

VIDEOJUEGO PARA DISPOSITIVOS MOVILES ANDROID

“TRIBAL ATTACK”

ALUMNO: CARLOS CESAR ROJAS CALLIRGOS

DOCENTE: JOSE JULIAN SILVA AYUBI

TRABAJO DE OPCIÓN DE GRADO I

UNIVERSIDAD UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

BOGOTA D.C.

AÑO 2017

GLOSARIO

Tribal Attack: videojuego creado por Carlos Cesar Rojas C. como proyecto de sustentación de opción de grado I de la corporación unificada nacional de educación superior CUN.

TGC: Trading Card Game, es un género de juego que significa juego de cartas coleccionables, en el los jugadores utilizan cartas y estrategia para competir y buscar la victoria.

Clash royale: videojuego de genero TCG y Tower defense lanzado el 4 de enero del 2016, nació como contraparte a su videojuego hermano Clash of clans, aunque este último es de un género diferente. Actualmente cuenta con más de 100 millones de usuarios a nivel mundial.

Hearthstone: héroes of warcraft: videojuego de genero TCG lanzado el 11 de marzo del 2014 para ordenadores pero no llegaría a moviles android hasta el 14 de abril del 2015, este videojuego cuenta hasta el mes de abril del 2017 con 50 millones de usuarios únicos.

Yu-gi-oh! Duel links: videojuego de genero TCG lanzado el 17 de noviembre del año 2016, este juego cuenta con una base de usuarios de 20 millones de usuarios únicos.

Supercell: Compañía desarrolladora de videojuegos, creadora de *Clash Royale*.

Blizzard: Compañía desarrolladora creadora de *Hearthstone: Heroes of warcraft*.

Konami: Compañía desarrolladora de videojuegos, creadora de *Yu-gi-oh! Duel links*.

PVP: Player Vs Player, término que significa jugador versus jugador.

In-game: término que se utiliza para referirse a algo dentro del juego. Ejem. (Dinero in-game).

Unity: Motor gráfico, para el desarrollo de videojuegos.

1. INTRODUCCIÓN

En estos tiempos modernos, nos encontramos con un sinnúmero de soluciones tecnológicas orientadas a hacer la vida más fácil a las personas en el mundo, desde soluciones para el hogar hasta soluciones para el trabajo; esto también incluye soluciones orientadas al entretenimiento y el ocio, desde música, cine, lectura, pasatiempos al aire libre, videojuegos, entre otros.

Enfocándonos directamente al mundo de los videojuegos, esta se encuentra debidamente ramificada en géneros, edades y contenido. El proyecto que se creará, está orientado específicamente a esta categoría de la industria del entretenimiento, la cual se encuentra llena de variedad de títulos pero que aún no está totalmente explotada en cuanto a mecánicas entretenidas e innovadoras.

Tribal Attack será el nombre de un videojuego orientado a dispositivos móviles con sistema operativo android. Este aplicativo de género por sus siglas **TGC** (trading card game o juego de cargas intercambiables), desarrollado por Carlos Cesar Rojas Callirgos, estudiante de la universidad CUN, pretende ofrecer al público general, una alternativa diferente a los videojuegos en general, pero más concretamente a aquellos videojuegos del mismo género que actualmente existen.

Este videojuego contará con todas las ventajas de sus competidores más conocidos, como *Clash Royale*, *Hearthstone: Heroes of warcraft*, y *Yu-gi-oh! Duel links*, pero agregando aspectos adicionales con el objetivo de otorgarle más libertad y diversión al usuario y de esa manera asegurar su actividad constante y permanente en el aplicativo.

La creación de esta aplicación también pretende dar notoriedad a la industria del desarrollo de videojuegos latinoamericanos, la cual es siempre opacada por la industria de videojuegos

norteamericanos, asiáticos y europeos. El éxito de este videojuego, implicaría un gran paso en el interés de los usuarios a nivel mundial hacia los videojuegos creados en esta parte del hemisferio y contribuiría a crear un ecosistema más fluido para el desarrollo de esta industria la cual se encuentra estancada en el tiempo.

2. JUSTIFICACIÓN

El proyecto en cuestión tiene como finalidad entregar una alternativa de ocio diferente a lo que ya es recurrente tanto en el entretenimiento digital como en la vida real, Se trata de un videojuego para dispositivos móviles que cuente con las características de los juegos de moda, agregando elementos adicionales no implementados en el ámbito móvil, que hagan que el usuario pueda tener una experiencia de juego más inmersiva y entretenida. El modelo de negocio que se ha estandarizado dentro del ámbito de los videojuegos móviles, es el del aplicativo gratuito para todos los usuarios pero con un limitante de jugabilidad diario y microtransacciones añadidas que sirven para extender dicho límite o para mejorar su experiencia de juego, a este modelo se le conoce como *FREEMIUM* y muchos de los juegos móviles más conocidos lo utilizan, esto demuestra la utilidad y la viabilidad de este tipo de modelos que, de ser bien implementados en un aplicativo, pueden lograr que una gran base de usuarios potenciales utilice la aplicación constantemente y por ende lograr el éxito.

3. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

3.1 Identificación de las Necesidades del Stakeholders.

Se estima que los stakeholders requieren un entorno gráfico agradable y con el que se puedan sentir identificados al momento de utilizar una aplicación móvil.

Los stakeholders buscan una mejor jugabilidad en la aplicación que utilizan para poder divertirse.

Los stakeholders buscan una aplicación que no consuman muchos datos y que utilice poco espacio en la memoria del dispositivo móvil.

Basado en toda esta información, se puede resumir la siguiente pregunta:

¿Qué debe tener mi aplicación lograr satisfacer las necesidades de los clientes?

3.2 Identificación de Beneficios y expectativas.

El aproximado de usuarios de android en el mundo es de poco más de mil quinientos millones, de los cuales mil millones utilizan la aplicación *Google Play*, Para el primer año de vida de la aplicación, se necesitará al menos una base activa de diez mil usuarios (0.001% de los usuarios de android) los cuales mantendrán en constante movimiento el mercado interno del videojuego y atraerán más usuarios potenciales a utilizar la aplicación debido a que existe competitividad entre jugadores.

Se estima poder adquirir al menos un 10% del mercado de videojuegos móviles del género **TCG**, los cuales están dominados por videojuegos de mayor envergadura tales como *Hearthstone: Heroes of Warcraft*, *Yu-gi-oh! Duel links* y/o *Clash royale*

3.3 Identificación de Soluciones actuales.

El videojuego móvil contará con un mercado interno de jugadores que funcionará con dinero in-game. Los objetos a comercializar dentro del aplicativo son las cartas virtuales que cada jugador poseerá y que se irán adquiriendo a través de mecánicas del juego tales como misiones, recompensas o derrotando a la inteligencia artificial en competiciones, esto haría que los usuarios sigan activos constantemente en la aplicación puesto que se sentirían motivados a conseguir nuevas cartas y poderlas intercambiar o comprar directamente con otros jugadores en línea.

Actualmente los videojuegos móviles de cartas coleccionables cuentan con características propias del género que se deben mantener presentes para poder considerarse como tal.

| | <i>Hearthstone</i> | <i>Yu-gi-oh! Duel links</i> | <i>Clash Royale</i> | <i>Descripción</i> |
|------------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------------------|
| <i>Estrategia</i> | X | X | X | Posee elementos de estrategia |
| <i>Batallas PvP</i> | X | X | X | Tiene batallas multijugador |
| <i>Cartas coleccionables</i> | X | X | X | Tiene cartas coleccionables |
| <i>Modo historia</i> | X | | | Tiene modo historia |
| <i>Logros</i> | X | X | X | Cuenta con logros del juego |
| <i>Torneos</i> | | | X | Cuenta con modo torneo |
| <i>Recompensas InGame</i> | X | X | X | Tiene recompensas dentro del juego |
| <i>Modo Tutorial</i> | X | X | X | Modo tutorial para el jugador nuevo |

3.4 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.

El sistema *Freemium* que se aplica a este tipo de juegos, tiene desventajas marcadas propias de sus mecánicas, sin contar con las falencias individuales de cada

videojuego del género, las cuales son las que generan molestia e inconformidad en los usuarios finales, los cuales tienden a dejar de utilizar dichas aplicaciones pasando un corto periodo de uso, un claro ejemplo de este fenómeno se encuentra en el videojuego de nombre *Pokemon Go*. Al principio, un videojuego de modelo *Freemium* que todos los usuarios conocedores de videojuegos, desde los más fervientes hasta los más casuales descargaron, porque sus mecánicas novedosas junto a la fama de la franquicia, convertían a esta aplicación en un éxito en descargas, esto lo llevó a amasar la cifra de 43 millones de usuarios activos a nivel mundial es su mejor momento (Julio 2016), a día de hoy la repetición de las mismas mecánicas en el juego y su poca innovación ha hecho que este juego termine pasando de moda y conserva una cifra de jugadores diarios de 5 millones (abril 2017), que sigue siendo algo muy bueno, pero nada comparado la cifra máxima de jugadores activos que esta tuvo en su mejor momento.

