



Tesis para optar el título de licenciada en Diseño Gráfico Publicitario,
mención Identidad e Imagen Corporativa



**“EL USO DEL DISEÑO ESTRATÉGICO
PARA GENERAR UNA MEJORA DENTRO
DE LA ESTRATEGIA DE SERVICIO AL
CLIENTE EN LAS REDES SOCIALES DEL
JUEGO AUDITION LATINO ONLINE DE
LA EMPRESA AXES05 ”**



AUTOR

Grecia Daneri Cárdenas

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comportamiento del usuario frente a ordenadores

ASESOR

Carlo Rodríguez Viñas



DEDICATORIA

A mis padres y abuelos, por tener tanta paciencia y nunca perder la fe en mí.

A Gloria, mi tía, por su apoyo constante y dedicación para con este proyecto.

AGRADECIMIENTO

A Victor Yarleque, por brindarme toda la información necesaria para la realización de esta investigación.

A Javier Albarracín, por el apoyo en este trabajo de investigación. Fue muy amable en recibirme y atender todas mis dudas.

A Carlo Rodríguez, mi asesor, por toda la paciencia y apoyo. Sé que sin su ayuda este trabajo aún seguiría inconcluso.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 Descripción de situación problemática:	10
1.2 Formulación del problema:	14
1.2.1 Problema general.....	14
1.2.2 Problemas específicos.....	14
1.3 Objetivos de investigación	15
1.4 Justificación de la investigación.....	15
1.5 Viabilidad	15
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1 Antecedentes.....	16
2.2 Bases Teóricas:.....	20
2.2.1 Videojuegos.....	20
2.2.2 Redes Sociales.....	48
2.2.3 Servicio al Cliente.....	53
2.2.4 Diseño Estratégico.....	566
2.3 Definición de términos básicos.....	58
3. MARCO METODOLÓGICO.....	60

3.1	Diseño de investigación.....	60
3.2	Pre-supuesto	60
3.3	Categorización:.....	61
3.1.1	Categoría.....	61
3.4	Definición Conceptual.....	62
3.5	Población, muestreo y muestra.....	63
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	63
3.6.1	Descripción de los instrumentos.....	64
3.6.2	Validación de instrumentos por expertos.....	79
3.7	Técnicas para el procedimiento y análisis de los datos.....	83
4.	RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO.....	88
5.	CONCLUSIONES.....	97
6.	RECOMENDACIONES.....	99
7.	FUENTES DE INFORMACIÓN	101
7.1	Fuentes bibliográficas.....	101
7.2	Fuentes electrónicas.....	102
	ANEXOS.....	104

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.....	31
Imagen 2.....	32
Imagen 3.....	33
Imagen 4.....	34
Imagen 5.....	35
Imagen 6.....	36
Imagen 7.....	37
Imagen 8.....	38
Imagen 9.....	39
Imagen 10.....	40
Imagen 11.....	41
Imagen 12.....	42
Imagen 13.....	43
Imagen 14.....	44
Imagen 15.....	45
Imagen 16.....	46
Imagen 17.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	75
Figura 2	76
Figura 3	77
Figura 4	78
Figura 5	85
Figura 6	86
Figura 7	87

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es determinar de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de atención al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.

La técnica utilizada para este proyecto de carácter cualitativo fue la utilización de entrevistas semi-estructuradas: A jóvenes de entre 19 y 25 años que ya lleven más de 5 años jugando (con la finalidad de conocer cuál es su percepción de la atención al cliente a lo largo de estos 10 años de existencia de Audition Latino en Latinoamérica), al representante del juego en Perú (para conocer cuál es su versión de los hechos y qué problemas están en su poder para solucionar y qué otros delegar) y a un especialista en lo que es análisis de mercado, marketing digital y videojuegos (para establecer parámetros específicos de lo que serían las buenas prácticas de la atención al cliente en redes sociales).

Finalmente, como resultado se obtuvo que el descontento por parte de los usuarios de Axeso5 es debido a la falta de respuesta y congruencia dentro de las redes sociales al momento de atender algún reclamo, queja o sugerencia.

INTRODUCCIÓN

El auge de los videojuegos ha sido inminente en los últimos años, más aún con la llegada del Internet; y con ello, nuevos parámetros y objetivos de marketing.

Con la llegada del consumidor 2.0, se tuvieron que esclarecer nuevas estrategias con el fin de satisfacerlo. Ya que, éste, por su condición de internauta, es influenciador y sensible; y como tal, tiene que ser escuchado y atendido.

En esta investigación, no solo se hablará de los inconvenientes que genera el no tener una estrategia clara de Servicio al Cliente, sino también, se brindarán herramientas que pueden servir a la identificación de las falencias del servicio. Por otro lado, se dará a conocer las fortalezas y oportunidades que tiene el juego Audition Latino Online, y cómo, a pesar de las dificultades, tiene mucho potencial.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de situación problemática:

En los últimos años, los videojuegos han pasado a formar parte importante en la vida de los millennials y los post-millennials, que, según 'Pew Research Foundation', los primeros son aquellos que nacieron entre 1981 a 1996, mientras que, los segundos, son aquellos nacidos de 1997 en adelante. Ya sea por hobby, afición o profesionalismo, no cabe duda que el prejuicio del videojuego ha quedado en el pasado. Solamente en el 2012, los videojuegos ya representaban el 55% del gráfico estadístico de entretenimiento según ADESE (Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento) en su balance económico de la industria del videojuego en España. Pero, ¿a qué se debe este gran éxito por parte de las compañías gamers? Huguet, J., González, J. (2012) en su libro "Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing" explican que existen cinco pilares que definen el éxito de un videojuego:

- El concepto: la capacidad que posee el videojuego de lograr que una persona se compenetre con los personajes, vivir sus aventuras; es decir, ser más de una persona a la vez.
- La tecnología: esto incluye, no solo a la consola, sino también al juego en sí.
- La creatividad: el videojuego no solo es jugabilidad y gráficos, también es audio, sonido e historia. A esto se le llama "Creatividad Narrativa" y consta de crear una experiencia emocional con el consumidor.
- La creación de íconos culturales: desde una persona haciendo cosplay de Mario Bross hasta artistas jugando videojuegos, son algunos de los hitos que han permitido que estos estén donde están. Viralización: en esta parte también se incluye la creación de una comunidad.
- La reinención continua: las empresas buscan llamar la atención del consumidor por medio de distintos canales de compra de videojuegos; además, buscan fidelizarlos a través de diferentes medios, ya sea físico o virtual. (p. 25)

Dentro de este último punto se debe tener en cuenta la constante evolución del consumidor, prestarle atención y saber qué es lo que necesita antes de que éste lo sepa. Adaptación.

Por otro lado, este proceso consta de las características que tenga el consumidor al momento de la decisión de compra y/o adquisición. Solomon, M. (2017) en su libro “Comportamiento del Consumidor”, dice que bajo estos parámetros surgen tres distintos aspectos: antes, durante y después de la compra:

- Antes de la compra: ¿Qué hace que el consumidor decida comprar tal y cuál producto? ¿Cómo se entera de la existencia del producto?
- Durante la compra: La experiencia de adquisición del producto. ¿Las ofertas y promociones influyen en la velocidad de la compra?
- Después de la compra: ¿Qué le dice al resto del producto? ¿Lo seguirá consumiendo? (p. 7)

Actualmente, el proceso de la experiencia de un usuario a través de los tres parámetros de compra, se le denomina Marketing de Servicios. Por ejemplo, si la empresa no cumple sus promesas, da un mal trato, no comprende a su consumidor, hace perder el tiempo, etc., significa que hay una falla en su estrategia de servicio, ligada estrechamente con la parte de Servicio al Cliente. Es por este motivo, con la finalidad de mantener una relación más afín con los usuarios; de tener una estrategia convencional entre empresa, distribuidor y usuario, pasaron a tener una en la que el usuario pudiera conversar directamente con la empresa. Esto lo hicieron posible las redes sociales, en especial Facebook, puesto que es más fácil de delimitar a los interesados, a los clientes y futuros clientes, saber qué les gusta y qué no, fidelizarlos, aumentar la visibilidad de la marca, crear comunidad y convencer. Además, deben enfocarse en conectar con el consumidor, saber qué quiere/necesita y dárselo, puesto que ellos, al ser consumidores activos son quienes influyen y tienen el poder para decidir si realizar la compra o no (Castelló, 2010).

Blizzard Entertainment es una empresa de videojuegos conocida por World of Warcraft, StarCraft, Diablo III, Overwatch, HearthStone y Heroes of the Storm. Una de las principales ventajas que tiene esta empresa es que sus trabajadores son “gamers”; es decir, su público objetivo trabaja con ellos. Desde la recepcionista hasta el desarrollador del juego, son “gamers”. Esto no solo proporciona una gran ventaja al momento de realizar y desarrollar las ideas para un nuevo videojuego, sino que ayuda a saber qué es lo que quiere el “gamer” a nivel interpersonal; es decir, qué desea que la empresa haga por ellos.

Bill Roper, quien fue el vicepresidente de Blizzard entre los años 1994 y 2003, dijo: “Nosotros nos hemos dedicado siempre a realizar los mejores videojuegos y a no publicarlos hasta que cumplan con los estándares que nosotros y nuestros clientes esperan y merecen”. Esto quiere decir que mientras muchas otras empresas prometen publicar un juego en una fecha, puede suceder que, ese juego no esté del todo completo; lo publican y más adelante lo actualizan, ellos no. Otro de los objetivos que tiene Blizzard como empresa es entregar videojuegos sin bugs, normalmente se dedican entre 15 a 20 personas en “testear” un videojuego para conocer sus fallas y solucionarlas lo más inmediato posible; es así como en la actualidad, un bug en Overwatch no dura más de un día mientras que en otros videojuegos de otras empresas, pueden durar dos o tres días, o tal vez hasta la próxima vez que actualicen. Además, sus “testeos” son online lo que les genera una ventaja en saber hasta dónde aguanta la red de su BattleNet. Además de brindar un buen servicio con respecto a las dinámicas del juego, en sus redes sociales buscan interactuar con la comunidad; de este modo, las personas que hacen las voces de sus personajes son jugadores, miembros de la comunidad. Les hacen un “cast” y si aprueban, genial, son parte del mundo de Blizzard. No solo ello, cada mes o cada actualización, realizan un video por parte de los desarrolladores en el que explican cuáles son las cosas que han cambiado, qué de nuevo han hecho y qué es lo próximo que vendrá.

Audition Latino Online es un videojuego en 3D adquirido por la empresa argentina Axeso5 en el 2008. Éste, como el resto de la franquicia del juego comenzó en Corea del Sur por la empresa T3 Entertainment en el año 2006. Conforme han ido pasando los años, varias empresas han comprado los derechos del juego para poder

utilizarlo en distintas partes del mundo (Europa, Tailandia, China, Japón, América del Norte, Brasil, Latinoamérica, etc.) Este juego, el cual es Free To Play, consiste en bailar al ritmo de distintas canciones, ya sean del mismo juego o hits mundiales conocidos. Axeso5 no solo es dueño de este juego, además, cuenta con Zula, Elsworld, Zombies Monsters Robots, Karos Online, Ace Online, League of Angels y Naruto.

En el año 2006, la empresa Nexon, conocida mundialmente por GunBound y MapleStory, adquiere Audition Online, la comunicación, puesto que era una empresa americana, era en inglés. Como los primeros juegos ya mencionados, eran muy populares en esos años en Latinoamérica, fue cuestión de tiempo que una empresa latina lo comprara. Es así como en el 2008, cuando el juego cierra y es comprado por otra empresa americana: Redbana (actualmente sigue funcionando). Axeso5 también compró parte de los derechos para hacer un Audition Latino Online.

Sin embargo, a pesar de ser una gran franquicia, consta de muchos errores a nivel estratégico, siendo algunos: la incapacidad por satisfacer a sus consumidores dentro y fuera del juego, el soporte que ellos tienen es dudoso y muy pocas veces soluciona los errores de manera inmediata. Se han registrado casos en que un usuario ha tenido que esperar a la siguiente actualización (se realizan una vez al mes), para solucionar su problema. Tampoco buscan mantener a sus clientes antiguos, solo atraer nuevos, las publicidades que se realizan en Facebook para ciertos eventos, muchas veces son falsas, pero no porque sea un error de comunicación, sino porque al momento de programar lo hacen mal, por lo que, al momento de entregar los ítems, son otros o simplemente no llegan. Cabe recalcar que, si bien el problema es comunicado el mismo día de la actualización, no se resuelve hasta pasadas las dos semanas a un mes.

Estos problemas, a pesar de ser dentro del juego, existe un problema con respecto a la comunicación e información que se brinda, siendo así que cuando un usuario pregunta, se queja o hace alguna sugerencia, no se le toma en cuenta, se le ignora, o se le da una respuesta poco sincera, es por eso que esta investigación tiene

como objetivo determinar de qué manera el uso del diseño estratégico genera una mejora en la estrategia de servicio al cliente del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.

