



1 de octubre de 2013 | Vol. 14 | Núm. 10 | ISSN 1607 - 6079

ARTÍCULO

CONSEJOS PARA CREAR APPS DE JUEGOS EXITOSAS EN DISPOSITIVOS MÓVILES

Elio Vega Munguía

CONSEJOS PARA CREAR APPS DE JUEGOS EXITOSAS EN DISPOSITIVOS MÓVILES

Resumen

En un mercado para móviles cada vez más competitivo y vasto en aplicaciones, es cada vez más difícil para los desarrolladores crear aplicaciones que puedan destacar y que cumplan con las características de ser entretenidas e interesantes, permitiendo de esta forma llamar la atención del consumidor. A pesar de que existen aproximadamente 350.000 aplicaciones en *App Store*, 65.000 en el mercado *Google Play*, cientos más se están desarrollando en estos momentos, por lo que es imposible saber cómo le irá a una aplicación una vez que llegue al mercado abierto; no importa si es la creación de unos padres que quieren entretener a sus hijos, o es de una empresa dedicada desarrollo de sistemas.

“

La experiencia que un jugador tiene en dispositivo móvil es dramáticamente diferente en comparación con una consola de juegos.

”

¿Pero qué se necesita hacer para crear una aplicación exitosa? una buena idea, concentración, determinación y... mucha suerte sin duda. Pero hay diversos factores que las personas que no conocen nada de programación o recién comienzan a desarrollar APPs para dispositivos móviles, pueden recoger de los desarrolladores experimentados que ya han hecho esto, y les ha ido bien.

Por lo que a continuación, basando en mi experiencia, quiero dar los siguientes consejos.

Palabras clave: Dispositivo móvil, APP, *App Store*, *Google Play*, consola de videojuego.

TIPS FOR CREATING SUCCESSFUL APPS GAMES ON MOBILE DEVICES

Abstract

In a mobile market increasingly competitive and rude in applications, it is increasingly difficult for developers to create applications that can excel and meet the characteristics of being entertaining and interesting, thus allowing the consumer attention. Because even though there are about 350,000 apps in the App Store, 65,000 Play Google market, and hundreds more are being developed right now. So it is impossible to know how an application will do, once you reach the open market, no matter whether it is the creation of par-

ents who want to entertain your kids, or is a company dedicated systems development.

Well, but what needs to be done to create a successful application? : A good idea, focus, determination and ... very lucky indeed. But there are several factors that people who do not know anything about programming or just starting to develop apps for mobile devices, can be collected from experienced developers who have already done this, and have done well.

So then, basing on my experience, I give the following advices.

Keywords: *Mobile device, APP, App store, Google play, video game console.*

CONSEJOS PARA CREAR APPS DE JUEGOS EXITOSAS EN DISPOSITIVOS MÓVILES

Personalizar el dispositivo

La experiencia que un jugador tiene en dispositivo móvil es dramáticamente diferente en comparación con una consola de juegos. Los desarrolladores deben ser conscientes de las limitaciones que se tienen al usar una pantalla más pequeña y tener claro que la experiencia que se tiene es muy distinta en comparación sobre usar un monitor. De esta manera se deben crear aplicaciones que estén diseñadas para cada dispositivo en particular. El uso de un juego debe ser fácil y sin complicaciones para los usuarios, y de acuerdo con la experiencia que se ha recabado al usar varios dispositivos, es importante tomar en cuenta que "los iPhones o Android con despliegue amplio, no son PCs o consolas". Esto es algo que salta a la vista, pero muchos desarrolladores a menudo lo pasan por alto, y no consideran que las personas van a usar las aplicaciones en sus dispositivos móviles de manera muy diferente de como lo herían en un dispositivo de juego con la característica de ser más interactivo como el *Wii* o *Xbox*.

