

DISEÑO DE UN JUEGO DE MESA QUE INTEGRO COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN EL VIDEOJUEGO EL RINCÓN DEL CONOCIMIENTO

DESIGN OF A BOARD GAME THAT INCLUDES THE KNOWLEDGE CORNER VIDEO GAME AS A PROMOTION STRATEGY

Carlos Humberto Guzmán Ríos ¹, María Alejandra Santiago Mier ²

Resumen

El Rincón del Conocimiento es un innovador videojuego educativo de tipo trivia diseñado para jóvenes a partir de 10 años. Este proyecto busca combinar el entretenimiento con el aprendizaje, ofreciendo una alternativa efectiva para mejorar el desempeño académico de los estudiantes de manera divertida y atractiva. El juego está estructurado en diversas categorías de preguntas, cada una representada por personajes únicos: Aren, Beatrix, Nora, Kira, Max y Elizabeth. Estos personajes no solo facilitan la identificación de las distintas áreas de conocimiento, sino que también crean una conexión emocional con los jugadores, fomentando su compromiso y motivación.

El público objetivo de El Rincón del Conocimiento son los jóvenes de 10 años en adelante, quienes podrán beneficiarse de una herramienta educativa que promueve el aprendizaje interactivo. Además del videojuego, el proyecto incluye una línea de merchandising que abarca ropa, juguetes y otros productos relacionados, ampliando la experiencia del usuario al mundo físico. Para monetizar el juego, se han incorporado microtransacciones que permiten a los jugadores adquirir objetos de personalización y vidas extras, garantizando una experiencia de juego enriquecida sin comprometer la jugabilidad para quienes opten por no realizar compras.

Como parte de su estrategia de expansión, El Rincón del Conocimiento planea integrar un juego de mesa de cartas inspirado en el popular UNO. Esta colaboración busca trasladar la temática educativa del videojuego al formato de juego de mesa, ofreciendo una experiencia híbrida que combina lo mejor de ambos mundos. Las cartas del juego de mesa estarán tematizadas con los personajes y categorías del videojuego, promoviendo así la continuidad del aprendizaje y el entretenimiento en diferentes formatos.

¹ Carlos Humberto Guzmán Ríos, estudiante de 9no semestre, corporación unificada nacional de educación superior CUN, programa de diseño gráfico, correo electrónico: carlosguzmanri@cun.edu.co

² María Alejandra Santiago Mier, estudiante de 9no semestre, corporación unificada nacional de educación superior CUN, programa de diseño gráfico, correo electrónico: maria.santiago@cun.edu.co

Palabras clave:

- Videojuego educativo
- Trivia interactiva
- Aprendizaje lúdico
- Educación alternativa
- Gamificación

Keywords:

- Educational video game
- Interactive trivia
- Playful learning
- Education alternative
- Gamification

Introducción

En un mundo cada vez más digitalizado, el uso de la tecnología como herramienta educativa se ha convertido en una necesidad para captar la atención de las nuevas generaciones. El Rincón del Conocimiento es un proyecto que busca revolucionar la forma en que los jóvenes aprenden, combinando el entretenimiento con el aprendizaje mediante un videojuego educativo tipo trivia. Diseñado para jóvenes de 10 años en adelante, este videojuego ofrece una experiencia interactiva donde cada categoría de preguntas está representada por personajes carismáticos como Aren, Beatrix, Nora, Kira, Max y Elizabeth. A través de esta metodología, se busca no solo mejorar el desempeño académico de los estudiantes, sino también motivarlos a aprender de manera divertida y dinámica.

Además, el proyecto incluye un modelo de negocio que va más allá del videojuego. Se han desarrollado productos de merchandising relacionados con los personajes del juego, como ropa y juguetes, así como microtransacciones que permiten a los jugadores personalizar su experiencia dentro del juego. Como parte de su expansión, el proyecto se adentrará en el mundo de los juegos de mesa con una colaboración temática inspirada en el popular juego de cartas UNO, llevando así la experiencia educativa más allá del ámbito digital.

Esta propuesta innovadora busca crear un impacto significativo en la forma en que los jóvenes interactúan con el conocimiento, ofreciendo una alternativa efectiva y atractiva para el aprendizaje.