1.2 Formulación del problema:

Basado en el texto anterior, esta investigación tiene como objetivo determinar de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa axeso5?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo el diseño estratégico influye para identificar las falencias dentro de la estrategia de atención al cliente de Audition Latino Online de la empresa Axeso5?

¿De qué manera el diseño estratégico influye como canal de comunicación en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5?

1.3 Objetivos de investigación

- **Determinar** de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.
- **Identificar** cuáles son las falencias actuales dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.
- **Argumentar** cómo el diseño estratégico influye como canal de comunicación en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.

1.4 Justificación de la investigación

- De acuerdo al nivel de competencia actual en el rubro de los videojuegos, es competente tener una estrategia clara y concisa, que no solo sirva para promocionar un producto, sino a identificar el(los) problema(s) que tiene el usuario y solucionarlos de manera eficiente.
- Esta investigación tiene como propósito enriquecer la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales de Audition Latino Online, puesto que, si el usuario no es feliz, no seguirá jugando. Éste tiene amigos, y sus amigos decidirán irse con él. Al final, es una reacción en cadena que puede perjudicar significativamente a la empresa.

1.5 Viabilidad

- Se tiene contacto directo con jugadores desde los inicios del juego; por lo tanto, su opinión acerca de los errores del mismo es de suma importancia.
- Se cuentan con herramientas que ayudarán a realizar una mejor identificación de las falencias del juego a nivel servicio.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En la búsqueda de reportes de información del presente estudio, se han encontrado las siguientes investigaciones:

- Garfias, J. (2013) realizó la investigación “El estereotipo del gamer: hacia una nueva significación”, realizada en la Universidad Nacional Autónoma de México, explica que el estereotipo busca eliminar cada peculiaridad singular de un individuo para colocarla dentro de un grupo con características similares. Es decir, buscan interpretar la realidad, más no reflejarla. Para su investigación, se utilizó una metodología cualitativa por medio de una encuesta con la escala psicométrica de Likert a 100 personas, entre hombres y mujeres universitarios con un promedio de edad de 20 años, con el fin de identificar la autoevaluación de los gamers hacia ellos mismos y de la visión que tiene la gente externa de ellos.

Como conclusión, la mayoría de “gamers” son hombres adolescentes, siendo el 8% de mujeres las únicas que juegan videojuegos. El 96% de los encuestados cree que los videojuegos son divertidos, el 65% cree que fomentan la socialización y el 53% piensa que son una herramienta educativa.

- Ortiz, G., Uribe, C. (2015) en su investigación “Acercamiento a la experiencia de ser gamer: Percepción de autoconcepto en videojugadores/as”, realizada en la Universidad del Bío-Bío, Chile, busca saber cómo los videojuegos han aportado a los gamers de 18 a 24 años a formar su autoconcepto. Para esta investigación se utilizaron entrevistas semi-estructuradas bajo una metodología cualitativa. Con ellas, se llegó a la conclusión de que el aporte del videojuego hacia el autoconcepto se forma gracias a la frecuencia con la que se juega; es decir, si el gamer va torneos, actividades de grupo, actividades que requieran una

interacción social. Si por ejemplo, el jugador, solo ve al videojuego como un hobby, y no busca la interacción, no formará parte de su autoconcepto.

- Quispe, M. (2016) realizó la investigación “El uso de videojuegos y las relaciones interpersonales en estudiantes de la IES. Mariano H. Cornejo, que acceden a cabinas de Internet Juliaca - San Roman 2016” de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Tuvo como objetivo determinar en qué medida las relaciones interpersonales en los estudiantes se relacionan con el uso de los videojuegos. Para esto, la metodología utilizada fue de método hipotético - deductivo y el tipo de investigación fue no experimental. Se realizó una encuesta a 120 alumnos, la cual dio como resultado que efectivamente sí existe una relación significativa entre los videojuegos y las relaciones interpersonales.
- Gonzáles, J. (2010) en su tesis “Jugabilidad. Caracterización de la experiencia del jugador de videojuegos” menciona que la jugabilidad es un concepto abstracto y difícil de definir puesto que comprende características funcionales (sistema) y no funcionales (experiencia) que, combinados, brindan la experiencia de diversión y entretenimiento de forma satisfactoria ya sea solo o en compañía. En esta investigación, se presentan como principales objetivos el analizar la experiencia de usuario y analizar las distintas propuestas de jugabilidad existentes.

Como conclusión se define que la jugabilidad es una experiencia dual entre el diseño de videojuego, los recursos que utiliza tales como recompensas, retos, misiones, historia, etc; y la experiencia que tenga el jugador al momento de jugar el juego: uno de los factores más importantes son las experiencias cognitivas que corresponden a los recuerdos, pensamientos, sentimientos que tenga el jugador al recordar el juego.

- Prado, H. (2015) en su investigación “Posicionamiento de una marca o comunidad virtual a través del Social Media Marketing. Caso: Comunidad virtual “Código Mujer” busca saber cómo esta herramienta de Comunicación Directa y Generación de Valor brinda a la empresa y sus clientes la posibilidad de generar “engagement” o interacción. La metodología que utilizó fueron las herramientas de medición que Facebook proporciona para una FanPage, ya que proporciona Insights y Conductas del Consumidor que permiten saber qué estrategias seguir usando. Se llegaron a tres conclusiones significativas:
 - Se debe tener mucho cuidado con los mensajes que se publican en internet puesto que los usuarios tienen gran poder de elección, voz y voto.
 - Gracias a la estrategia de marketing en redes sociales se logrará poseer una imagen reconocida en el mercado; lo cual le otorgará un mejor posicionamiento a la empresa.
 - Facebook es uno de los canales más rentables en la actualidad.

- Collahuazo, A., Monar, J., Mendoza, R. (2016) en su investigación “Plan de Marketing para BlackBird Games”, una empresa dedicada a la creación y distribución de videojuegos para dispositivos móviles, de la UP (Universidad del Pacífico) tiene como objetivo elaborar el plan de marketing de esta empresa. La metodología utilizada fueron entrevistas a expertos y usuarios en el que concluye que es necesario realizar un cronograma de lanzamiento que construya buenas experiencias para/con los usuarios provocando la recomendación del juego y conocimiento de la marca. También, considera que es necesario que la empresa piense en corto plazo para realizar sus objetivos puesto que la competencia del medio es demasiado grande. Por otro lado, también menciona que las compañías de videojuegos móviles deben enfocar su presupuesto en los usuarios que generen mayores compras, el cual equivale a \$25 mensuales.

- Martí, J., Currás, R., Sánchez, I. (2010), en su investigación “Nuevos formatos de publicidad: *advergaming* como estrategia comunicacional de marketing” para la Universidad de Valencia en España que tiene como objetivo analizar las diferentes tipologías existentes y sus efectos sobre los diversos objetivos de marketing y de comunicación. Ellos hablan de que para utilizar de manera eficaz esta estrategia

de publicidad es necesario tener claros los objetivos de marketing. Ya sea alcanzar nuevo público, conseguir interacción entre el consumidor y la marca, dar a conocer la marca o que las personas sientan mayor empatía con ésta. Es gracias a la definición de estos objetivos que el diseño del advergame serán diferentes. Otro factor importante es saber delimitar el público objetivo para así poder delimitar los canales de difusión del juego, conocer dónde vive, qué hace, qué piensa, qué desea/quiere, son factores que la compañía debería delimitar.

- Vergara, A. (2017), en su tesis “Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria” para la UPC de Perú, donde el objetivo es reducir el tiempo de espera y brindar una mejor atención a los clientes con el fin de ser el banco con los clientes con el mayor índice de satisfacción. De este modo, la metodología que utilizó fue la de Gestión de Procesos, con el fin de aligerar los tiempos para mejorar la calidad de la atención. Por lo tanto, se utilizaron calendarios y cronogramas de actividades para poner un orden a éstas; y ver cuáles son viables y cuáles no.

Como conclusión, determinó que su propuesta de mejora, le daría al banco un ingreso de S/. 183,000.00 anual gracias a la realización de los planes de control, monitoreo y seguimientos de los procesos. De esta forma, el tiempo de espera disminuyó de 6.5 minutos a 3.5 minutos. Y las ganancias se verían a partir del sexto año de realizado con una tasa interna de retorno del 56%.

- Aguilar, R., Guija, J., Polanco, M., Rosales, J. (2017), en su investigación sobre la “calidad en el servicio en el sector cines en Lima” que tuvo como objetivo validar el modelo SERVQUAL (Model of Service Quality) de servicio para este sector. Es así como ellos utilizaron una metodología cuantitativa en base a encuestas a trecientas ochenta y cinco personas de Lima Metropolitana para conocer sus percepciones y expectativas sobre el servicio. Estas encuestas fueron partidas en dos secciones: expectativas y percepciones. Como resultado, obtuvieron que el modelo sí permite analizar el nivel de conformidad de servicio en el sector cine, puesto que facilita a la empresa a mantener su propuesta de valor. De esta forma, los cinco pilares del SERVQUAL (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta,

seguridad y empatía) tienen un impacto significativo en el cliente para definir si un servicio es bueno o no.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Videojuegos

En la actualidad, el uso de los videojuegos forma parte tanto de los niños como de los jóvenes del siglo XXI. No solo son de uso recreativo, sino que también son una herramienta de relación en la que el jugador puede entablar diálogos y relacionarse más abiertamente con su familia y amistades.

De acuerdo a lo presentado anteriormente, los juegos han pasado de ser un pasatiempo individualista a uno colectivo. Las relaciones interpersonales son mejores, siempre y cuando sea del mismo grupo de interés. En el caso de Audition Latino, dentro del juego existen “familias” o como se le conoce en otros videojuegos: clanes. Son tan unidos que hacen reuniones, fiestas, paseos, etc. juntos.

Videojuegos Offline

La historia de los videojuegos es muy extensa; sin embargo, se puede decir que todo empezó con uno llamado OXO o también conocido como “Nought and Crosses”, desarrollado por Alexander S. Douglas en 1952. Éste era la versión computarizada del juego “michi”, el cual era 1vs1 contra la máquina. Más adelante, en 1958 se crea un juego virtual de tenis de mesa llamado “Tennis for Two”, creado por William Higginbotham. En 1962, se crea “Spacewar!”, un juego multijugador de lucha entre dos naves espaciales. Para 1966 ya se estaba empezando un proyecto llamado “Fox and Hounds”, el cual sería el primer juego doméstico. Este juego fue desarrollado para el año 1972 y se le cambió el nombre a “Magnavox Odyssey”, éste, sería la primera consola puesto que se conectaba al televisor. Más adelante, por la década de 1980, llegaron distintas consolas al mercado doméstico, entre ellas: Odyssey 2 (Phillips), Intellivision (Mattel), Colecovision (Coleco), Atari 5200 (Atari), Commodore

64 (Commodore). Por otro lado, también se crearon las máquinas recreativas o más conocidos como “arcades”: “Pacman”, “Battle Zone”, “Pole Position”, “Tron”, “Zaxxon”.

Generación de los 16 bits:

En el año 1983, Nintendo crea su primera consola llamada Famicom, el cual, en todo occidente sería conocido como NES (Nintendo Entertainment System). Más adelante, debido a que la capacidad gráfica de los videojuegos iba en aumento y una sola consola no podía aguantar varios de estos dentro suyo, se crearon los cassette que contenían un juego por dispositivo. Es así como nacieron consolas como: Super NES, Master System y Mega Drive. Esto dio paso a nuevas tecnologías y es así como para la época del 2000 ya existían los CD-ROM.

Generación de los 32 bits:

Durante estos años, se fueron experimentando con videojuegos 2D y 3D; sin embargo, este último empezó a volverse muy popular, eran nuevos, vistosos, modernos y, sobre todo: divertidos. Es así como nacen consolas como: la PlayStation, el Nintendo 64 y el Sega Saturn. Por otra parte, gracias al auge de las consolas, era inevitable que los conocidos “arcades” siguieran en pie, su declive fue inminente; sin embargo, lograron sobrellevarlo y se crearon juegos más modernos como los arcades de carreras, disparos, y el conocido Dance Dance Revolution.

A su vez, nacen consolas portátiles como la GameBoy. Es en esta época que Nintendo consigue un gran apogeo y se llevó el mercado de los videojuegos, pero solo en el mundo portátil, ya que PlayStation se ganó el mercado para consolas caseras con videojuegos como Final Fantasy, Resident Evil, GTA, Metal Gear Solid, etc.

Más adelante, salieron consolas como el GameCube, el PlayStation 2, Xbox 360 y así hasta las consolas modernas que tenemos en la actualidad: WiiU, PS4, Xbox One, etc. (Belli y López, 2008).

La era de las consolas, sigue en pie. Sin embargo, muchas personas las han reemplazado por las PC puesto que los juegos que se venden para Sony, Nintendo y Windows, son los mismos que hay para PC. Es por este motivo que, actualmente, se venden juegos exclusivos de una u otra consola.