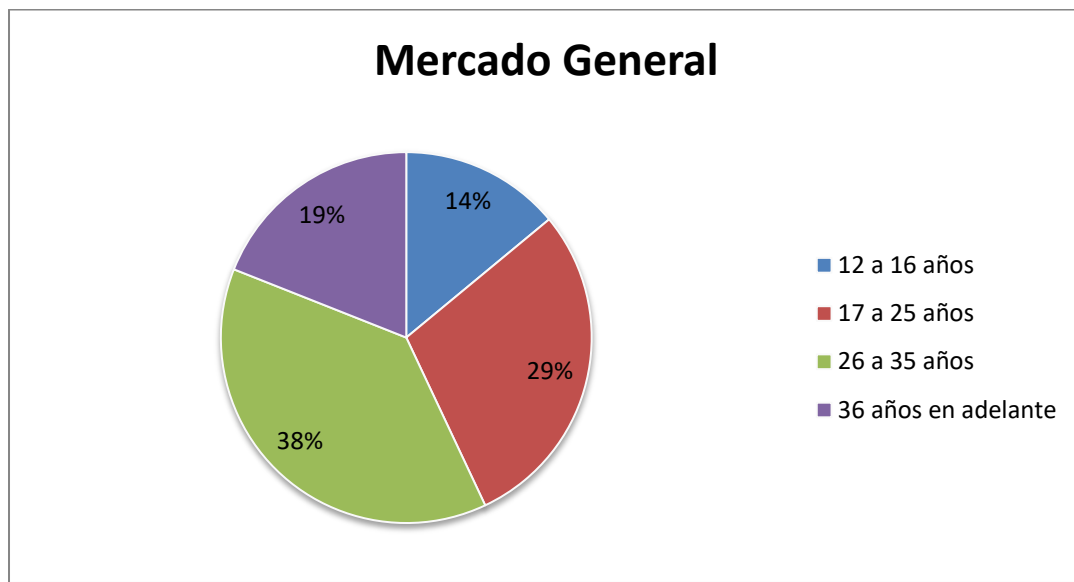
En base a estos puntos, se implementarán nuevas mecánicas que intenten hacer la diferencia frente a las mecánicas generales de la competencia, y que aun así mantengan la esencia del género al que nos intentamos enfocar.

| | <i>Hearthstone</i> | <i>Yu-gi-oh! Duel links</i> | <i>Clash Royale</i> | |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------------------------|
| <i>Tiempo de partida largo</i> | X | | X | Cada partida toma mucho tiempo |
| <i>Partidas Monótonas</i> | | X | X | Las partidas se repiten a menudo |
| <i>Límite de Jugabilidad</i> | | X | X | Sistema que limita el tiempo de juego |
| <i>Microtransacciones</i> | X | X | X | Las compras in-game son muy caras |
| <i>Falta de Mercado interno</i> | X | X | X | No tiene mercado interno de jugadores |
| <i>Gran consumo de batería</i> | X | X | X | El videojuego consume mucha batería |

3.5 Mercado.

El enfoque principal del producto es el de atraer hombres y mujeres universitarios y/o trabajadores de edades comprendidas entre 17 a 35 años los cuales cuentan con el suficiente poder adquisitivo para consumir los servicios virtuales que ofrece la aplicación (Pack de cartas, dinero virtual del juego, aumento de ganancia de dinero virtual, más energía para continuar jugando, entre otros).