Por lo general, para cualquier dispositivo móvil se debe dedicar una buena cantidad de tiempo asegurando que los controles funcionen bien en la pantalla táctil. Existe una gran cantidad de juegos para *Android*, *iPhone*, *iPad* y tabletas con gráficos impresionantes y gran profundidad en 3D, sin embargo, si el control es difícil o frustrante al usarse en un dispositivo de pantalla táctil, nada de eso importa y existe una gran posibilidad de fracaso.

Ver el potencial de la plataforma

Hay que advertir a los desarrolladores de *APPs* que tomen en cuenta las limitaciones de la plataforma que usarán para su desarrollo; pero lo más importante es ver más allá de estos problemas y considerar las siguientes preguntas: ¿Por qué la gente quiere jugar un juego específico en un determinado dispositivo?, ¿qué hace más atractiva a una computadora que a una consola o un móvil?

Es por eso, que es de suma importancia identificar lo que se puede hacer con la aplicación en un determinado dispositivo y no al revés. "Hay que usar la aplicación en el dispositivo móvil" y "sentir" el efecto de usar la pantalla táctil. El esquema de control debe ser intuitivo, elegante, accesible, y se debe aprovechar la capacidad de interactuar directamente con el juego. Usar una característica como la pantalla táctil debe maximizar la capacidad del usuario para que su experiencia sea mucho más profunda. Se puede añadir que "con cada avance en la tecnología móvil, se facilita mucho la creación de aplicaciones originales."

Que sea personal

La mayoría de los grandes inventos han surgido de una necesidad personal o el deseo, y en el desarrollo de aplicaciones, esto no es diferente. En muchos casos, los programadores están tan enfocados en llenar un nicho en el mercado o en la creación de algo que ellos piensan que será un éxito, que no toman en cuenta lo que ellos mismos buscarían personalmente como experiencia propia en la aplicación. "La industria de los videojuegos es un gran negocio y te obliga a hacer una conexión con el público". Esa conexión se puede hacer mucho más fuerte cuando se crea de algo que responde a una necesidad de forma natural en lugar de estar adivinando... ¿cómo alguien lo va a querer usar?

Una vez que se obtiene algo que satisface un nivel personal, se puede decir que ya se tiene la confianza para colocarlo en el mercado abierto. Si uno mismo percibe que ha hecho una buena labor, es probable que así la perciban los demás. Al mismo tiempo, se aconseja a los desarrolladores no dudar sobre cada decisión, ya que para poder crear un producto de buena calidad, no hay que establecer metas muy altas, sino dejar lugar a la adaptabilidad y saber cuándo hay que parar o seguir adelante haciendo modificaciones que mejoren la aplicación.

Obtener retroalimentación de otros

Es importante destacar la ventaja de conseguir que la aplicación sea usada por tantas personas como sea posible en las etapas iniciales del desarrollo. Una vez que la aplicación esté en las manos de ellos, hay que observar con mucho cuidado cómo interactúan con él y analizar lo que no funciona. "Cuando uno percibe que las demás personas no tienen prisa para devolver el dispositivo, es señal de que se está en un buen camino".

Es recomendable usar el prototipo con otros. No se debe guardar el desarrollo bajo capa y espada. Hay que mostrar la aplicación a familiares y amigos para que desde el primer momento usted mismo se dé una mejor idea de la retroalimentación colectiva.

Si puede ir ajustando la aplicación que se está desarrollando, podrá obtener un producto mucho más refinado al final. La clave está en personalizar el proceso en cada etapa, exponerlo a todos sus conocidos y obtener la mayor cantidad de información antes de que sea lanzado al público.