Videojuegos Online

El 13 de septiembre del 2005 alrededor de 4 millones de jugadores sufrieron una infección. Los programadores del videojuego World Of Warcraft (WoW) instalaron una actualización; en la cual, los jugadores por medio de equipos podían matar a un *superboss* que les brindaría *items* raros. La peculiaridad de este evento era que el villano tenía el poder de envenenar a los jugadores y bajarles poco a poco la vida. Los programadores creyeron que esta habilidad provocaría que los jugadores quisieran comprar más pociones y llevar más *healers* al campo de batalla. Sin embargo, los jugadores, debido al miedo de morir, decidieron retirarse de la batalla y fueron a las ciudades (*safe places*) para recuperarse. Lo que sucedió después fue sorprendente, el virus del boss que había infectado a cierto jugador, lo siguió con él hasta las ciudades haciendo que contagiara al resto de jugadores. Por supuesto, los de bajos niveles no podían soportarlo y morían. Éste fue un caso de estudio para muchos profesionales, entre ellos, los psicólogos, puesto que las actitudes que se tuvieron en el juego, eran actitudes que se tienen en la vida real con respecto a los virus e infecciones. Debido a la infección, los programadores decidieron poner en cuarentena a aquellos jugadores infectados, pero ellos no siguieron las normas; es más, muchos de los *healers* (sanadores/médicos del juego) intentaron sanar a sus jugadores, pero no tuvieron éxito. Muchos otros decidieron escapar de la infección yendo de ciudad en ciudad, propagando el virus. Otros, por curiosos iban a las ciudades a ver cómo lucían los infectados, obvio, contagiándose ellos también. Como solución al problema, Blizzard (la compañía creadora), decidió cerrar y reiniciar el juego y eliminar por completo al *boss* y su habilidad infectante (Lofgren y Fefferman, 2007).

Esto quiere decir que, un videojuego no solo es un mundo virtual en el cual te puedes divertir y conocer nuevas personas, es una plataforma en la que uno, como

ser humano, vuelca todos sus conocimientos, características y costumbres en el personaje 3D de la pantalla. Es por este motivo, que, a pesar de estar divididos tras una pantalla, continentes, zonas horarias, etc., se forman comunidades y amistades dentro de los videojuegos.

Géneros de videojuegos

- **Beat them up:** Juegos de pelea por niveles. En este género, el personaje debe combatir con varios enemigos hasta llegar al jefe final. Un ejemplo es Megaman.
- **Lucha:** Juego convencional de lucha, como es el caso de Street Fighter, Mortal Kombat, Tekken, etc.
- **Juegos de acción en primera persona:** Son los juegos en los que uno se vuelve el protagonista y la cámara observa lo que uno observa. Tales como Doom y Counter Strike.
- **Acción en tercera persona:** Es un personaje en el cual la persona puede observar en su totalidad desde la pantalla, a diferencia del juego en primera persona que se veía como si uno fuera el personaje. Algunos de los juegos más populares son: Kingdom Hearts, Final Fantasy, GTA, etc.
- **Infiltración:** Son los juegos en los que en base a misiones avanzas el juego. Se requiere ser bastante sigiloso dentro del juego para poder cumplir los objetivos. Algunos juegos son: Metal Gear Solid, Assassins Creed, Prince of Persia, etc.
- **Plataformas:** En este género, el personaje debe evitar obstáculos por medio de saltos, escalando o agachándose. Como por ejemplo: Crash Bandicoot, Rayman, Mario Bross, etc.
- **Simulación de combate:** En la actualidad son muy utilizados. Son juegos en los cuales el ambiente y la jugabilidad son muy realistas. Tales como: Star Wars Battle Front, Call of Duty Black Ops, Counter Strike Global Offensive, etc.
- **Arcade:** Juegos famosos de los 80's conocidos por su simplicidad y sus máquinas grandes. Por ejemplo: Pacman, Donkey Kong, Space Invaders, etc.
- **Sport:** O también conocidos como deportivos, son los juegos relacionados a algún deporte: PES, Fifa, Mario Tennis, etc.

- Carreras: Juegos de carreras de autos, naves, barcos, etc. Tales como: Mario Kart, Crash Car, Need for Speed, etc.
- Agilidad mental: Juegos en los que se pone a prueba la habilidad y agilidad mental de la persona para subir niveles. Como, por ejemplo: Tetris, Trivias, etc.
- Educación: Juegos que promueven educación por medio de diversión y entretenimiento. Como, por ejemplo: Minecraft.
- Aventura clásica: Juegos en los cuales el personaje debe resolver incógnitas y rompecabezas con el fin de cumplir un objetivo. Como, por ejemplo: Pitfall, Zelda, etc.
- Aventura gráfica: Por los años 90's se hizo popular la idea de los juegos que funcionaban por medio de "clicks"; o sea, la historia se basaba en ciertos diálogos y el jugador decidía qué debía hacer el personaje por medio de clicks en el ambiente. Esto también aplica para juegos de misterio y resolución de problemas. En la actualidad, juegos como "The Wolf Among Us" y "The Walking Dead" son algunos juegos que están bajo esta modalidad.
- Musicales: Juegos asociados con la música. Los más populares son: Guitar Hero, Rock Band y Dance Dance Revolution.
- Party Games: Juegos en los cuales es necesario jugar con varios jugadores por turnos como un Monopolio. El juego más conocido bajo este término es Mario Party.
- Juegos Online: Juegos en los cuales, gracias al internet, el multijugador es de manera instantánea con alguien lejos del lugar donde uno está jugando. Es así como una persona en Perú, puede jugar contra alguien de Canadá.

Según un estudio que se hizo en la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE) en el 2006, mencionan que lo que más les gusta a los jugadores de los juegos online es la oportunidad de interactuar con otras personas (Belli y López, 2008).

Audition Online es un juego que ingresa en dos categorías: musical y online. Siendo así un juego de baile multijugador online.

Géneros de “Gaming”

La palabra “gaming” de acuerdo al “Cambridge Dictionary” (Diccionario de Cambridge) es un término que se utiliza para definir la acción de jugar videojuegos. Si bien es una palabra en el idioma inglés; debido a la popularidad de los juegos online, donde la mayor parte de la comunicación es en este idioma, se utiliza de la misma forma a nivel Latinoamérica.

Ito et al. (2009) menciona que el comportamiento del “gamer” no debe ser analizado únicamente desde el punto de vista psicológico y cognitivo; sino también, desde el punto de vista cultural y social. Es decir, la gama completa del por qué juega. Por otro lado, mientras muchos expertos buscan la manera en la cual se pueda introducir al videojuego como instrumento educativo, los jugadores lo ven como una forma de pasar el rato, alejarse de su realidad, más que un método educativo. Esto se debe a que el porcentaje de derrota, fallo o error no se aplica a la vida real donde cada decisión sí cuenta.

En este mismo libro, él cataloga al usuario dentro de cinco géneros en los cuales se analizan sus horarios de juego y aprendizaje; y, el nivel de participación e identificación con el mismo y la gente que forma parte de ese grupo.

“Killing Time”

Se cataloga dentro de esta categoría a los “gamers” que juegan videojuegos cuando tienen tiempo libre o están esperando algo o a alguien, esto de forma individual. Normalmente juegan en consolas portables como el Nintendo DS o el Nintendo Switch, celulares o laptops de poca capacidad. Si por ejemplo, se encuentra en el bus camino a casa, centro de estudios o trabajo y decide jugar en el celular, forma parte de esta categoría.

“Hanging Out”

En esta categoría, se encuentran los usuarios que, a pesar de gustarles los videojuegos, se centran más en la interacción social que provee éste. Por ejemplo, antiguamente se jugaban los juegos de mesa y todos se encontraban reunidos para hacerlo, ya sea Ludo, Bingo, Monopolio, etc. Los tiempos y la tecnología habrán cambiado los modos de juego, pero no ha cambiado la interacción social que desea el ser humano.

Esto, no solo incluye a la reunión social en alguna casa o lugar físico donde se pueda jugar, sino también a los videojuegos online donde un usuario se puede reunir con uno o varios amigos dentro del juego para completar misiones, conversar, ganar experiencia, etc.

“Recreational Gaming”

Aquellos que se consideran “gamers de verdad” se encuentran en esta categoría: son aquellos que juegan para mejorar sus habilidades dentro del mismo, más allá de que se reúnan con sus amistades, su principal objetivo es subir de nivel, mejorar como videojugador; y si es posible, vivir de ello.

“Organizing and Mobilizing”

Existen “gamers” que, además de jugar en solitario, deciden formar grupos, equipos: los conocidos “guilds” o “clans”, esto con el fin de poder pertenecer a un grupo organizado (tienen un líder, sublíderes, gente a distintos cargos, se arman grupos en base a sus habilidades como jugadores, etc). En la actualidad, esto se ve reflejado en: los equipos profesionales de e-sports; y, familias como es el caso de Audition Latino Online.

“Augmented Game Play”

Cuando la comunidad decide ayudar por medio de blogs, wikis, páginas web, códigos, game play (videos explicativos de capítulos, niveles o cómo jugar con algún personaje). De este modo, un jugador que es experto o cualquier jugador que desea compartir su experiencia y habilidades lo hace a través de plataformas como YouTube, Twitch, el mismo foro del videojuego, etc.

Si bien existen estos géneros. Un solo gamer, puede pertenecer a los cinco grupos dependiendo del juego, tiempo que dispone o estado de ánimo.

Relaciones interpersonales del gamer

Velásquez, (2010) menciona que los seres humanos tienen la capacidad para obtener información y compartirla con su entorno; es decir, la comunicación. En adición, Arcelay, (2012), dice que las relaciones interpersonales son la capacidad que tienen las personas de aceptar a una persona por como es y su capacidad por entablar contacto con una o más personas.

Por otro lado, Christakis y Fowler (2010) menciona que gracias al Internet, los celulares y las redes sociales, ahora podemos tener miles y miles de amigos, de todas las nacionalidades, saber cuándo están conectados y cuándo no, conocer todas sus vidas e interactuar con ellos. Además, gracias al mismo, se lograron introducir cuatro modificaciones en el sistema de interacción social actual:

- **Enormidad:** La gran cantidad de páginas de internet y personas que acceden a éstas.
- **Comunalidad:** Compartir información y contribuir de forma colectiva al desarrollo de éstas.
- **Especificidad:** Se pueden formar grupos mucho más específicos gracias a los sistemas de búsqueda actuales.
- **Virtualidad:** Se asumen identidades virtuales.

Asimismo, en una charla de TED (17 de marzo del 2010). "Gaming can make a better world | Jane McGonigal". Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dE1DuBesGYM>. Jane McGonigal, diseñadora de videojuegos y escritora estadounidense menciona que uno de los beneficios de los videojuegos es que, se forman vínculos más estrechos, debido a que para jugar un videojuego multijugador, incluso si es cooperativo o 1vs1, cada jugador juega bajo las mismas condiciones y es por este motivo que se crea un lazo entre ellos, a pesar de que uno gane o pierda.

Sin embargo, existen casos de personas que, al no saber diferenciar la vida real, de la virtual, empiezan a tener emociones destructivas y negativas para con los otros miembros. Hubo un caso "extremo" en el que una mujer de cuarenta y tres años, se casaba virtualmente con un hombre de treinta y tres en un videojuego llamado Maple Story; y éste, al divorciarse de ella (de manera virtual), mató a su personaje de la cólera (ingresó a la cuenta del hombre y eliminó su personaje). No le hizo daño físico real a su ex esposo; pero, la encarcelaron por cinco años y tuvo que pagar una multa de 5,000 dólares ("Woman Arrested for Killing Virtual Reality Husband", 23 de octubre de 2008, CNN).

Otro caso conocido es de una pareja de esposos en la vida real que jugaban un videojuego llamado Second Life en el cual también se casaron. Un día, la mujer ingresó al juego y vio a su esposo manteniendo relaciones con otra mujer. Obviamente, el hombre alegó a que nunca le había sido infiel a su mujer de manera real. Como consecuencia del acto infiel de su esposo, se divorciaron ("Virtual World Affair Ends with Real-Life Divorce", 14 de noviembre de 2008, Western Morning News).

Por otro lado, si bien estas noticias son del extranjero, en Lima-Perú, hubo una mucho más trágica. En el año 2014, Ronny Kedin Sierra Condori de 20 años, asesinó a Diego Lara Berrocal de 19 años. Ellos se conocieron a través del juego Auditor Latino Online y tenían una rivalidad dentro del mismo; sin embargo, esta rivalidad online, trascendió al mundo real (Crimen por videojuego: asesino pasó a penal Castro

Castro, 10 de enero del 2014, El Comercio). Según El Comercio, esta riña se debió a supuestos problemas de ranking y quién era el mejor jugador; pero, los usuarios y jugadores dicen que se debió a una riña tonta por la obtención de una sala de juego.

En resumen, una persona decide si mantiene relaciones interpersonales tanto virtuales o reales y combinarlas; o sea, decidir si mantener esas relaciones en sus respectivos mundos o no. No obstante, no dejan de tener parámetros primitivos (Christakis y Fowler, 2010), siendo así que una persona de Perú puede decirle tanto a una amistad del mundo real como de una virtual que le gusta la pizza, mencionarle sus características, pedirle consejos, entablar una amistad que se considere real a pesar de la barrera de la pantalla.