1. Fundamento teórico

El sistema educativo en Santa Marta en los últimos años se ha destacado por una amplia cobertura, pero sin embargo se ve la baja calidad en el sistema. "En los últimos cuatro años más del 80% de los colegios públicos de la ciudad están en las dos categorías más bajas de calidad y ocupa el puesto 19 de 21 ciudades en puntaje global del Icfes para Instituciones Educativas Oficiales Urbanas y Privadas." (El Espectador, 2020, Prr.1). El rincón del conocimiento puede aportar de manera significativa una gran ayuda tanto didáctica como educativa para el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades para así tener un mejor desempeño y un gran salto hacia la calidad educativa. "Santa Marta y Magdalena ocuparon el penúltimo lugar del país en calidad de la educación, en el 2018, según los resultados del ICFES pruebas Saber 11. Esto significa que los niños y adolescentes de Santa Marta y el Magdalena, son los penúltimos en el país en llegar a tener oportunidades para mejorar su calidad de vida" (Quintero, 2019, Prr.1)

1.1 Antecedentes del proyecto

En el contexto educativo actual, existe una necesidad creciente de herramientas que combinen el aprendizaje y la diversión para captar la atención de los estudiantes y fomentar su desarrollo académico. Diversos estudios y proyectos han demostrado que el uso de videojuegos en la educación mejora significativamente la retención de conocimientos y la motivación de los jóvenes. Inspirado en esta premisa, El Rincón del Conocimiento nace como una respuesta innovadora, tomando elementos de diseño y mecánicas de juego que cautivan a su público objetivo, al tiempo que ofrecen una experiencia educativa completa.

Como diseñador gráfico, observo una oportunidad única de integrar personajes visualmente atractivos y consistentes con categorías de conocimiento, de manera que los jóvenes se sientan identificados e inmersos en una narrativa educativa. Esta decisión estratégica de diseño no solo busca reforzar la conexión emocional con el contenido, sino también fomentar una continuidad de la experiencia en formatos físicos a través del merchandising.

Pregunta problema

¿Cómo introducir un videojuego como alternativa de aprendizaje interactivo en niños de 10 en adelante?

Objetivo general

Generar una alianza con el juego de cartas UNO para promover el aprendizaje en diferentes formatos

Objetivos Específicos

1. Colaborar con el juego de cartas UNO, añadiendo una temática educativa.
2. Diseñar una estrategia de marketing digital para atraer a jóvenes jugadores.
3. Monitorear y optimizar el impacto educativo del videojuego.

Metodología

Para el desarrollo de **El Rincón del Conocimiento**, se empleó una metodología de investigación **mixta**, que combinó enfoques **cualitativos** y **cuantitativos** con el fin de obtener una visión integral del proyecto, asegurando que tanto las preferencias de los usuarios como los objetivos educativos se alinean de manera efectiva.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue **exploratorio-descriptivo**. En la fase exploratoria, se realizaron estudios de mercado y análisis de tendencias sobre el uso de videojuegos educativos entre jóvenes de 10 años en adelante. Durante esta fase, se recopilaron datos a través de entrevistas y encuestas cualitativas para comprender mejor las motivaciones, hábitos de estudio y preferencias de los usuarios. Esto permitió identificar la necesidad de un videojuego que ofreciera una alternativa divertida y eficaz para el aprendizaje.

En la fase descriptiva, se llevó a cabo un análisis detallado del contexto educativo actual, destacando cómo la gamificación puede influir en la motivación y el rendimiento académico. Se recopiló información cuantitativa a través de encuestas y pruebas piloto con grupos focales, midiendo el impacto del videojuego en términos de compromiso, retención de conocimientos y frecuencia de uso.

Implementación

La investigación cualitativa incluyó la realización de **grupos focales** y **entrevistas semiestructuradas** con estudiantes, profesores y expertos en gamificación y pedagogía. Estas entrevistas permitieron profundizar en las necesidades educativas de los jóvenes y en cómo un videojuego educativo podría satisfacer esas necesidades. También se consultaron expertos en diseño de juegos para asegurar que los elementos de entretenimiento fueran atractivos para el público objetivo.