Piensa en grande

Hay que pensar grande o regresar a casa, muchas veces esa es la disyuntiva. Desde un inicio se debe pensar en construir una aplicación enfocada en una gran audiencia, así se facilita que su adopción sea más amplia, con lo que se tiene una mayor posibilidad de éxito. Una estrategia que funcionó en muchos equipos de desarrollo, fue la creación de una aplicación que inicialmente pensaban que sería divertida y atractiva, incluyendo por supuesto un ingrediente extra: la identificación de una posible base de fans, que acrecentará significativamente el potencial para que la usen. Otra estrategia es la de ir ofreciendo versiones operativas sobre la marcha, apelando tanto *App Store* y *Google Play*. Hay que enfocarse en la creación de una interfaz intuitiva, de esta forma se tiene una mayor oportunidad de éxito.

Hay una característica extra a considerar, ya que no sólo es importante que la aplicación sea gratuita: la música para el juego es crucial y se debe tomar en cuenta la reproducción de forma continua, haciendo un esfuerzo para que las melodías coincidan con lo que está de moda en las listas de *iTunes*. Así se afianza a que se pueda tener el mayor alcance posible. Al final de todo, cuando se desarrolla una aplicación, la cosa más importante a considerar es el público.

Iniciar gratuitamente

Nada en la vida es gratis, pero, *au contraire*, a veces para el comienzo de una aplicación, esto es excelente o el único camino. El objetivo es conseguir máxima exposición, con esto se asegura desde el principio que la aplicación esté enfocada a las masas permitiendo obtener tasas de tempranas de adopción y lo más difícil de lograr: el rumor de boca-a-boca. Uno sabe que tiene una aplicación en sus manos, pero nadie más, así que es necesario que se corra la voz. En el mundo de las aplicaciones, el dicho "el dinero habla" no funciona ya que las ganancias comienzan casi siempre de forma gratuita. Por lo menos al inicio ésta debe ser la estrategia.

Después de haber hecho un gran esfuerzo, es necesario apuntalarlo con uno más crucial: conseguir de alguna manera la mayor exposición, ya sea haciendo algún tipo de acuerdo, dando la aplicación de forma gratuita inicialmente, o al menos ofrecer una versión libre. Eventualmente se pueden ir agregando más funciones y ponerles precio, pero al contar con una versión gratuita se garantiza que sea más accesible para los consumidores, al menos en la versión de prueba, y así ver si vale la pena invertir más dinero y tiempo.

Escuche a sus clientes

Aunque se pueden tener diseños serios de lo que se quiere que sea la aplicación, es muy importante que se tome en cuenta un plan que incorpore la flexibilidad y la adaptabilidad a las necesidades de sus clientes. Un ejemplo muy claro se puede observar en *App Store*, donde una y otra vez se pueden leer los mismos comentarios sobre los errores no corregidos y que se repiten en las versiones posteriores. Ésta es la manera más segura de perder clientes y caer rápidamente en el olvido de *App Store* y *Google Play*.

Por lo general se pierde mucha energía para diferenciar el desarrollo y centrarse en la calidad y la atención al cliente. Cuando uno logra que a su constante innovación tecnológica se le incorporen los comentarios que responden a las necesidades de los consumidores, estos inmediatamente aprecian el esfuerzo, lo que crea a su vez un cliente fiel.

Cautivar al usuario

Entre los cientos y miles de aplicaciones disponibles en *App Store* y *Google Play*, es necesario ofrecer algo único que destaque. El criterio fundamental para crear una aplicación exitosa debe ser brindar algo asombroso. "La aplicación necesita cautivar al usuario de alguna manera, tiene que aportar un valor real o un entretenimiento tal, que no sea transitorio".

Cuando los usuarios están enganchados, les contarán a sus amigos sobre la APP. El rumor de boca-a-boca es una parte crucial del éxito de cualquier aplicación. Como ejemplo se puede tomar a *Bump*, que es la octava aplicación más descargada de *App Store* en los EE.UU. Sus creadores acreditan el éxito a los usuarios, y con justa razón, ya que ellos tienen que ver con ese alto nivel de aceptación. La compañía que creó dicha APP, sólo ha gastado un total de \$42 USD en el marketing para crear un video de demostración en *YouTube*, además de \$22 USD para el fieltro negro usado como telón de fondo y \$20 USD de un paquete de cintas de video. Mencionan, por cierto, que la cámara es prestada. Este es un testimonio verdadero de lo poderoso que puede ser un usuario que esté contento y puede ser el inicio del crecimiento de la marca.