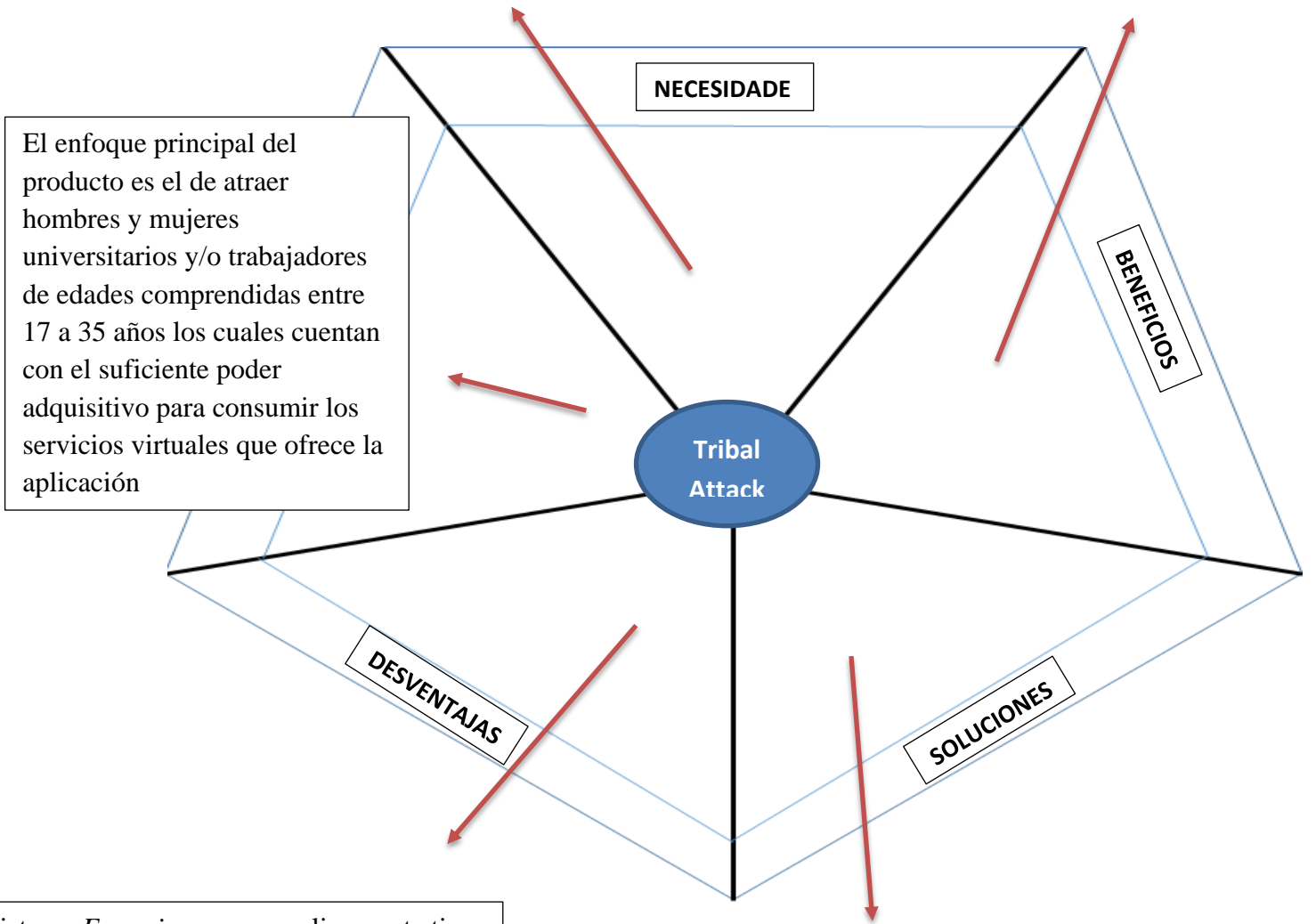
El enfoque general del producto abarcará niños en etapa de bachillerato hasta adultos cercanos a la tercera edad, todos los usuarios que no tengan el poder adquisitivo para poder utilizar los elementos de pago de la aplicación podrán seguir jugando con ciertas limitaciones, pero sin quedarse sin las posibilidades de poder superar a aquellos usuarios que si utilizan dinero real para mejorar su experiencia de juego.



3.6 Pentágono

¿Qué debe tener mi aplicación para lograr satisfacer las necesidades de los clientes?

Se estima poder adquirir al menos un 10% del mercado de videojuegos móviles del género TCG, los cuales están dominados por videojuegos de mayor envergadura



El enfoque principal del producto es el de atraer hombres y mujeres universitarios y/o trabajadores de edades comprendidas entre 17 a 35 años los cuales cuentan con el suficiente poder adquisitivo para consumir los servicios virtuales que ofrece la aplicación

El sistema *Freemium* que se aplica a este tipo de juegos, tiene desventajas marcadas propias de sus mecánicas, sin contar con las falencias individuales de cada videojuego del género, las cuales son las que generan molestia e inconformidad en los usuarios finales

El videojuego móvil contará con un mercado interno de jugadores que funcionará con dinero in-game. Los objetos a comercializar dentro del aplicativo son las cartas virtuales pertenecientes a los jugadores y que no necesite.

4. VALIDACIÓN DEL MERCADO

Se han elegido 6 preguntas que van desde algunas respuesta única hasta otras de respuesta abierta, las cuales buscarán información acerca de la opinión y los gustos de los usuarios potenciales a la hora de buscar videojuegos móviles, el sector donde se realizaron las entrevistas fueron en lugares cercanos a tecnología como *Unilago* y *La 21*, también lugares asociados a educación universitaria como la Corporación unificada nacional de educación superior *CUN*

- ¿Ha jugado usted alguna vez juegos en su dispositivo móvil?
 - Si
 - No
- ¿Qué genero busca o buscaría en un videojuego móvil al momento de elegir uno?
- ¿Ha oído acerca de los videojuegos de cartas como *Clash Royale*, *Hearthstone* o *Yu-gi-oh! Duel links*? ¿Qué opina de ellos?
 - Si
 - No
- ¿Qué prefiere, gráficos potentes o jugabilidad? ¿Por qué?
 - Gráficos Potentes
 - Jugabilidad
- ¿Qué le gusta o gustaría ver en un videojuego de dispositivo móvil?
- ¿Qué aspectos no le gustan de jugar un videojuego en dispositivo móvil?