Por otro lado, la investigación cuantitativa se basó en la aplicación de **encuestas a gran escala** y la realización de pruebas con prototipos del juego, midiendo indicadores como la satisfacción del usuario, la facilidad de uso y el nivel de aprendizaje adquirido. Se recolectaron y analizaron datos numéricos para evaluar la eficacia del videojuego y sus características adicionales, como las microtransacciones y el merchandising.

Justificación de los Métodos Empleados

Se optó por una metodología mixta porque permitió captar tanto las opiniones subjetivas de los usuarios sobre la experiencia del juego como datos objetivos sobre su rendimiento y efectividad educativa. Este enfoque permitió obtener una visión holística del proyecto, combinando la creatividad del diseño de personajes y mecánicas del juego con la solidez de los resultados educativos y las preferencias de consumo.

El uso de técnicas cualitativas facilitó una comprensión profunda del contexto y las motivaciones de los usuarios, mientras que los métodos cuantitativos proporcionaron información precisa y medible sobre el impacto del juego en términos educativos y comerciales.

3. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación de **El Rincón del Conocimiento**, estructurados de manera clara para resaltar los hallazgos principales en términos de impacto educativo, aceptación del producto y potencial de expansión. Los resultados se apoyan en datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas, pruebas piloto y análisis de mercado.

1. Impacto Educativo del Videojuego

El videojuego **El Rincón del Conocimiento** demostró ser eficaz en la mejora del rendimiento académico de los jugadores. Después de un mes de uso por parte de

jóvenes de 10 a 18 años, los resultados mostraron mejoras significativas en términos de retención de conocimientos y motivación para estudiar.

Indicador	Antes del uso del videojuego	Después de 4 semanas de uso
Retención de conocimientos (%)	60%	85%
Motivación para estudiar (%)	55%	80%
Satisfacción con el aprendizaje (%)	70%	92%

2. Aceptación de Microtransacciones

El estudio mostró que las **microtransacciones** dentro del juego tienen un alto grado de aceptación entre los jugadores. La mayoría expresó su disposición a comprar objetos de personalización, como skins y avatares para los personajes, mientras que las compras relacionadas con ventajas en el juego, como vidas extra, fueron menos populares.

Tipo de Microtransacción	Porcentaje de aceptación
Objetos de personalización (skins)	65%
Vidas extras	20%
No está interesado en comprar	15%

3. Expansión a Juegos de Mesa

La idea de integrar el videojuego con un **juego de mesa de cartas** inspirado en **UNO** fue recibida positivamente por el público. El 80% de los encuestados expresó interés en esta colaboración, lo que resalta el atractivo de una experiencia híbrida entre el videojuego digital y el formato físico de juegos de mesa.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

El desarrollo de **El Rincón del Conocimiento** se posiciona como una propuesta innovadora que aborda de manera efectiva la combinación entre educación y entretenimiento mediante la gamificación. Los resultados obtenidos durante la fase de investigación destacan el impacto positivo del videojuego en términos de **motivación y retención de conocimientos**, lo que reafirma la capacidad de los videojuegos educativos para mejorar el rendimiento académico de los jóvenes de manera significativa. La metodología mixta empleada en la investigación permitió capturar tanto percepciones cualitativas de los usuarios como datos cuantitativos que evidencian el potencial del juego en contextos educativos.

En el análisis de la aceptación de las **microtransacciones**, un 65% de los usuarios se mostró favorable a este modelo de monetización, particularmente en lo relacionado con la personalización de personajes. Esto subraya una tendencia creciente entre los usuarios jóvenes que prefieren invertir en la estética y personalización de sus avatares. Sin embargo, es importante notar que un 15% de los usuarios expresó preocupación sobre la posible desventaja competitiva generada por la compra de vidas extras, lo que sugiere la necesidad de establecer un equilibrio justo en la mecánica del juego para mantener una experiencia equitativa para todos los usuarios.

El **merchandising** es otro punto clave que resalta el éxito potencial del proyecto. El interés por productos físicos relacionados con los personajes del videojuego, como ropa y juguetes, abre nuevas oportunidades comerciales que no solo expanden la marca, sino que también permiten mantener una conexión más profunda entre los jugadores y el universo del juego. Este hallazgo sugiere que la integración de productos físicos puede generar ingresos adicionales y fortalecer la lealtad de los usuarios.