Tener una visión

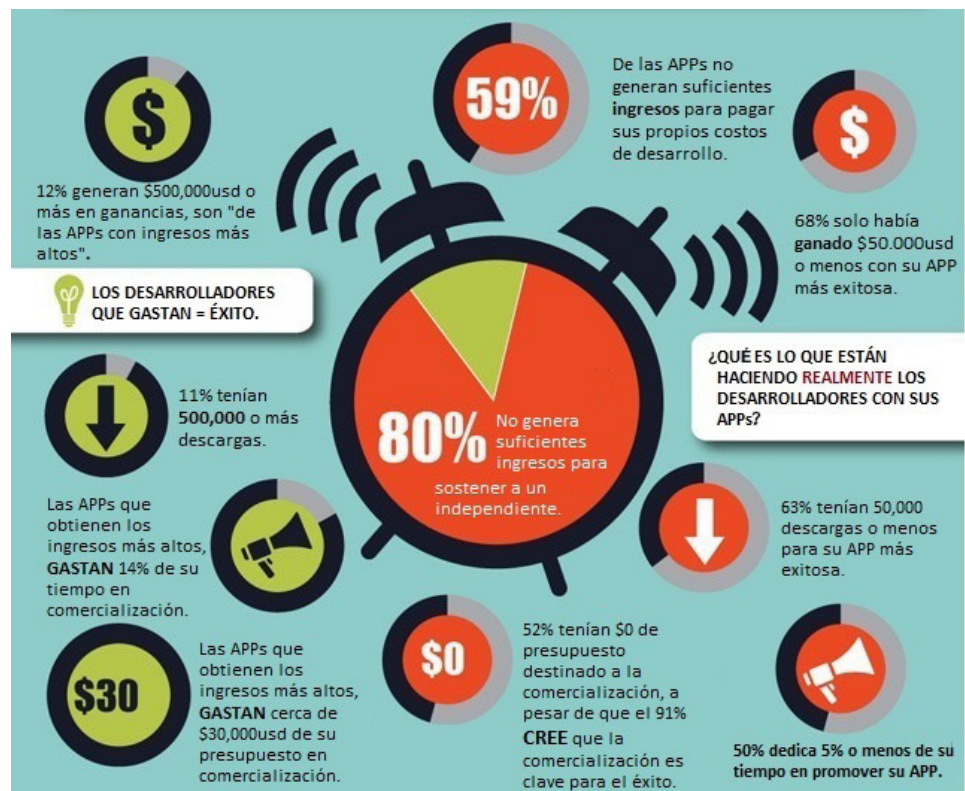
Se puede tener una gran idea, pero hay que pensar más allá de ella, así como anticiparse a los cambios que va a sufrir la aplicación en su funcionalidad cuando esté utilizándose en el mundo real. En el instante en el que se está creando una aplicación, se recomienda identificar un hecho cotidiano para satisfacer la necesidad que conlleve y observar con mucho cuidado cómo los usuarios están interactuando con la tecnología que se quiere crear.

Un ejemplo de un proyecto que surgió de una "necesidad demasiado mundana" es *SoundHound*: ¿Cuántas veces ha sucedido que en la radio se escucha una canción y que en ese instante es imposible recordar el nombre de ésta a pesar de haberla escuchado muchas veces, o que apenas acaban de mencionarlo? El equipo de desarrollo de *Soun-*

dHound previó oportunamente estos escenarios y se dedicó a crear una solución móvil, de esta forma logró establecer un nuevo estándar para el reconocimiento de música en tiempo real.