4.2 Análisis de resultados.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a 20 personas se pueden analizar los siguientes resultados:

- El 80% de los entrevistados (16) ha jugado videojuegos en su dispositivo móvil.
- El 25% (5) de las personas buscan videojuegos de acción bélica, otros 40% (8) buscan juegos de plataforma en 2D/3D, otros 25% (5) buscan juegos de estrategia .y el 10% (2) restante no tiene preferencias específicas sobre un género, a la hora de jugar.
- Un 80% (16) de los encuestados, han respondido afirmativamente acerca de si conocen estos juegos móviles, y el 75% (12) de ellos opinan que son juegos entretenidos y muy adictivos.
- En cuanto a si prefieren Gráficos sobre jugabilidad, un 75% (15) de las personas encuestadas, respondieron que prefieren la jugabilidad por encima de los gráficos. Mientras que el 25% (5) restante opinaron lo contrario.
- En este punto, las respuestas fueron muy variadas, pero los aspectos en los que hubieron más coincidencias fueron los siguientes.
 - Cinemáticas del juego. (35%)
 - Gran variedad de misiones (40%)
 - Mayor cantidad de recompensas del juego (30%)
 - Variedad de modos de juego (45%)
 - Idioma nativo del usuario (70%)
 - Buen diseño artístico (25%)

- Finalmente en los aspectos que no gustan a los usuarios cada vez que utilizan tenemos los siguientes.
 - Mucho consumo de batería (55%)
 - Constantes actualizaciones que consumen el plan de datos (30%)
 - Sistema que limita la jugabilidad constante de la aplicación (70%)
 - Publicidad constante en medio del juego (30%)
 - El juego ocupa mucho espacio en la memoria del equipo (55%)
 - Muchos elementos del juego se tienen que comprar con dinero real (45%)

De acuerdo a estas respuestas, podemos deducir que:

Los usuarios finales, prefieren un videojuego con cinemáticas, variedad de misiones, modos de juego variado, que se encuentre en su idioma nativo y que tenga buenas ilustraciones.

5. PROTOTIPO

5.1 Descripción del producto o servicio.

El producto que se ofrece es un videojuego para dispositivos móviles con sistema operativo Android para versiones 4.2.2 en adelante, el videojuego tendrá como nombre *Tribal attack* y pertenecerá al género **TCG**, La aplicación tendrá diferentes modos de juego, este contará con modo historia, modo entrenamiento y misiones diarias como principal baza de jugabilidad en solitario, para el sistema multijugador, el videojuego contará con un sistema de batallas PvP y diferentes modos; casual, torneo y partida

competitiva. Desde el menú de opciones se podrá elegir entre graficas altas y graficas de bajo rendimiento, modo ahorro de energía, modulación de música y efectos de sonido por separado, Tutorial y consejos de juego.

El mercado del videojuego contará con dos tipos de moneda:

- Oro, el cual servirá para realizar compras de cartas individuales vendidas en el mercado interno y para algunos eventos del videojuego
- Cash, esta servirá para realizar compras de sobres de cartas las cuales únicamente se vende a través del videojuego y no por jugadores así como también para comprar otros servicios que serán indicados luego.

La aplicación cuenta también con un mercado interno, que permitirá a los usuarios, intercambiar sus cartas por dinero del juego y de ese modo poder comprar otras diferentes que sean vendidas por la comunidad de jugadores, en cuanto al valor de las cartas en dicho mercado, esta se valorizará de acuerdo a factores de oferta y demanda, mientras más útil una carta es, más demandada será y por ende el precio se elevará; de esa forma habrá un mercado libre de las creado por los jugadores y no monopolizada ni controlada por la administración del videojuego, salvo casos excepcionales donde ocurra algún problema que perjudique el estado del del sistema de la aplicación en general.

El subir de nivel requiere de ganar experiencia, dicha barra se ira rellenando a medida que el usuario vaya participando en batallas, tanto en el modo individual como en el modo multijugador,

Al ser un sistema Freemium, se aplicará una restricción de jugabilidad, pero esta tendrá un impacto menor en comparación a la competencia. En el videojuego existirá una barra

de energía que se ira consumiendo a medida que el jugador participe en un encuentro o en una batalla tanto en modo individual como en multijugador, pero dicha barra se rellenara totalmente cada vez que el usuario suba de nivel. Cuando la energía llegue a cero (0) o no se cumpla con la cantidad necesaria para participar en algún modo de juego en específico, el usuario tendrá que esperar 3 minutos para que la barra de energía recupere una unidad. En ese tiempo de espera, el usuario también tendrá la capacidad de utilizar el modo entrenamiento del cual se hablará líneas abajo.

En el modo entrenamiento el jugador podrá probar las cartas que vaya ganando así como las que ya posee y practicar nuevas estrategias y jugadas que podrá luego utilizar en combates contra otros jugadores. Este modo no consume energía.