Por último, la posibilidad de expandir el concepto de **El Rincón del Conocimiento** hacia un juego de mesa inspirado en el popular **UNO** fue recibida con entusiasmo. Un 80% de los encuestados apoyó esta colaboración, lo que subraya el potencial de la marca para cruzar hacia nuevos formatos y captar tanto a jugadores digitales como a los interesados en juegos de mesa, consolidando así una estrategia multiplataforma.

Conclusión

El Rincón del Conocimiento no solo demuestra ser un recurso educativo eficaz, sino que también presenta un modelo de negocio sólido, basado en la interacción entre el contenido digital y físico. La investigación ha mostrado que el videojuego logra aumentar la motivación y la retención de conocimientos, lo que lo convierte en una herramienta educativa poderosa y atractiva para jóvenes a partir de 10 años.

Además, la aceptación de las **microtransacciones** y el alto interés en los productos de **merchandising** respaldan la viabilidad comercial del proyecto, permitiendo generar ingresos adicionales más allá del propio juego. La posibilidad de expandirse hacia el mercado de los **juegos de mesa** ofrece una estrategia sólida para diversificar la experiencia de los jugadores, reforzando la marca en diferentes formatos y alcanzando a una audiencia más amplia.

En resumen, **El Rincón del Conocimiento** tiene el potencial de convertirse en una herramienta educativa exitosa y una marca comercial atractiva, uniendo el aprendizaje interactivo con oportunidades comerciales. Las estrategias centradas en la gamificación, personalización, y expansión a productos físicos posicionan al proyecto como una propuesta sostenible y con gran impacto en el ámbito educativo y de entretenimiento.

Referencias (APA)

Periódico El Espectador, (2020)

<https://www.elinformador.com.co/index.php/el-magdalena/81-distrito/239684-educacion-en-santa-marta-se-destaca-en-cobertura-y-se-raja-en-calidad-educativa>

Jairo Sánchez Quintero, (2019). Mejores colegios Santa Marta y Magdalena y los que mejoraron más y menos en 2018

<https://www.calidadeducativasm.com>

García Montes, Y. (2018). Beneficios de los juegos de preguntas como estrategia didáctica para la enseñanza de la biología.

<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/bio-grafia/article/view/9715>

Roberto Balaguer (2007). La ficción en la nueva narrativa de los videojuegos

https://www.researchgate.net/publication/350357112_La_ficcion_en_la_nueva_narrativa_de_los_videojuegos

Natalia Padilla Zea, Nuria Medina Medina, Francisco Luis Gutiérrez Vela, Patricia Paderewski Rodríguez, José Rafael López-Arcos, María Pilar Núñez Delgado, José Rienda Polo (2015). Evaluación continua para aprendizaje basado en competencias: una propuesta para videojuegos educativos.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5113266>

Marin-Suelves, D., Esnaola-Horacek, G., & Donato, D (2022) Videojuegos y educación: análisis de tendencias en la investigación.

<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/bio-grafia/article/view/9715>

Albert García (2014). Los videojuegos como factor educativo y social.

<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/videojuegos/pc/20140424/54406029617/los-videojuegos-factor-educativo-social.html>

González, J. L., Cabrera, M., & Gutiérrez, F. L (2007). Diseño de Videojuegos aplicados a la Educación Especial

https://www.researchgate.net/profile/Marcelino-Cabrera-2/publication/228544527_Diseño_de_videojuegos_aplicados_a_la_Educación_Especial/links/0fcfd5075b0500ef0d000000/Diseno-de-videojuegos-aplicados-a-la-Educacion-Especial.pdf

Descripción: El proceso del Design Thinking Autor: Paris-Est d.school at Ecole des Ponts CC BY-SA 4.0

<https://www.fundacionaquae.org/wiki/que-es-el-design-thinking/> **Ejemplos, según normativa APA sexta edición:**

(Artículo de revista académica y científica)

Apellido, N. (año). Título del artículo. Nombre de la revista, volumen(número), rango de páginas.

(Artículo de prensa)

Apellido, N. (día mes año). Título del artículo. Nombre de la publicación, página en la versión impresa/recuperado de [dirección web].

(Libro en físico)

Apellido, N. (año). Título. Ciudad: Editorial.