Para el desarrollo de una aplicación es importante contar con un contexto útil y para proporcionar usabilidad, además de entretenimiento: ese es el sendero del éxito. Todo se trata de la visión. Hay que conocer a la perfección lo que se está tratando de lograr. ¿Puede ser un golpe de suerte? Puede ser cualquiera. Sin embargo, si la respuesta es "no estoy seguro", entonces se debe comenzar a cuestionar si es posible entrar en el juego. Las aplicaciones exitosas se basan en la visión, nunca en la pasividad, y muchas veces hay que tener mucha paciencia para obtener beneficios, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 1. Expectativas de beneficios en el desarrollo de APPs.



Nunca rendirse

Las grandes razones por las que muchos desarrolladores han alcanzado niveles estratosféricos de éxito son tenacidad, persistencia y nunca darse por vencidos. El último consejo es: los desarrolladores tienen que tener mucha paciencia y estar continuamente preguntándose qué se puede hacer para mejorar la aplicación. En este nuevo mercado pleno de gente, una aplicación tiene a su disposición distintas maneras para llegar a ser reconocida. Se debe enfatizar mucho en un buen diseño y funcionalidad correcta. La calidad nunca puede ser exagerada. Los consumidores inteligentes identifican rápidamente los

mejores productos, y si realmente ofrecen algo excepcional, el mercado va a reaccionar.

Nunca hay que darse por vencido. Refine su idea hasta sea fácil de implementar y haga una lista de las características avanzadas que se puedan agregar a las actualizaciones si el primer lanzamiento es bien recibido. En la liberación de actualizaciones se deben abordar de forma inmediata los comentarios del cliente, manteniendo siempre la aplicación pertinentemente actualizada.

Tendencias de desarrollo

Para complementar los consejos, es importante seguir las tendencias que marcan el desarrollo de APPs, que son:

- Resolver problemas cotidianos (salud y bienestar, estilo de vida, compras, estado del tiempo, lectura de noticias, etc.)
- Comunicación
- Entretenimiento (fondos de pantalla, juegos, música, video, foto, etc.)
- Educación
- Trabajo (finanzas, negocios)

Al observar cuáles son las aplicaciones móviles más populares en *Google Play* y *AppStore* (pagadas y libres) se pueden observar las siguientes tendencias.

Gratis y de pago

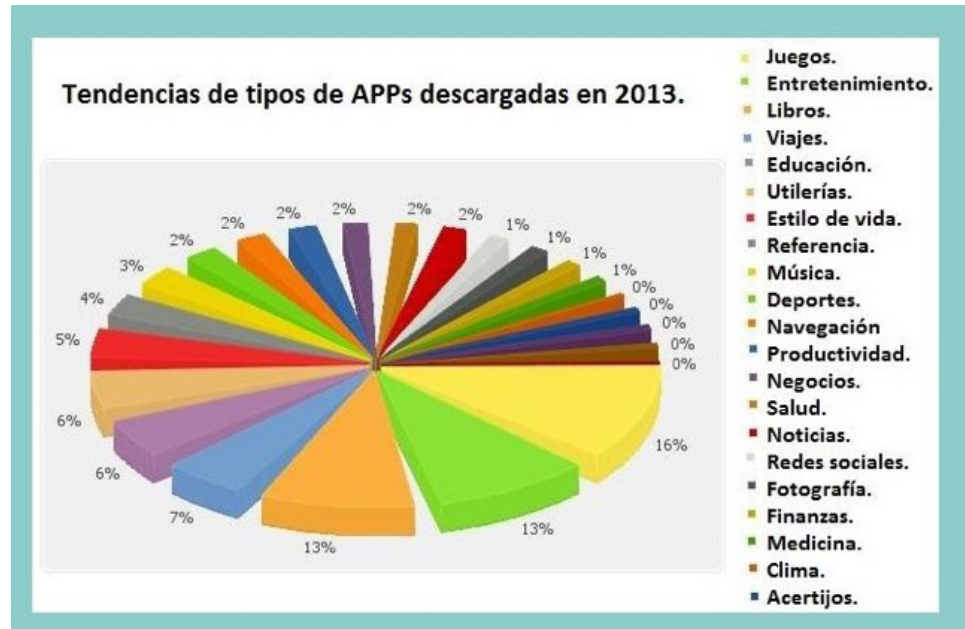
Según las propias estadísticas realizadas por *Google Play* y *App Store*, las aplicaciones de entretenimiento se encuentran entre las mejores aplicaciones de pago en *Google Play*.