Creación de un buen avatar

Dentro de los videojuegos, existe la posibilidad de crear un *avatar* o personaje ficticio, ya sea a tu imagen o a una peor o mejor imagen tuya. Según un proyecto de estudio realizado en la universidad de Stanford, llamado “The Proteus Effect”, se juntaron a 16 hombres y 16 mujeres, con el fin de investigar cómo era su acercamiento bajo la creación de avatares tanto atractivos como feos. Como resultado, el nivel de acercamiento de estas personas fue mayor hacia las personas que ellos consideraban “bonitos” o “guapos” (Yee y Bailenson, 2007).

Esto nos muestra que, si el ser humano de por sí, ya se arregla en el mundo real, en el mundo virtual sus expectativas son aún mayores puesto que en este mundo, tienes la habilidad de poder transformarte a tu antojo (Christakis y Fowler, 2010).

En el caso del videojuego Audition Latino, los avatares vienen predefinidos entre hombre y mujer, lo único que cambia es el color de piel: blanco, bronceado y moreno. Sin embargo, puedes cambiarle la ropa, el cabello, los zapatos y la cara. Esto puede ser adquirido tanto por dinero del mismo juego como por dinero real. Dentro del juego, la ropa más “bonita” es la que se consigue por medio de dinero real. Por lo

tanto, quien compra mejores ropas, tiene más dinero y de algún modo, es más reconocido.

Comunidad Gamer

La comunidad “gamer” de un videojuego tiene más valor que una campaña publicitaria, convierte al juego en algo mayor. Al formar parte de la vida de las personas, hace que se humanice a la empresa y la haga más cercana (Huguet, J., y Gonzáles, J., 2016).

En el caso de Audition Latino, la comunidad que pudo haberse formado en los primeros años, ya no existe. Son muy pocos los jugadores del 2008 que juegan actualmente. Sin embargo, los jugadores de hoy en día han sabido fomentar la unión entre ellos y es gracias a ellos que el juego sigue vigente. Muy aparte de que se realicen recargas y se gaste dinero, es por su actividad constante dentro del juego lo que hace que siga funcionando y ellos juegan por sus amistades.

Audition Latino Online

Audition Latino Online, como lo define la empresa Axeso5, es un juego MMO (Massively Multiplayer Online) de baile en 3D en el que se pueden realizar pasos de baile al ritmo de canciones actuales a través de las flechas direccionales o numéricas de la computadora. Dentro de éste, existen más de 20 modos de juego diferentes, tanto en singular como en grupo o pareja.

Elementos del juego:



Imagen 1. Vista de las promociones, actualizaciones y eventos. (Elaboración propia)

Al ingresar al juego se puede observar un panel informativo, aquí se colocan tanto las promociones como las nuevas actualizaciones del juego o de los miembros del staff.



Imagen 2. Vista de los Servidores y Canales del juego. (Elaboración propia)

Estos son los free's o canales donde uno puede ingresar para jugar. Están divididos en cuatro paneles: Novicio (jugadores de nivel 1 al 5), Free 1 y 2 (jugadores de nivel 6 hasta el 99) y Torneos, en los cuales los usuarios pueden probar sus habilidades y ganar medallas de reconocimiento. Cada canal tiene capacidad para hasta 200 jugadores.

En el caso de los torneos está dividido en Torneos de Parejas 1 y 2, Pre Torneo Novicio, Torneo Novicio, Pre Torneo Experto, Torneo Experto. Los canales restantes aún no están habilitados.



Imagen 3. Vista de los canales de Torneos de Pareja. (Elaboración propia)

Los Torneos de Pareja se realizan a las 3:50 p.m y 7:50 p.m respectivamente. A este torneo, pueden ingresar parejas desde nivel 6 hasta nivel 99 (independientemente de si están casados o no). Los premios se dividen en 100K (100,000) de POP más una medalla de campeón para el primer puesto, 50K (50,000) de POP para el segundo puesto y 25K (25,000) de POP para el tercer puesto para cada uno.



Imagen 4. Vista de los canales de Torneos Novicio y Experto. (Elaboración propia)

Tanto los Torneos Novicio como Experto son individuales, en modos normales y canciones aleatorias. Los horarios son: 6:50 p.m. y 7:50 p.m. respectivamente. Para el Novicio solo pueden ingresar cuentas desde nivel 6 hasta nivel 20 y para el Experto, de 21 en adelante. Además de ganar los premios por puestos como se ve en la imagen: primer puesto 100K (100,000) de POP, segundo puesto 50K (50,000) de POP y tercer puesto 25K (25,000) de POP, la ganancia de experiencia es el doble, se ganan puntos de familia y también, puntos para el ranking interno del juego.



Imagen 5. Vista del "lobby" / sala de espera del juego. (Elaboración propia)

Al ingresar a uno de los canales se puede observar lo siguiente: una lista de salas las cuales se dividen en: esperando, lleno y jugando. Éstas pueden tener contraseña o no. La capacidad de la sala es de hasta 16 personas: 6 jugadores y 10 observadores. Al usuario se le está permitido crear o ingresar a la sala de su gusto, además de poder visualizar partidas guardadas tanto tuyas como de otros jugadores. También hay un chat global, uno para parejas y otro para familias, pero solo si es que obtienes el MSN Plus o Premium. Si no, no se podrá diferenciar y todo aparecerá en el Global.

Por otro lado, se puede observar al personaje (PJ), el anillo (el cual puedes cambiar de acuerdo al nivel de éste o adquiridos en la tienda de parejas). la pareja de baile

que actualmente tiene, su nivel de juego, su Nick o sobrenombre, el porcentaje de experiencia para el siguiente nivel, la cantidad de POP y Ax\$ que posee, una plataforma de MSN que puedes llenar con 50 usuarios (si obtienes el MSN Premium puede llegar hasta 100) y también puedes visualizar qué otros usuarios se encuentran en ese canal.



Imagen 6. Modo Normal CC4 del juego. (Elaboración propia)

El juego es simple: Completar las flechas que se ven y presionar la barra espaciadora o el control para activar la secuencia. El reto está en la velocidad de la canción, las cuales van desde 80 bpm (pulsaciones por minuto) hasta 300 bpm y en el “chance” que se le aplique.

El chance se divide en tres opciones relevantes: inversa, bomba y doble. En el caso del inversa, las flechas que aparecen en rojo se deben hacer al revés y la activación de la combinación se divide en: Perfect, Great, Cool, Bad o Miss. Mientras más preciso seas, mejor, es así como se obtiene un Perfect y con él, combos.

(“Audition Latino – Can Can 150 bmp (So What)”. Elaboración propia.
<https://www.youtube.com/watch?v=AHPptkTejC8>).

Gana quien obtiene mayor puntaje.

Existen alrededor de 20 modos de juego, tanto individuales como en pareja y equipos. Todos con el mismo objetivo: obtener el mayor puntaje.

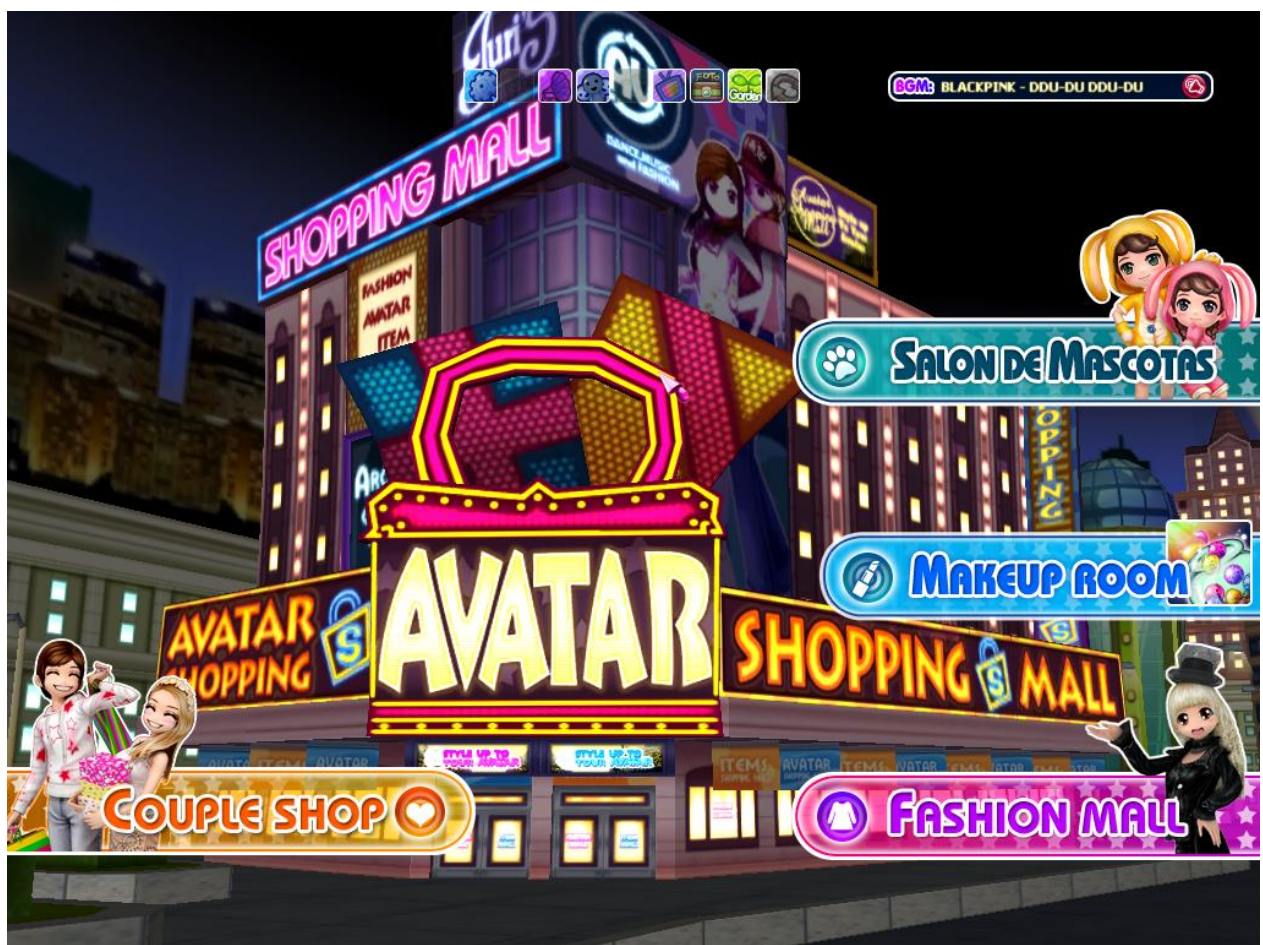


Imagen 7. Shopping Mall. (Elaboración propia)



Imagen 8. Visualización de los ítems del Shopping Mall. (Elaboración propia)

La tienda o “shopping mall” del juego, está dividida en cuatro partes:

Couple Shop: Se pueden obtener ítems exclusivos para parejas, como ropas, mascotas, anillos y certificados. La mayoría de los ítems son adquiribles por medio de Ax\$.

Fashion Mall: Se obtienen ítems individuales, entre peinados, tops, pantalones, zapatos, conjuntos, ítems propios del juego, instrumentos, etc. Estos ítems pueden ser adquiridos tanto con POP como con Ax\$.

MakeUp Room: Existen ítems que se adquieren en el Fashion Mall que pueden ser transformables, cambiables por medio de niveles, para cambiarlos de forma son

necesarios los puntos de maquillaje que se obtienen jugando y dependiendo del ítem, Ax\$ o POP para cambiarlos. Es necesario mencionar que estos cambios son aleatorios y por porcentajes, mientras más nivel se quiera que tenga un ítem, se tendrá menos probabilidades de conseguirlo. Sin embargo, esto no afecta al Ax\$, pero sí a los Puntos de Maquillaje.

Salón de Mascotas: En el juego se pueden adquirir mascotas o “Pets” que dan cierto porcentaje o cantidad extra de experiencia. Sin embargo, éstas otras tienen forma humana y dan 500 puntos de experiencia extra por cada partida; además, puedes se les puede dar una personalidad, y se puede subirles de nivel, lo cual le permitirá al usuario ganar aún más experiencia conforme ésta aumente.

Todos los ítems se pueden previsualizar; es decir, se pueden probar.



Imagen 9. Modo de juego: Batalla de Familias. (Elaboración propia)

Las Batallas de Familias o “Battle Fams” como se le conoce en el juego, es una competencia grupal 3vs3 entre familias. Las familias son los conocidos clanes o “guilds” de los otros juegos online. Para saber a qué familia pertenece el usuario, hay que ver encima del Nick o sobrenombre.



Imagen 10. Visualización de la Familia. (Elaboración propia)

Además, existen rangos dentro de estas familias: Líder (Rojo), Sublíder (Azul) y Miembro (Verde). Por otro lado, la cantidad de miembros admitidos van desde 10 hasta 100 dependiendo de la “casa” que el líder haya comprado (con POP).