La aplicación cuenta con una tienda virtual donde se ofrecerán los productos y servicios que sirven para mejorar aún más la experiencia de juego. Entre los productos y servicios que se encuentran dentro de la aplicación se ofrecerá lo siguiente:

- Aumento de ganancia de oro (moneda interna del juego)
- Aumento de ganancia de experiencia (para subir de nivel en el juego)
- Cash del juego (moneda VIP para comprar sobres de cartas)
- Cambio de nombre in-game (cambiará tu nombre de usuario dentro del juego)
- Sobres de cartas (la cantidad de carta del sobre, dependerá del tipo sobre que se compre)
- Combos de expansión (conjunto de sobres de cartas con descuento)
- Venta de cubiertas de cartas (cambia el aspecto de cómo se ven las cartas cuando están boca abajo)

5.2 Ficha técnica del producto o servicio.

- Nombre del videojuego: Tribal Attack
- Sistema operativo: Android 4.2.2 en adelante
- Espacio de almacenamiento utilizado: 60 Megabytes (aproximado)
- Resolución: 1080 x 720 p
- Pantalla táctil capacitiva
- Motor gráfico utilizado: Unity
- Programación base: JavaScript
- Sistema operativo del servidor: Linux
- RAM del servidor: 16 Gibabytes
- Procesador del servidor: 1x Intel Quad-Core E3-1230v5 (Threads 8, Cache 8MB, 3.4GHz)
- Velocidad de ancho de banda: 1 Gigabyte/s dedicado
- Plan de tráfico: Ilimitado

5.2.1 Planos.

El funcionamiento del aplicativo desde el momento de descarga en el dispositivo móvil funciona de la siguiente manera:

- Un tap en el icono del aplicativo ejecutará el videojuego, el cual iniciará con un video de introducción de no más de 20 segundos, esta animación se repetirá constantemente cada vez que el aplicativo se abra en el dispositivo móvil, mas no cuando se encuentra iniciado en segundo plano, dicho video

introductorio se podrá saltar presionando el dedo en la pantalla cuando este se esté mostrando

- Al salir del video de inicio, aparecerá una pantalla introductoria donde se dará la bienvenida al juego y se explicará sobre los aspectos básicos del juego, desde lugares importantes y sus funciones, hasta mecánicas básicas del jugabilidad, esto solo se mostrará la primera vez que se haya abierto la aplicación en el dispositivo móvil, ver la pantalla de introducción nuevamente podrá ser posible, seleccionándola desde las opciones del juego.
- En la pantalla principal el usuario es libre de explorar todos los lugares del juego, estos lugares se dividen en 3 ventanas que se podrán deslizar horizontalmente y donde se repartirán los elementos de la interfaz, estos estarán representados por edificaciones que servirán para dar una sensación inmersiva al videojuego:
 - Tienda: Tienda del juego
 - Mercado: Mercado de cartas de jugadores
 - Rascacielos: Modo Competitivo (PvP)
 - Coliseo: Modo Casual, Modo torneo
 - Suburbios: Modo historia (individual)
 - Estación policial: Tablero de misiones
 - Edificio de investigación: Modo Practica (individual)
 - Museo: Modo Galería (visualizar cartas y sus datos)

- El menú de opciones se encontrará siempre en la parte superior de la pantalla, sin importar en que parte de las tres ventanas del juego se encuentren,
- Se estima que la cantidad de cartas del juego para el día de lanzamiento sean de al menos 300 cartas.
- Las cartas estarán divididas en **Tribus** las cuales a su vez estarán divididas en 2 tipos de cartas; cartas normales y cartas tribales. Inicialmente existirán 10 tribus en el juego y cada tribu contará con 30 cartas, 29 de estas cartas serán cartas de tipo normal y la carta restante será de tipo tribal.
- Las cartas normales contarán con los siguientes elementos:
 - Ilustración de la cartas: donde se mostrará el arte de la carta y su rareza
 - Habilidad individual: sección donde se describirá el efecto que posee esta carta en el campo de batalla, todas las cartas normales contarán con una habilidad individual.
 - Habilidad tribal: sección donde se describirá el efecto de tribu que posee esta carta en el campo: este efecto será compartido por todas las cartas de la misma tribu.
 - Ataque: capacidad ofensiva de la carta
 - Vigor: Capacidad defensiva de la carta
 - Poder: Capacidad adicional de la carta que puede adicionarse al ataque o al vigor y sumará 2 puntos por unidad de poder, ejemplo;

una carta con 4 de poder, tendrá como máximo 8 puntos para otorgarse y dividirse entre ataque, defensa o utilizarlo todo en una sola estadística.



Imagen 1. Descripción de la carta (fuente. autor)

- Las cartas tribales por su parte, solamente mostrarán la ilustración de su arte y una habilidad de grupal que afectará a todas las cartas normales del jugador que la tenga en su lado del campo.
- El tablero de juego y mecánicas son las siguientes:

- Todos los jugadores tendrán que formar una baraja de 15 cartas las cuales estarán limitadas hasta un máximo de 2 copias de la misma carta.
- Las cartas tribales serán elegidas antes de iniciar el encuentro y solo podrán escogerse una de 3, las cuales estarán predeterminadas por el usuario para sus encuentros. Estas cartas no forman parte del mazo de 15 elementos
- Al momento de iniciar una partida, el sistema del juego, elegirá aleatoriamente 5 cartas del mazo para ser usadas en ese encuentro, estas cartas serán visibles para ambos jugadores y adicionalmente al costado de cada mano, se mostrarán las respectivas cartas tribales.