- Juegos (*Candy crush, Cut the Rope, Where's My Water, Rebuild, Angry Birds Space Premium*)
- Widgets (*Beautiful Widgets, HD Widgets (3.0 Beta)*)
- Fotografía (*Paper Camera, Camera ZOOM FX*)
- Dibujo (*Draw Something*)
- Música (*Poweramp Full Version*)

Las más solicitadas para organizar la vida cotidiana, mejorar la comunicación y el entretenimiento son:

- Herramientas (*Street View de Google Maps, Total Commander, Documents To Go*)
- Comunicaciones (*Opera Mini web browser, Gmail, Skype*)
- Entretenimiento (*SpeedMoto, Gold Miner, Angry Birds*)

Figura 2. Tendencias.



En cuanto a la *App Store*, las aplicaciones más populares y mejor pagadas son para el sector de entretenimiento y las comunicaciones. En este mercado, obviamente los juegos dominan.

- Juegos (*Plantas vs Zombies, Candy Crush, Plague, Angry Birds Space, Where's Waldo, Where's My Water, Fruit Ninja*)
- Comunicaciones (*WhatsApp Messenger*)
- Fotos (*Camera+*)


Lo mismo sucede con las aplicaciones gratuitas, en donde la tendencia del entretenimiento domina por mucho en la *App Store*.

Conclusiones

Estas tendencias son fáciles de explicar. La gente está dispuesta a pagar por el entretenimiento (juegos, etc.) y no por las herramientas de negocios, porque esperan que las herramientas de trabajo ahorren dinero y no lo contrario. También aquí existe una interdependencia: por un lado, los usuarios pagan por aplicaciones de entretenimiento, porque son bonitas y tanto su diseño como su usabilidad están muy bien pensadas. Por el otro lado, lo anterior refuerza a que los desarrolladores para móviles, al observar que los usuarios están dispuestos a pagar, hacen más esfuerzos para crear aplicaciones que están cualitativamente mejor diseñadas.

Así, podemos observar que los usuarios de la *App Store* descargan con más frecuencia juegos y los usuarios del *Google Play*, aplicaciones. Sobre esta base, podemos llegar a la conclusión de que *Android* es la plataforma para dispositivos móviles que las

personas utilizan para el trabajo, e iOS es elegido por las personas que ven al iPhone como un teléfono inteligente enfocado al entretenimiento, y al iPad como una consola de juegos móvil.

Entonces... ¿Qué tipo de aplicaciones móviles se deben crear para ser exitosas? En primer lugar, depende de los objetivos. Si el objetivo principal es hacer dinero, será mejor enfocarse en desarrollar un juego de paga para iOS. Los propietarios de iPhones e iPads están dispuestos a pagar por juegos, en comparación con los fans de *Android*. Si se desea "cambiar el mundo" y ayudar a la gente a resolver sus problemas, la mejor posibilidad para apreciar el esfuerzo, es crear una herramienta gratuita o una aplicación de productividad para *Android*.

Bibliografía

[1] Apple Store: <http://store.apple.com/mx>

[2] *Google Play*: <https://play.google.com/store?hl=es>

[3] MURETA, Chad. *App Empire: Make Money, Have a Life, and Let Technology Work for You*. New Jersey. John Wiley & Sons, Hoboken, 2012.

[4] Smashing Magazine: <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/04/05/>