Los puntos de familia adquiridos por la victoria van de 10 a 110 puntos dependiendo de la cantidad de Perfects y puntaje obtenidos. Mientras más puntos tenga tu familia, mejor puesto tienes en el ranking de familias. El cual puede ser observado en el “Club de Familias”. Ahí no solo puedes ver los puntos del resto de familias, sino también adquirir ítems de decoración para la tuya.



Imagen 11. Rankings del juego. (Elaboración propia)

Los Rankings en los videojuegos son muy importantes, con ellos puedes saber (debido al puntaje) quién es el mejor jugador. En el ranking interno de Audition Latino, se pueden visualizar: Ranking de Nivel, Ranking de Torneos, Ranking de Historias, Ranking de Parejas, etc. Sin embargo, muchos de los usuarios que se encuentran actualmente en este listado, son cuentas baneadas; es decir, eliminadas por la empresa por uso de herramientas ilegales (hack). Lamentablemente aún no se han

borrado de los rankings a las cuentas sancionadas y es por esto que este ranking no se toma en serio por los jugadores. Solo se toman en cuenta los rankings de los torneos externos.



Imagen 12. Estudio Audition. (Elaboración propia)

El Estudio Audition es una plataforma del juego en el que puedes visualizar los pasos que existen. Hay más de 500 combinaciones entre todos los niveles.

Dentro del juego, hay un modo que se llama FreeStyle, que consiste en hacer pasos a memoria o a realizarlos conforme vas presionando una o dos flechas. El Estudio es utilizado por aquellas personas que desean memorizar los pasos para el FreeStyle, lo cual es conveniente cuando la canción es muy rápida.



Imagen 13. Couple Garden. (Elaboración propia)

El Couple Garden solo es adquirido por aquellos usuarios que están casados; es decir, que tienen un anillo. Aquí, se pueden obtener puntos de corazones los cuales aumentan el nivel de éste, ítems POPx2, ítems como tops, pants, zapatos, cabello y caras de POP indefinidas y de Ax\$ por una semana. También puedes comprar expansiones, las cuales sirven para poder plantar más plantas y obtener mayor cantidad de corazones, panel de asistencia donde cada día marcas para obtener, ya sean puntos de corazón o pociones para aumentar el nivel de la planta.

Torneos, reuniones y eventos:



Imagen 14. Batalla de Familias – 30/09/2018. (Elaboración propia)

Audition Latino cuenta tanto con torneos y eventos online como presenciales. La diferencia entre ambos es que mientras en los online, el único objetivo es ganar Ax\$ o ítems exclusivos por cierta cantidad de días, en los presenciales obtienes puntos para el nacional; el cual es un torneo entre los 30 mejores jugadores a nivel Perú. Pues, si bien es un juego latinoamericano y apto para todos los países de América del Sur, los torneos y eventos realizados (físicos) son en nuestro país debido a la cantidad de demanda que existe.

Los premios de Ax\$ en los torneos online son de: primer puesto, 6K (6,000) y un ítem sorpresa; segundo puesto, 4K (4,000) y un ítem sorpresa; tercer puesto, ítem

sorpresa. Mientras que, en los torneos presenciales o físicos son: primer lugar, 10K (10,000); segundo lugar, 5K (5,000); tercer lugar, 2.5K (2,500); cuarto lugar, 2.5K (2,500).

Los lugares donde se realizan son en lan center's o cyber's (cabinas de internet especializadas en videojuegos) de Ate Vitarte, San Juan de Lurigancho y Santa Anita. Empiezan alrededor de las 4:00 p.m y pueden llegar a terminar a las 10:00 p.m.

Existen torneos y reuniones grandes donde la asistencia de usuarios sobrepasa las 200 personas. Por ejemplo, el pasado 30 de septiembre, se realizó la Batalla de Familias entre Arequipa y Lima. En la capital hubo 64 equipos conformados por tres integrantes cada uno, haciendo un total de 192 participantes; y en Arequipa, 52 equipos, 156 participantes. Esto sin contar al resto de personas que asistieron a alentar a sus compañeros y participar de los otros concursos y sorteos.

Puntos de venta de Ax\$



TOP POLLITO
15% DESCUENTO
ANTES 16.200 AXCASH
AHORA 13.770 AXCASH

Conjunto Top Pollito
Conjunto Permanente con descuento del 15%
Precio: 13770 axesocash

Comprar

Imagen 15. Descuentos: conjuntos exclusivos. (Imagen recuperada de www.axeso5.com/ofertas)

Actualmente, hay varios puntos de venta oficiales de Ax\$ en el Perú. En un comienzo, solo podías hacer recargas en los cybers afiliados, ahora se puede recargar a través de PAYU, BOA Compra, Western Union, Pinválida, G2A y de distribuidores oficiales. Todas las promociones y dónde adquirirlas se publican en las redes sociales, tanto de la página oficial de Audition Latino, como de la página de los distribuidores. Sin

embargo, existen regalos exclusivos para aquellos que recarguen con un distribuidor en específico.

Fotos de la biografía

20, 21 & 22 SEPTIEMBRE

ÚLTIMAS 24 HRS

2X1 aXcash

WWW.AXESOS.COM

POC CADA RECARGA REALIZADA DEL DÍA 20/09 A LAS 22/09 HORARIO DEL SERVIDOR (INCLUSIVE) GMT - 4

Me gusta Comentar Compartir Opciones Enviar por Messenger

Audition Latino

Te gusta esta página · 21 de septiembre

¿Ya has aprovechado la Promo 2x1? ¡Apresúrate solo quedan 24 horas!

Si deseabas comprar un ítem específico, este es el momento, ya que para mañana será tarde. Además encontrarás beneficios exclusivos para disfrutar junto a la promo en nuestra web de ofertas y en las tiendas de axesocash de todos nuestros juegos.

La promoción comenzó el día 20/09 a las 00hs GMT -4 y finalizará el día 22/09 a la... Ver más

88 36 comentarios 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Diego Narváz Geldres Lo aprovecharé cuando bajes tus precios y actualicen el juego mensualmente como dice su anuncio publicitario y no trimestralmente

Me gusta · Responder · 1 sem

2 respuestas

Jeanpool Vasquez PON LAS PINCHES ALAS ANGEL DEMONIO Y EL CONJUNTO INDONESIA Y ME RECARGO

Me gusta · Responder · 1 sem

Rouss Catalina Castillo Los conjuntos deben ser por separado porque solo las caras? quieren beneficiarse suficiente con que lo sacaran de shop pues ahora venden con dj asi no ganaran nada solo pocos comenaron el conjunto cash quien vende

Escribe un comentario...

Imagen 16. Promociones 2x1. (Imagen recuperada de <https://www.facebook.com/audition.latin.axeso5/photos/a.104762895325/10156147102000326/?type=3&theater>)

También hay ítems y descuentos exclusivos a todos aquellos que compren un 'bundle' o paquete en la página oficial de Axeso5.



Imagen 17. Promoción CargaCash. (Imagen recuperada de <https://www.facebook.com/cargascash/photos/a.379682845810858/553634801748994/?type=3&theater&ifg=1>)

Los precios de Ax\$ se dividen en cuatro pines:

- 5,000 = S/. 19.00
- 10,000 = S/. 38.00
- 15,000 = S/. 57.00
- 30,000 = S/. 110.00

2.2.2 Redes Sociales

Según los antropólogos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes, las Redes Sociales en primera instancia son un grupo de personas conectadas, reunidas por un interés en común. Por otro lado, en el mundo moderno, es una herramienta del Marketing. Merodio (2010) las describe como una evolución de las formas tradicionales de comunicación que posee y utiliza el ser humano. También menciona que, si bien, en el mundo del Marketing, se dieron a conocer las 4P (Precio, Plaza, Producto y Promoción), en el caso de las Redes sociales, vendrían a ser las 4C (Contenido, Contexto, Conexión y Comunidad).

Tipos de Redes Sociales:

Merodio (2010) menciona que existen al menos unos quince tipos de Redes Sociales, entre ellos se encuentran:

- **Redes Sociales:** Se comparte información relevante para con los amigos, no se utilizan para fines comerciales. Sin embargo, Kawasaki y Fitzpatrick (2014) mencionan que las redes sociales se pueden utilizar para fines empresariales, ya sea personalmente o para una organización.
- **Publicaciones:** Plataformas que permiten compartir información con trabajadores, clientes o cualquier persona en la Red. Es decir, tiene que ser contenido de valor.
- **Fotografías:** Son aquellas plataformas que sirven como banco de fotos; es decir, si buscas una fotografía bien hecha, producida, patentada (debes pagar para obtenerla).
- **Audios:** Los *podcast* son archivos de audio digitales que se pueden almacenar tanto en la nube como en la memoria de tu celular, pc, laptop, tablet, etc. Estos son de distintos temas, tales como las mismas Redes Sociales, política, religión, incluso de temas como cómics, dibujos, animación, etc.

- Videos: Plataformas en las cuales personas suben videos de cualquier tema, desde temas de maquillaje, hasta temas empresariales y *lectures*. Se definen por canales.
- Microblogging: Se les conoce a las plataformas en las que se escriben pequeños mensajes y/o noticias.
- Emisión en Streaming: Emisión de programas en vivo, actualmente se utiliza bastante para los videojuegos.
- Videojuegos: Existen plataformas de mundos virtuales en los cuales el usuario se puede comunicar de manera instantánea con sus compañeros, los cuales pueden ser de todo el mundo.
- Aplicaciones de Productividad: Herramientas que ayudan al desarrollo online de documentos; estos sirven para el ámbito empresarial.
- Agregadores de Noticias: Se comparte información de actualidad a través de la Red y son potenciadores de Viralidad.
- RSS: Al momento de suscribirte a una red RSS podrás recibir información instantánea de contenido web y blogs que consideres importante. De la misma forma, se puede utilizar para que el público conozca las últimas noticias de tu negocio.
- Búsquedas: Son buscadores que no solo se utilizan para buscar información, ahora se utiliza para encontrar personas, lugares, comprar cosas, etc.
- Móviles: A través de los celulares se pueden promocionar productos y servicios por medio de mensajes de texto, correo electrónico, publicidad que aparece en las apps, etc.
- Interpersonales: Son plataformas en las que las personas pueden enviar, ya sean videochats o mensajes de texto.

Para esta investigación, de acuerdo a las definiciones de Merodio, las redes sociales que encajan en este proyecto son: Facebook, Instagram, Twitch y Youtube.

Facebook:

Facebook es una Red Social creada por Mark Suckerberg en el año 2007. Actualmente, la utilizan más de dos millones de personas; además, según la empresa, el 90% de sus usuarios la visualiza a través de celulares y dispositivos móviles.

Según un estudio que se hizo en 2008, el promedio de amigos reales; es decir, que realmente conoce, de una persona que tiene más de 500 contactos, es alrededor de 100 (Lewis, 2008).

Elementos importantes que debe tener una empresa en Facebook:

- **Optimización del perfil:** Debido a la velocidad con la que una persona promedio ve un perfil de Facebook, es necesario que éste transmita todo lo necesario en base a tres aspectos fundamentales: el nombre, la foto de perfil y de portada, e información. El primero, debe ser corto, neutro y sencillo de leer; el segundo, una imagen del logo de la empresa o imagen que la caracterice, al igual que la foto de portada. Y segundo, la información debe tener links de páginas web propias que respalden la información brindada.
- **Delimitación del contenido:** No solo trata de elegir la información, la foto y el momento del posteo. Se tienen que determinar las publicaciones en base a los siguientes objetivos: cómo se ganará dinero, a quiénes se quieren atraer y determinar qué es lo que ellos desean leer. Para esto, es necesario trazar un cronograma y/o calendario que incluya tanto posteos como reblogueos. Asimismo, es importante que jamás se olviden los días festivos y no dejar de lado las publicaciones que hagan los seguidores de acuerdo al producto.
- **Publicaciones:** Las publicaciones deben ser de relevancia para el público objetivo. Éstas deben responder a estas cuatro preguntas: ¿Qué pasó?, ¿Qué significa?, ¿Cómo lo hago?, ¿Y por qué no? Una recomendación es ser arriesgado puesto que las publicaciones constantes sobre un mismo tema, resultan aburridas. Además, estas publicaciones deben ser cortas, agradecer a quien corresponda, constantes y sobre todo, deben ser visuales.

- Respuestas a comentarios: Primero se deben monitorizar los comentarios, ya sean con un “@” (etiquetado) o un “#” (hashtag). Segundo, tener en cuenta a todo el público, no solo al que comenta, también al que observa. Tercero, ser totalmente empático y no dejarse llevar por los malos comentarios. Cuarto, si ya ha tratado de dialogar de manera cordial y respetuosa; y el usuario no ha respondido de buena manera, siempre puede eliminarlo, bloquearlo o denunciarlo. Un consejo muy práctico es eliminar los comentarios que generen pleitos innecesarios (Kawasaki y Fitzpatrick, 2016).