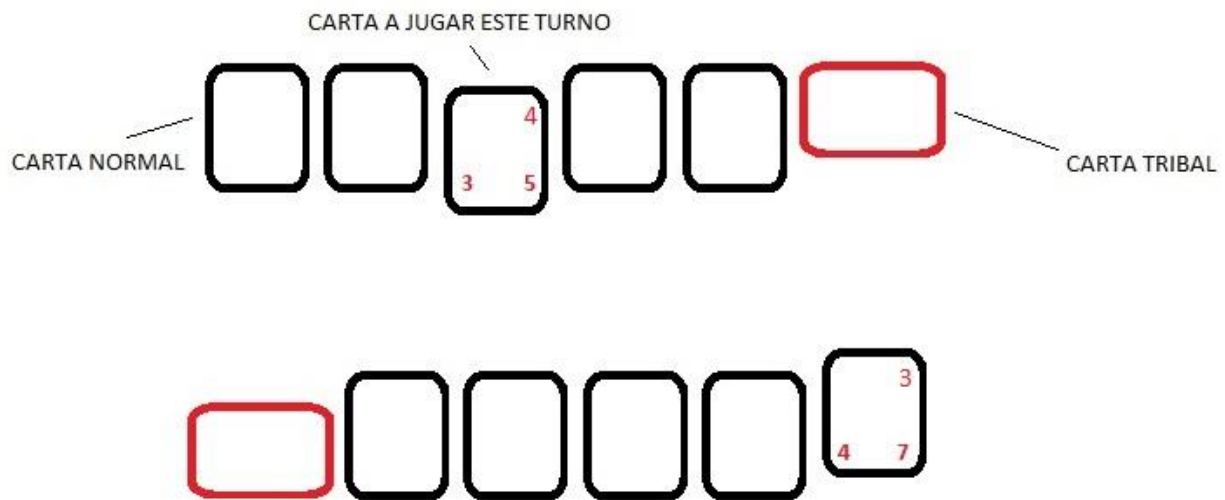


Imagen 2. Campo de batalla (fuente. autor)

- Cada partida constará de 5 turnos en total y en cada turno los jugadores elegirán una carta a utilizar.

- En cada turno, las cartas elegidas se enfrentarán de la siguiente manera: las cartas aparecen en batalla con sus estadísticas iniciales, luego el poder será asignado a la estadística elegida para antes del cálculo de daño (cada unidad de poder equivale a dos unidades de ataque o vigor). Luego de calculados los nuevos valores de ataque y vigor de las cargas, se entra en base de cálculo daño, El ataque de la carta superior se enfrenta al vigor de la carta inferior y viceversa. Finalmente se realizan las operaciones matemáticas correspondientes, en el caso de la imagen 3, el usuario de arriba recibe 2 unidades de daño mientras que el usuario de abajo recibe 4 unidades de daño.

