.

- **Generador de KPIs:**

Las misiones son la verbalización de las acciones que necesitamos de los usuarios, son el camino que les damos para que cumplan con las necesidades.

- **Generador de Epic Meaning:**

Las misiones son una mecánica con la cual lograr ese Epic Meaning, si introducimos una narrativa adecuada el usuario será mucho más proclive a realizar las conductas que le solicitamos ya que no las verá como invasivas, sino como parte del "juego" en el que está inmerso.

- **Forma de dar feedback del uso:**

Las misiones tienen una función con la asignación de puntos y es que los usuarios sepan el sentido de sus acciones, que lo están haciendo bien y que están cumpliendo con lo que se espera de ellos. Si hemos hecho bien nuestro trabajo los refuerzos a esas conductas irán en la línea de sus intereses y provocaremos que esas conductas que necesitamos sean estables y duraderas en el tiempo.

A la hora de configurar la estructura de las misiones tenemos diferentes opciones:

- **¿Las misiones son o no declaradas?**

Cuando declaramos las misiones los usuarios pueden leerlas y saber a qué atenerse, así fomentamos una conducta de búsqueda. Pero quizás buscamos el factor sorpresa cuando cumplen las misiones, en ese caso no las verbalizamos para que el usuario se vaya encontrando con recompensas por ciertas acciones y sea él quien deduzca el por qué de éstas. Cualquiera de las dos formas son válidas dependiendo de las necesidades que tengamos.

- **¿Cuántos niveles ponemos?**

Una misión consta de diferentes partes que deberemos de contemplar a la hora de configurarla.

Explicación de la misión: Apartado donde se explica la narrativa y necesidades para cumplir el reto.

Recompensa que otorga: En orden a seguir la teoría conductista sobre refuerzo contingente a la respuesta, es muy importante que aparezca la recompensa que generará una expectativa.

Retos: Podrá tener uno o más retos enlazados como la acción que se le solicita al usuario.

Mecánica o mecánicas para su resolución: Ateniéndonos a si tiene uno o más retos y si éstos tienen mecánicas de resolución diferentes. Las misiones pueden ser de respuesta tipo Quiz, geolocalizadas, realidad aumentada o virtual, descubre las diferencias,... Las mecánicas de juego que se pueden usar son muchas y muy variadas y dependen de la necesidad a solventar.

- **¿Qué ocurre cuando cumples la misión?**

En ese momento debemos proporcionar algún tipo de feedback al usuario sobre la misma y darle la recompensa que proceda. Después debe quedar reflejado de alguna forma que esa misión se realizó junto con otras que también haya cumplido, para mostrar el progreso del usuario.



05. Retos

Los retos los solemos ver como subcategorías de las misiones, la misión da en general la narrativa, el contexto, el epic meaning y el reto es como tal la acción que se le pide al usuario, es importante que no haya una fractura en la narrativa que fluye entre el misionado y los retos.

- **Generador de KPIs:**

Al igual que las misiones los retos son generadores de KPIs, de hecho estos suelen implicar una mecánica que generará esos datos del comportamiento del usuario que usamos.

- **Mecánicas asociadas:**

Al crear el reto hay que plantear que mecánica será la que se utilizará para que el usuario la resuelva. Geolocalización, Vr, Ar, cuestionarios de respuesta simple o múltiple, así como otras o combinaciones de unas y otras. Las mecánicas de los retos deben intentar ser coherentes con la narrativa que siguen las misiones.



Cuando configuramos las misiones solemos tener en cuenta los retos ya que al fin y al cabo son parte fundamental de los mismos, por lo tanto intentaré no repetir cosas vistas anteriormente.

- **¿Cuántos retos conforman una misión?**

Decidir cuántos retos configurarán una misión, si estos serán siempre los mismos de una misión a otra, estructura de los mismos, si siguen la narrativa de las misiones, mecánicas y tecnología asociadas a las mismas, etc. No son un asunto baladí, hay que analizar las necesidades, decidir qué opciones se antojan las más adecuadas y una vez las tenemos realizarlas un seguimiento para ver si efectivamente están recogiendo los datos que queremos y tener la capacidad de realizar cambios si se antoja necesario.

- **¿Qué ocurre cuando cumples un reto**

Como parte de algo superior como es una misión hay que definir de manera clara qué ocurre cuando se logra una fracción de una misión, como hemos visto normalmente una misión se compone de varios retos. Tiene que quedar bien claro la sensación de progreso al usuario.

Conclusión

Hemos visto cinco mecánicas de las que usamos en gamificación, no son las únicas que se pueden utilizar aunque si están muchas de las que tradicionalmente aparecen en casi todas las gamificaciones, en futuros ebooks veremos otras mecánicas, lo importante del uso de las mecánicas es realizar un análisis previo para ver en qué medida nos ayudará esta y posteriormente realizar un seguimiento de las mismas para valorar si efectivamente están ayudando a lograr los efectos deseados.

Un error frecuente, que nos encontramos en muchas gamificaciones y sobre el que queremos incidir en esta conclusión, es el hecho de que las mecánicas se contemplan como un fin en sí mismas. Tenemos que evitar esto, las mecánicas están al servicio de la acción que pretendemos implantar, una gamificación no es un conglomerado de mecánicas más o menos coordinadas. Las mecánicas fomentan como hemos visto ciertas conductas y afectan a ciertos motivadores. En el análisis previo que se realiza en toda gamificación, se tiene que tener esto siempre presente para lograr que esta sea lo más funcional posible. Si a la hora de implantar una mecánica no le encontramos un propósito o utilidad, tendremos que plantearnos si realmente nos es útil incorporarla o no.





5 MECÁNICAS DE GAMIFICACIÓN

Ebook Vol. 2. 2017