Instagram:

Esta red tiene bastantes parámetros parecidos a Facebook como es la elección del nombre y la foto de portada. Sin embargo, varía al momento de hacer publicaciones. Para éstas, existen varias técnicas que se pueden seguir (Rose, 2017):

- Elegir un aspecto: Se debe decidir qué se quiere mostrar. Por ejemplo, si se es pintor, solo se deben mostrar videos y fotografías de pinturas.
- Mejorar este aspecto: El estilo fotográfico es crucial en esta red. Por lo tanto, para utilizarla, se deberá aprender a conocer cuáles son los estilos fotográficos, qué tipo de luces usar para tal y tal publicación y en qué ángulo tomar las fotografías.
- Compartir el contenido: Utilizar otras redes sociales para compartir y/o promocionar sus publicaciones.
- Interactuar con otros “Instagrammers”: Ya sea para responder comentarios o promocionarse a través de ellos. Es recomendable que tenga una red de socios que reposteen sus publicaciones o utilizarlos a ellos como parte de las suyas.
- Involucrar a los seguidores: Responder a los comentarios, agradecer vía InstaStories, hacer concursos, etc.

YouTube

YouTube es la plataforma por excelencia para ver videos. Actualmente representa el 4% de páginas visitadas en todo el mundo. En el año 2017, YouTube llegó al record de tener 1000 millones de horas en contenido visto por día. Sin embargo, esta plataforma pasó de ser solo visualizadora de videos a ser un visualizador de vida. Con los 'vloggins', la vida de una persona está expuesta, esto incluye lo que piensa y que siente (50Minutos.es, 2018). Por otro lado, el sistema para visualizar videos ha cambiado, esto se debe al cambio de generación en los consumidores. Anteriormente, ellos solo buscaban ver un video que satisficiera sus necesidades, en la actualidad, los usuarios buscan conectarse con el 'vlogger', crear una especie de comunidad entre usuarios y él. Para esto, existen tres canales por los cuales YouTube sobrevive: el creador/el que sube los videos, el usuario y la publicidad (YouTube Study Club, 2018).

En conclusión, de acuerdo a las redes sociales presentadas: Facebook es una plataforma de comunicación directa entre la empresa y el consumidor; Instagram es una representación virtual de lo que es la empresa (estilo de vida, asociaciones con influencers, etc); y, YouTube es el canal que utilizan los usuarios para comunicar, informar, mostrar ciertos aspectos de su vida. De esta forma, se puede decir que un usuario que poste un "gameplay" sobre un juego en especial, está haciendo promoción del mismo sin que la empresa se lo pida. Ese es el ideal al que debe llegar cualquier empresa, ya sea de videojuegos o de cualquier otro producto o servicio: la publicidad de boca a boca y gratis.

Audition Latino Online utiliza las tres redes sociales; sin embargo, su buena gestión y manejo de redes a nivel interactividad (publicaciones constantes, realización y comunicación de los eventos, promociones, etc), se ve eclipsada por la falta de interés por resolver sus problemas internos y con ello, absolver las quejas y observaciones que realizan sus usuarios.

2.2.3 Servicio al Cliente

El servicio

Según la RAE (Real Academia Española), el servicio es: “Una Organización y personal destinados a cuidar los intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada”. Por otro lado, según Gronross (2001), define al servicio como una actividad o conjunto de actividades que sirven para mantener una interacción entre el cliente y los empleados de la empresa para resolver los problemas del consumidor.

Lovelock, C., y Wirtz, J (2009) en su libro “Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia” menciona que, en la actualidad, el consumidor de servicios (todos lo somos) espera recibir una experiencia y beneficios por adquirir un producto; por ejemplo, existen varias empresas de cemento: está SOL, INKA, ANDINO, etc. Cada uno vende lo mismo, lo que los diferencia es la propuesta de valor que dan, la experiencia y el beneficio de usar uno u otro. Lo mismo pasa con la elección de hoteles, bancos, cines, ropa, dulces; todo.

Agregado a lo anterior, la llegada del nuevo consumidor (consumidor 2.0), representa un reto constante para la empresa. No solo tiene que pensar que hacer feliz a un solo consumidor, sino a toda la gente cerca de él. Por ejemplo: la empresa está obligada a formar una comunidad fiel que hable bien por ellos en todo momento, tiene que escuchar (dedicarse) al cliente. Gracias a que las redes sociales son un canal muchas veces emocional, es una oportunidad para las empresas de fomentar lo que hoy en día se llaman campañas emocionales y la vivencia de nuevas experiencias. Es así como, si se logra escuchar con atención al cliente, se logrará fidelizarlo, aumentarán las ventas y se ganará una reputación que beneficiará a la empresa (Mejía, 2013).

El Cliente (Consumidor)

Con la llegada del internet, llegó a lo que hoy se le conoce como “el consumidor 2.0” o Prosumidor. Esto significa que él ya no solo consume, sino que también produce (Mejía, 2013). Esto quiere decir que las empresas deben estar al pendiente de lo que ellos dicen; pues, gracias a la interconectividad que otorga el mundo virtual, una sola palabra puede perjudicar o beneficiar un servicio o producto.

Este nuevo consumidor trae consigo una personalidad y características esenciales: Es una persona que está constantemente conectada al internet, se comunica con familiares y amigos a través de él, no solo desde su teléfono, sino también desde una tablet, laptop, pc, etc. Lee bastante, se informa, en especial de algo que es de su interés, si realiza una consulta o queja, espera honestidad por parte de la empresa o persona con la que se está comunicando y espera que sea rápido, es completamente impaciente; y con esto, su curiosidad por probar nuevos productos y servicios (Mejía, 2013). Es por este motivo que, si bien la empresa se esfuerza por captar la atención de un cliente, tiene que esforzarse el triple para mantenerlo con él.

De esta forma, el servicio al cliente es la obligación que tiene la empresa hoy en día de escuchar a sus consumidores, atender y resolver sus necesidades.

Servicio en Redes Sociales: Community Management

Según Castelló, A (2010), las redes sociales son la herramienta idónea para el marketing viral y la segmentación del público. Y, menciona que la forma más rápida para crear viralidad es con videos que sean de interés para el target.

Asimismo, manifiesta que, si la empresa no conoce las necesidades del consumidor, las probabilidades de que cumplan sus objetivos con respecto a sus productos y servicios es nula. Es por este motivo que, si se van a utilizar las redes sociales como medios publicitarios, es necesario que la marca debe generar una reputación en colaboración y cooperación con el consumidor/cliente.

Purita, G. (s.f.) menciona que las redes sociales se pueden utilizar de dos formas: como “medio interactivo” y como “canal de investigación”. La primera se refiere a mantener un lazo emocional con el cliente, informar y difundir información. Es la parte humana de la red social. En cambio, la segunda, se refiere a resolver las dudas, la gestión de datos, etc. Es el “Soporte” de la empresa.

Fusionando ambas definiciones, la estrategia en redes sociales, no solo ayuda a mantener una afinidad con el consumidor, también ayuda a saber qué quiere para que la empresa pueda amoldarse a sus necesidades.

El Community Manager, en español, Gestor de Comunicaciones, es la persona encargada de gestionar y moderar a la comunidad de una empresa a través de las redes sociales (Mejía, 2013). Éste debe mantener una relación cercana con la comunidad, resolver dudas, consultas, y generar contenido web dentro de sus redes para aumentar la probabilidad de obtener de nuevos creyentes (Huguet, J., y Gonzáles, J., 2016).

“El Community Manager es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos” (AERCO PSM: Asociación Española de Responsables de Comunidades Online – Profesionales de Social Media. La misteriosa figura del community manager. 28 de enero del 2013. Recuperado de <https://aercomunidad.org/2013/01/28/la-misteriosa-figura-del-community-manager/>).

De esta forma, esta persona, es encargada de establecer una relación de confianza con el consumidor, tiene que ser la persona a la que uno como usuario acuda. Además, tiene que ser aquel que realice una base de datos de acuerdo a lo que diga el consumidor y proponer ideas para acrecentar esta afinidad y fidelizarlo. Si estas acciones se realizan de manera efectiva, la empresa tendrá el beneficio de

identificar cuáles son sus oportunidades y debilidades, conocer cuáles son las necesidades e intereses del consumidor, y por sobre todo, saber qué opinan ellos de la marca (Mejía, 2013).

Por otro lado, si bien ya se ha esclarecido qué es y de qué está encargado el Community Manager, también se deben mencionar qué no es:

- No es un programador; es decir, si sucede una falla en la página web de la empresa, él no es el encargado de solucionarlo, pero sí de comunicarlo.
- No es cualquier empresario o trabajador de la empresa que debe revisar de vez en cuando la información publicada.
- No es una persona que ve el resto de áreas como el área de marketing, soporte o las relaciones con el cliente. Si bien el Community Manager ve, a su forma, cada área; es necesario que éstas estén acordes a lo que él predica en las redes sociales (Mejía, 2013).

Para medir el nivel de satisfacción del usuario en las redes sociales, normalmente se utilizan las herramientas que Facebook brinda. Sin embargo, éstas solo muestran las reacciones que realizan los usuarios sobre alguna publicación (esto en el caso de Audition Latino Online puesto que no tienen activado el nivel de estrellas y opiniones) de éste, más no lo que dice del producto o servicio. Existen otras plataformas que ayudan a saber qué dice el usuario sobre nuestra empresa, producto o servicio como, por ejemplo: Quantico Trends es una empresa de monitoreo digital. Lo que ellos hacen es comunicarte con *influencers* para aumentar tus seguidores o darle veracidad a tu producto, analizar las tendencias locales e internacionales, monitorear qué es lo que se dice sobre tu empresa y de mandar advertencias sobre estas dificultades.

2.2.4 Diseño Estratégico

La idea de diseño estratégico, en la actualidad, aún no tiene una definición exacta. De acuerdo a Nixon, N. (2016), el Diseño Estratégico es el proceso estratégico

que nace del Design Thinking; es decir, es un nexo entre el pensamiento y la estrategia en el que la empresa y el diseño van de la mano (p. xiii).

Por otro lado, según Brown (2015), presidente y CEO de IDEO, el Diseño Estratégico, mejor conocido como *Design Thinking*, es un enfoque de innovación centrado en la capacidad intuitiva del pensamiento humano, de crear ideas nuevas con significado emocional y la capacidad de expresarse con más que palabras y símbolos. Además, cuenta con tres pasos claves: la Inspiración (creación de la idea), ideación y la implementación de la misma. Es así como, durante esta metodología, se utilizan herramientas tecnológicas para conocer realmente qué es lo que desea el cliente, dándole estrategias tangibles con un propósito innovador (p. 4).

Otra aproximación hacia qué es realmente el Diseño Estratégico, lo da Rodrigo Isasi, director y socio de Insitum Perú “[VIDEO] Rodrigo Isasi: “El futuro exige liderar negocios con enfoque de diseño”. (2018, Julio 18). Recuperado de <https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/negocios/rodrigo-isasi-futuro-exige-liderar-negocios-enfoque-diseno-noticia>”. Él dice que ésta, es una metodología para crear soluciones y/o resolver problemas en base a la necesidad de las personas con el propósito de identificar nuevas necesidades; encontrar nuevas perspectivas del problema. Para resolver un problema, se necesitan resolver cinco pasos:

- Estrategia: Definición clara del problema.
- Investigación: Observar, leer, investigar sobre el problema.
- Interpretación: En base a los insights recolectados de la investigación, sacar conclusiones.
- Aterrizaje: Formular propuestas de solución.
- Ejecución: Implementar, desarrollar la idea.

Esta metodología se utiliza para distintos productos y servicios. Tanto si la empresa busca innovar, como si quisiera centrarse en sus clientes. Además, se menciona que, gracias a las nuevas tecnologías, el centrarse en los cambios de los

usuarios, clientes y consumidores finales ayudará a las empresas a asegurarse que estos sean solucionados satisfactoriamente.

En el caso de la estrategia de comunicación de las redes sociales de Audition Latino, el Design Thinking sirve para conocer exactamente qué buscan los usuarios, darles respuestas concretas, sin rodeos y brindarles la seguridad de un buen servicio.

2.3 Definición de términos básicos

- Steam: Plataforma donde se descargan videojuegos tanto online como offline. Tiene juegos gratis y paytoplay.
- Juegos PayToPlay: Son todos aquellos juegos en los que se tiene que pagar para poder consumirlos.
- Noob: Se le dice al jugador que es principiante.
- Pro: Se le dice al jugador que ya tiene experiencia en el juego y es bueno en él.
- PvP: Player vs Player se le denomina a jugador contra jugador en un 1vs1.
- Streaming: Se le dice al término de mostrar videos en vivo, más que todo, ligado a videojuegos.
- Bug: Término que se utiliza cuando hay un error proveniente de un juego. Como por ejemplo que al presionar cierto item, te bote del mismo.
- Lag: Cuando la velocidad de internet es poca y ocasiona que tu juego online vaya lento o a destiempo.
- Vipero: Dentro del videojuego Audition, existen varias personas que modifican sus códigos para atentar contra el juego limpio y seguro.
- Hack Vip: Es un tipo de hack que compran las personas para atentar contra el juego limpio del videojuego
- Dircom: El director de comunicación es hoy en día un gestor de la reputación de empresas instituciones u organizaciones (Burson-Marsteller, 2013)
- Gamer: Jugador de videojuegos
- Vlogging: Al igual que el Blog, trata de, a modo de diario, mostrar contenidos de interés en los cuales el usuario pueda empatizar con el vlogger. Sin embargo, en vez de texto, es video.