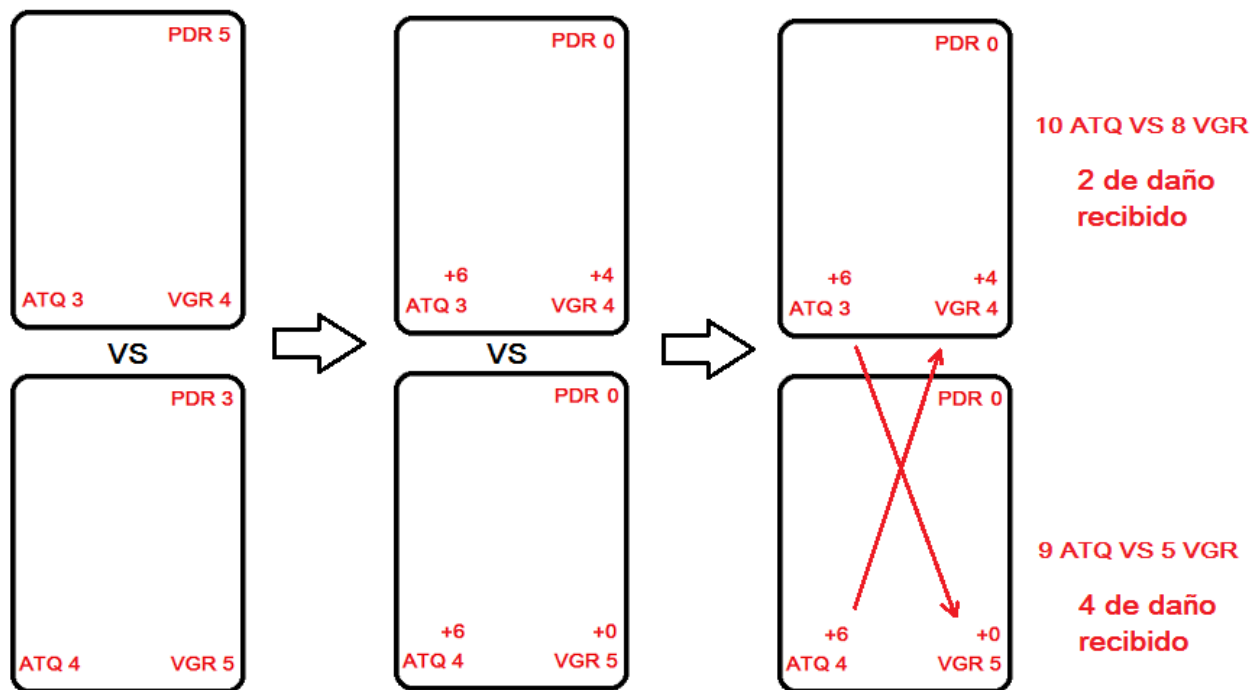


Imagen 3. Calculo de daño (fuente. autor)

- Si un jugador no utilizo todo el poder de una carta antes del cálculo de daño, este podrá reservar el poder restante fuera de la carta para su posterior utilización dentro de los turnos siguientes de la partida, pero dicho poder será reducido a la mitad, en caso de que el poder restante fuera una cifra impar, esta será redondeada al número menor de dicha cantidad. Ejemplo, si una carta no utilizo 3 de poder en su turno, se reservará 1 de poder para la utilización de alguna otra carta en alguno de los turnos restantes.
- Ambos jugadores empiezan con cero (0) puntos de daño en su lado del campo, el cual se irá incrementando de acuerdo al resultado de cada turno. Al finalizar los 5 turnos de la partida el jugador que recibió la menor cantidad de daño será declarado ganador.
- Con el pasar del tiempo y gracias a la retroalimentación de la comunidad del videojuego, algunas cartas debido a factores de jugabilidad, mecánicas y capacidades, tendrán que ser prohibidas, pero esto solo afectará a algunos modos de juego.
- En el modo casual, se jugará una única partida y ninguna carta tendrá restricción de uso, el jugador ganador obtendrá oro y experiencia para subir de nivel.
- El modo historia, funcionará igual que el modo casual y las recompensas son las mismas pero adicionalmente se le otorgarán cartas aleatorias del juego.
- El modo entrenamiento no otorgará ninguna recompensa por victoria.

- En el modo competitivo, si se aplicará la prohibición de cartas, el jugador que gane 2 de 3 partidas será declarado ganador del encuentro, el jugador victorioso obtendrá oro, experiencia y ganará puntos competitivos los cuales se mostrarán en una tabla de jugadores a nivel mundial.
- El modo torneo enfrentará a 16 jugadores, en este modo la prohibición de cartas también se aplica y al igual que el modo casual, solo se jugará una partida, el ganador de dicha partida pasará a la siguiente llave de la tabla. En el último encuentro de este modo, los finalistas tendrán que ganar 2 de 3 partidas para llevarse la victoria. El ganador del torneo obtendrá una mayor cantidad de oro y experiencia que en el modo casual y cash del juego.

6. CONCLUSIONES

Para que el videojuego tenga una mayor probabilidad de éxito en el mercado, se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- Debe mostrar que se pueden beber de las fortalezas de sus principales competidores en el género y a la vez mostrar soluciones a las desventajas de estas, optando por mecánicas que innoven y que sean del agrado de los usuarios potenciales. Si los usuarios hablan bien de tu videojuego, tarde o temprano los jugadores de la competencia vendrán buscando aquello que siempre solicitaban de su videojuego y que este no les ofrecía.

- Pensar en nuevas ideas para el beneficio del videojuego y siempre mantener la diferencia con respecto a la competencia, de manera tal que, aunque dichas ideas terminen siendo recicladas por videojuegos de la competencia, siga manteniendo la ventaja la ventaja al estar un paso delante de los demás.
- Se debe aprovechar la falta de reconocimiento por parte de la industria del ocio y entretenimiento que aun en estos días se le da a al mundo de los videojuegos móviles, los cuales son liderados por los videojuegos de sobremesa y ordenador. Esto se debe tomar como ventaja para aprovechar la poca competencia que, aunque sigue siendo muy fuerte por parte de las desarrolladoras existentes (*Konami, Blizzard, Supercell*), no abarca totalmente la gran cantidad de potenciales jugadores del género que no acostumbran jugar en dispositivos móviles.

7. BIBLIOGRAFIA

<https://www.quora.com/How-many-people-play-Clash-Royale>

<https://www.statista.com/statistics/323239/number-gamers-hearthstone-heroes-warcraft-worldwide/>

<http://expandedramblings.com/index.php/pokemon-go-statistics/>

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-08-22/these-charts-show-that-pokemon-go-is-already-in-decline>

<https://10gbps.io/pricing>

<https://www.withoutthesarcasm.com/clash-royale-beginners-guide/>

http://yugioh.wikia.com/wiki/Game_mechanics

<https://www.icy-veins.com/hearthstone/mechanics-guide>