- Influencer: Persona con gran número de seguidores que una empresa puede utilizar como medio publicitario.
- Gaming: Acción que realiza el gamer de jugar videojuegos.
- Battle Fam: Batalla de familias en el juego Audition Latino Online.
- Lag: Cuando la línea de internet está lenta y no te permite jugar tranquilamente.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño de investigación

Según Verd, J., y Lozares, C. (2016) la investigación cualitativa tiene tres características esenciales: La primera, no es una medición contable; es decir, no se cuantifica. La segunda, existe un diálogo constante entre los espectros estudiados y el planteamiento teórico. Por último, la tercera, es la capacidad que tiene este método para que el investigador pueda observar, marcar y enmarcar los comportamientos sociales; es decir, es una metodología empática.

Por este motivo, la investigación presente es de carácter cualitativo de naturaleza etnográfica (conocer qué desea la comunidad del juego) y narrativa (conocer cómo llegaron al juego y por qué lo siguen jugando).

3.2 Pre-supuesto

Pre-supuesto general:

De acuerdo a la investigación, el diseño estratégico sirve para realizar cada paso de un proyecto en específico de manera significativa y funcional. Por lo tanto, su uso pretende una mejora de la estrategia de comunicación en las redes sociales del juego Audition Latino que compete tanto al ámbito interactivo como comunicacional.

Pre-supuestos específicos:

- Al saber cuáles son las falencias actuales, se puede hacer un marco de importancia de las mismas.

- La absolución de las dudas, quejas y sugerencias del usuario de manera constante, no solo ayuda a mantener una comunidad unida, sino también a obtener una base de datos de lo que realmente éste necesita, quiere, requiere.

3.3 Categorización:

3.3.1 Categoría

Esta investigación se dividió en tres partes: categorización de usuarios y dos expertos (uno cercano a la empresa y otro cercano al área del servicio al cliente).

Categorías de los usuarios:

- Conocer al jugador: El objetivo de esta categoría es conocer cuáles son las dolencias por las que pasa el usuario dentro y fuera del juego, cuáles son sus motivaciones para seguir jugando.
- Comunicación del juego hacia ellos: Para conocer cuál es la perspectiva que tiene el usuario sobre la gestión y el manejo de las redes sociales de Audition Latino.

Categoría del experto de Audition Latino Online:

- Información de la empresa: El objetivo de esta categoría es identificar qué se encuentra en el poder de Axeso5 para resolver los problemas y quejas de los usuarios, si los leen todos y si tienen alguna forma de categorizarlos. Por otro lado, se espera conocer cuáles son las expectativas de la empresa para con el juego y su comunidad.

Categoría del experto de Servicio al Cliente:

- Efectividad de comunicación: Conocer cuál es la perspectiva de él como empresario de lo que se debe considerar dentro de una buena estrategia de servicio al cliente.
- Nivel de interacción con el público: Saber, desde su experiencia, cómo el análisis de datos de las redes sociales y el mundo digital de manera eficaz ayuda a la empresa a tener clientes más felices.

3.4 Definición conceptual

Videojuegos: Audition Latino Online

Audition Latino Online, como lo define la empresa Axeso5, es un juego MMO (Massively Multiplayer Online) de baile en 3D en el que se pueden realizar pasos de baile al ritmo de canciones actuales a través de las flechas direccionales o numéricas de la computadora. Dentro de éste, existen más de 20 modos de juego diferentes, tanto en singular como en grupo o pareja.

Redes Sociales

Según los antropólogos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes, las Redes Sociales en primera instancia son un grupo de personas conectadas, reunidas por un interés en común. Por otro lado, en el mundo moderno, es una herramienta del Marketing. Merodio (2010) las describe como una evolución de las formas tradicionales de comunicación que posee y utiliza el ser humano.

Servicio al Cliente

El servicio al cliente es la obligación que tiene la empresa hoy en día de escuchar a sus consumidores, atender y resolver sus necesidades.

Diseño estratégico

De acuerdo a Nixon, N. (2016), el Diseño Estratégico es el proceso estratégico que nace del Design Thinking; es decir, es un nexo entre el pensamiento y la estrategia en el que la empresa y el diseño van de la mano (p. xiii).

3.5 Población, muestreo y muestra

Para esta investigación, se eligieron millenials, hombres y mujeres, entre 20 a 25 años de edad que jueguen el juego Audition Latino Online entre el año 2008 al 2010 hasta la actualidad.

De esta forma, no solo se sabrán los problemas correspondientes al servicio al cliente en la actualidad, sino también el resto de ellos que no se han resuelto en estos diez años de habilitado el videojuego en Latinoamérica.

Por otro lado, se entrevistará a un representante de la empresa, el cual trabaja con ellos desde el año 2008; por lo tanto, tiene un mayor conocimiento sobre la misma. Y en adición, se entrevistará a un analista de marketing, quien dará detalles sobre cómo debe ser el servicio de atención al cliente.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los datos serán obtenidos por medio de entrevistas semiestructuradas puesto que, en base a un cuestionario previamente revisado, se podrá entablar un diálogo mucho más abierto, sincero y conciso con el entrevistado (King y Horrocks, 2009). Por otro lado, el beneficio de este tipo de entrevistas es que además de tener ya un guión preparado, se pueden agregar preguntas conforme vaya avanzando la conversación.

Además, se utilizará el libro de Vijay Kumar (2013), "101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization". El cual habla de más de ciento un métodos para innovar en el diseño de un producto, servicio u

organización:

- Popular Media Scan: Con el fin de identificar qué es lo que se dice en las redes sociales sobre el juego.
- Converge Map: Se utilizará para comparar al juego con otros servidores y otros juegos; de esta forma se sabrá que hacen otras empresas para satisfacer al cliente.
- Offering – Activity – Culture Map: De esta forma, se podrán analizar a mayor profundidad las oportunidades de innovación en el sector de Servicio al Cliente en redes sociales.

3.6.1 Descripción de los instrumentos

Como se menciona en líneas anteriores, las entrevistas serán semi estructuradas y serán divididas en tres partes o grupos: la primera, entrevistas a los usuarios; la segunda, entrevista a un representante del juego en Perú; la tercera, entrevista a un analista de marketing.

Guía de entrevista para usuarios

Buen(as) día (tardes, noche), mi nombre es Grecia Daneri, Bachiller de la carrera de Diseño Publicitario de la Universidad UCAL me encuentro realizando una investigación sobre el uso del Diseño Estratégico para generar una mejora en la estrategia de atención al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE por lo que solicito tu apoyo para la resolución de este cuestionario

Agradeceré que fueras totalmente espontáneo(a) y sincero(a) con las respuestas, que te sientas en la libertad de opinar, brindar tus ideas y/o comentarios, recuerda que en este caso no existen las respuestas correctas o incorrectas porque se trata de opiniones. Toda la información que me brindes será completamente reservada y confidencial.

Para una mejor y rápida entrevista usaré una grabadora de voz, que me permitirá seguir una conversación más rápida y sencilla, ya que si tomo nota implicará más tiempo en escribir sus respuestas y tu tiempo es valioso. Quisiera saber si ¿tienes algún inconveniente con que grabemos esta conversación?

Muchas gracias por tu tiempo.

FILTRO

Nombre de la persona entrevistada

Edad

Uso de Juegos Audition latino Online (Juegas) Si sí, continuar entrevista.

INTRODUCCIÓN

1. ¿Qué juegos Online conoces?
2. ¿Cuáles juegas?
3. ¿Cuál de ellos prefieres más? ¿Por qué?

MOTIVACIONES DE JUEGO DE “AUDITION LATINO ONLINE”

Ahora vamos a enfocarnos en el juego AUDITION LATINO ONLINE

4. ¿Hace que tiempo juegas Audition Latino Online?
5. ¿Cómo conociste el juego?

6. ¿Qué te llevó a elegirlo?
7. ¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego? ¿Y cuáles negativas?
8. ¿Durante este tiempo (mencionar tiempo) que juegas ¿ha habido algún momento que has dejado de jugarlo? ¿Por qué? ¿Qué te llevó a retomarlo?
9. ¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

HÁBITOS Y FRECUENCIA DE JUEGO

10. ¿Acostumbras a jugar solo o con amigos? Si es con amigos ¿Los conociste a través del juego o ya lo tenías?
11. ¿Con que frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?
12. ¿Siempre es igual o varías? ¿Por qué?
13. Cuando te aburres de jugar Audition Latino Online ¿juegas otra cosa o dejas de jugar? ¿Por qué?
14. ¿Acostumbras a recargas Ax\$? ¿Cada cuánto tiempo recargas? ¿En soles, cuánto más o menos gastas? ¿Por qué?

PROBLEMAS INTERNOS DE JUEGO

15. ¿Alguna vez has estado jugando e inesperadamente tuviste algún problema como cierre o bug dentro del mismo?

16. ¿Qué hiciste para solucionarlo? (¿Mandaste un ticket a soporte?) ¿Lograste saber cuánto duraría la falla? ¿Cómo te sentiste?

17. ¿Y has tenido algún problema con los “bota sala”? ¿A quién acudiste para solucionarlo?

ASISTENCIA A LOS EVENTOS/TORNEOS/REUS DE AUDITION LATINO

18. ¿Acostumbras participar de los eventos/torneos/reus que realiza el juego? ¿A cuáles vas con más frecuencia?

19. ¿Vas solo o con amigos? ¿Por qué?

20. ¿Has ganado algún torneo/mini torneo? ¿Cuántas veces? ¿Cómo te sentiste?

21. ¿Has tenido algún inconveniente con la organización del evento? ¿Cuál ha sido?

22. ¿Tuviste algún problema con el servidor de juego? Actualización o problema mientras jugabas ¿Qué hiciste? ¿Qué dijo/hizo el organizador? ¿Cómo te sentiste?

PARTICIPACIÓN CON LAS REDES SOCIALES

23. ¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

24. ¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

25. ¿Alguna vez has comentado o realizado una consulta a través de ellas? Si dice no ¿Por qué?

26. Si la respuesta fue sí. Cuéntame tu experiencia ¿Respondieron a tu consulta?
¿Cuánto tiempo se demoraron? Si no le dieron respuesta, ¿Cómo te hubiera gustado que sea?
27. ¿Qué te parecen las publicaciones que realiza la empresa con respecto a las actualizaciones del juego a través de las redes sociales?
28. ¿Cumplen con los tiempos especificados? Es decir, si dicen que la actualización va a demorar 2 horas, ¿se cumple?
29. ¿Alguna vez has visto en las redes sociales que se ha comunicado que el juego está habilitado, pero, ingresas al mismo y presenta errores o bugs?
¿Cuántas veces te ha sucedido? ¿Cómo te has sentido?
30. ¿Estás fallas están generando en ti que decidas dejar de jugar, ya no recargar más o que solo ya no juegues tan seguido? ¿Por qué?

FUTURO DEL JUEGO

31. ¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado? ¿Qué crees que motiva a estos rumores?
32. ¿Es posible que debido a estos rumores la gente decida recargar menos?
¿Por qué si, por qué no?
33. ¿Qué harías/qué sentirías si el juego efectivamente se eliminara?

Muchas gracias por su tiempo.

Guía de entrevista para representante de la empresa en Perú, además de una carta de consentimiento informado

Documento de Consentimiento Informado para el proyecto de tesis “El uso diseño estratégico para generar una mejora dentro de la Estrategia de Servicio al Cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5”

Buenas tardes, mi nombre es Grecia Daneri, Bachiller de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad UCAL. Actualmente, me encuentro realizando una investigación sobre el uso del Diseño Estratégico para generar una mejora en la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa Axeso5 por lo que solicito su apoyo para la resolución de esta entrevista. Su aporte será muy valioso ya que permitirá conocer cuáles son sus visiones para con el juego en este momento y en el futuro.

Agradeceré que se sienta en la libertad de brindar sus ideas y/o comentarios, recuerde que en este caso no existen las respuestas correctas o incorrectas. Lo más importante es conocer su opinión sincera al respecto.

Para una mejor y rápida entrevista usaré una grabadora de voz, que me permitirá seguir una conversación más rápida y sencilla. Quisiera saber si ¿tiene algún inconveniente con que grabemos esta conversación?

Muchas gracias por tu tiempo.

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO

Yo _____ con el cargo de _____ he leído el texto anterior sobre la investigación “El uso diseño estratégico para generar una mejora dentro de la Estrategia de Servicio al Cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5”. He sido informado de que esta entrevista será utilizada sólo para fines educativos y de investigación. Y, estoy de acuerdo en que sea utilizada con estos fines.

Firma: _____

Fecha: ___ / ___ / _____

INTRODUCCIÓN

1. Buenas tardes, por favor diga su nombre completo y cargo en la empresa.
2. ¿Cuántos años lleva trabajando para Axeso5?
3. ¿Siempre has trabajado para el mundo de los videojuegos o ya has trabajado en otras áreas antes?
4. ¿Qué te llevó a trabajar para Axeso5 y en especial elegir Audition?

INFORMACIÓN GENERAL DEL JUEGO

5. ¿Cuántos usuarios juegan actualmente? De esos, ¿cuántos son peruanos?

6. Desde el año 2008 que se inició el juego ¿Cuánto más o menos ha sido el aumento anual? ¿Cuántos usuarios del 2008 siguen jugando? ¿Hay mucha/poca rotación de personas? ¿A qué crees que se deba?
7. A lo largo de los años, ¿se han hecho acciones para fidelizar/mantener a los usuarios? (Muy a parte de las promociones de ax\$) ¿Cuáles? ¿Las volverá a realizar? ¿Por qué si/por qué no?
8. ¿Cuántos eventos/reus/torneos se realizan al año? ¿Te parece que son suficientes? ¿Quieren hacer más? Explicar.
9. ¿Qué te parece la calidad de los eventos? Lugar, organización, etc. ¿Por qué? ¿Cómo te gustaría mejorarlos?
10. ¿Alguna vez ha estado en un evento y se ha caído el sistema? ¿Cómo lo resolvieron? ¿Qué dice el usuario de ello? ¿Están tomando acciones para evitarlos? ¿Cuáles?

INFORMACIÓN SOBRE REDES SOCIALES

11. ¿Cómo se manejan las redes sociales? Calendario de publicaciones, base de datos, etc.
12. ¿Ha visto la cantidad de quejas y sugerencias de los usuarios? ¿Se han tomado cartas en el asunto para solucionar los problemas? ¿Cómo las comunican?
13. ¿Qué cosas están en el poder de Axeso5 de solucionar y cuáles no?
14. Como empresa, ¿han pensado formas de solucionar estos errores de juego? (los que están en su poder). ¿Cómo piensa hacerlo?

FUTURO DEL JUEGO

15. ¿Ha escuchado los rumores de que el juego quizá cierre? ¿Qué le dirías a los usuarios sobre esto?
16. ¿Se les comunica a los usuarios lo que tú me estás comentando?
17. Ya se acerca el Nacional ¿Cuáles son tus expectativas?
18. ¿Qué esperas de la comunidad peruana de Audition Latino para los próximos años?
19. ¿Cómo ve su futuro de aquí a dos años?
20. Para finalizar, ¿Qué nuevos proyectos se vienen para la comunidad de Audition Latino?

Muchas gracias.

Guía de entrevista para Analista de Marketing

Buenas tardes, mi nombre es Grecia Daneri, Bachiller de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad UCAL. Actualmente, me encuentro realizando una investigación sobre el uso del Diseño Estratégico para generar una mejora en la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa Axeso5 por lo que solicito su apoyo para la resolución de esta entrevista. Su aporte será muy valioso ya que permitirá conocer cuáles son sus visiones para con el juego en este momento y en el futuro.

Agradeceré que se sienta en la libertad de brindar sus ideas y/o comentarios, recuerde que en este caso no existen las respuestas correctas o incorrectas. Lo más importante es conocer su opinión sincera al respecto.

Para una mejor y rápida entrevista usaré una grabadora de voz, que me permitirá seguir una conversación más rápida y sencilla. Quisiera saber si ¿tienes algún inconveniente con que grabemos esta conversación?

Muchas gracias por tu tiempo.

CONOCER A LA PERSONA

1. ¿Cuántos años de experiencia tienes en el campo digital?
2. ¿Antes estuvo en otra línea de trabajo? ¿Cuál?
3. Si la respuesta es sí. ¿Qué le llevó a elegir el área digital?

INFORMACIÓN SOBRE LAS REDES SOCIALES Y SU VINCULACIÓN CON LA BUENA PRÁCTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

4. ¿Cómo ve el desarrollo del campo digital en el Perú?
5. ¿Cuál cree que será la tendencia a futuro? Crecerá mucho/ poco ¿por qué?
6. ¿Qué aspectos debe considerar una buena estrategia de comunicación?
7. ¿En qué beneficiaría a la empresa una estrategia de atención al cliente? ¿Su falta que ocasiona?

8. Hablando sobre los videojuegos y las redes sociales. En su experiencia ¿Cómo cree que debería ser la relación entre videojuegos y redes sociales para la creación de una comunidad?
9. ¿Cómo definen los kpi's de una red social? ¿Qué herramientas se utilizan para analizarlos?
10. ¿Se debería conseguir la fidelización del consumidor en este rubro? ¿Qué aspecto es trascendental para conseguirlo?
11. ¿A quién le corresponde responder una consulta, duda, queja en las redes sociales?
12. ¿En base a qué, el community manager genera una base de datos?
13. Según su experiencia, ¿Cómo deberían ser las publicaciones y videos? ¿Deberían ser del juego en sí, de la comunidad, ambos? Con respecto a la calidad del video, ¿Debería haber una producción detrás de ellos?
14. ¿Qué consejos daría para tener un buen manejo de las redes sociales en el área de atención al cliente?

Muchas gracias por su gentileza.

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?

Figura 1. Popular Media Scan (101 Design Methods).

Popular Media Scan

¿Cómo se ve aplicado el servicio al cliente en otros juegos?: Caso de éxito - Overwatch

Figura 2. Popular Media Scan (101 Design Methods).

Converge Map

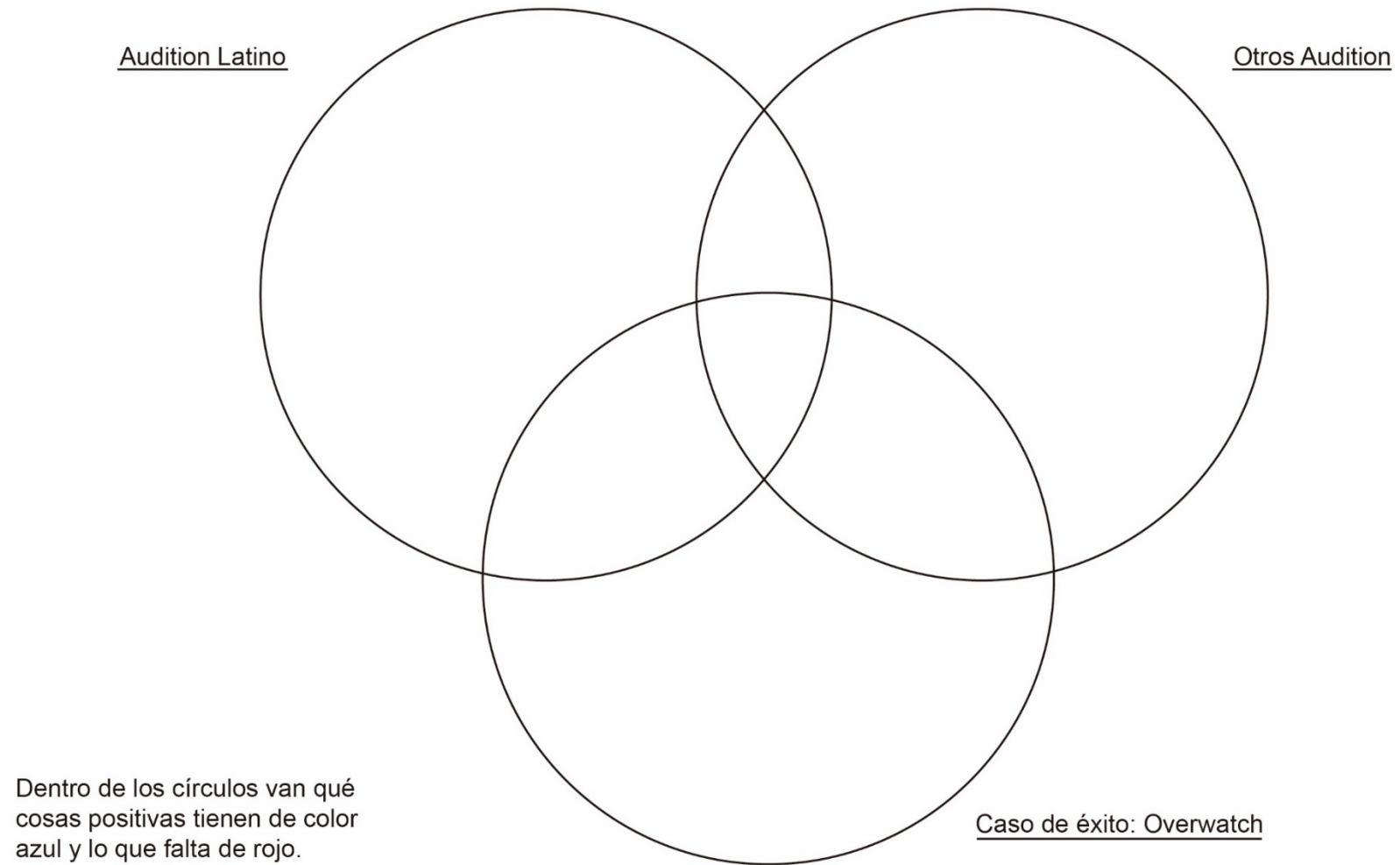
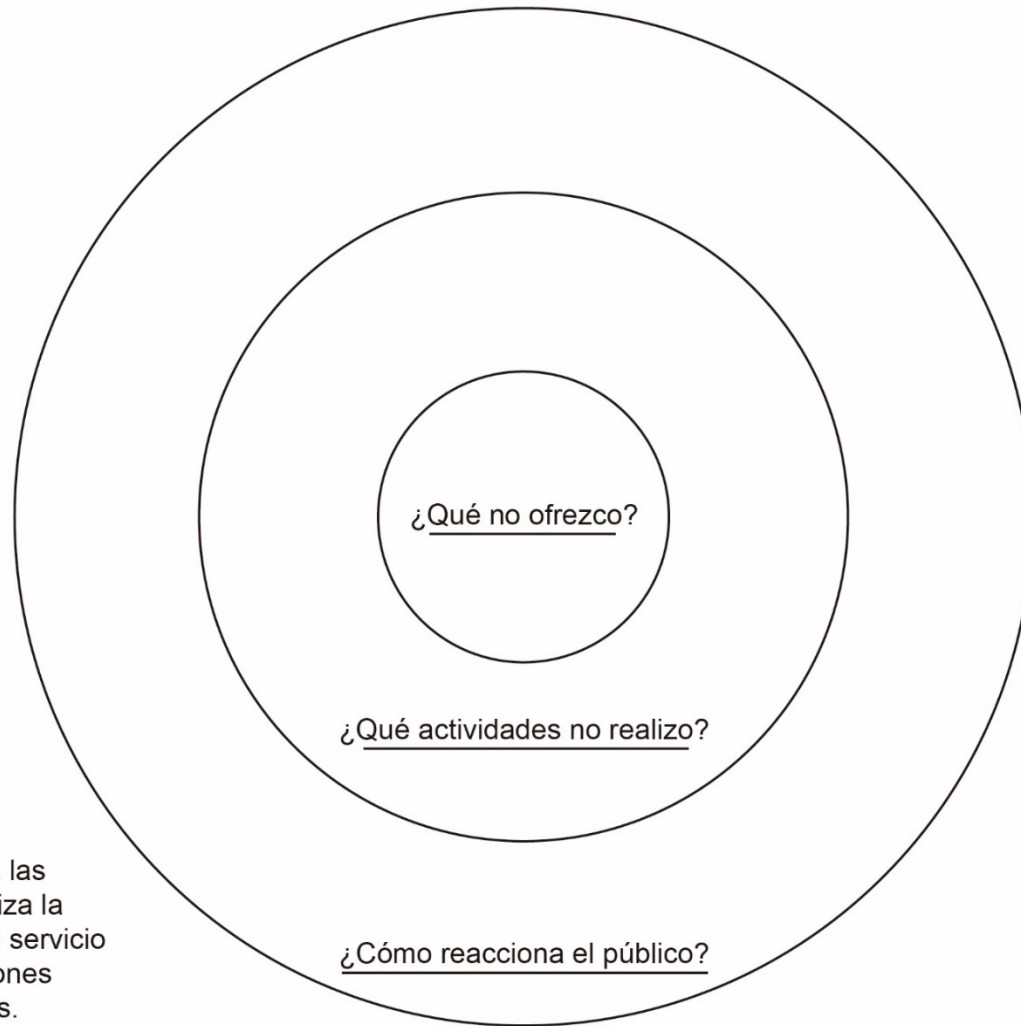


Figura 3. Converge Map (101 Design Methods).

Non Offering – Activity – Culture Map



Evidenciar que gracias a las pocas acciones que realiza la empresa con respecto al servicio al cliente, genera reacciones negativas en los usuarios.

Figura 4. Non Offering – Activity – Culture Map (101 Design Methods).

3.6.2 Validación de instrumentos por expertos

Estos instrumentos fueron validados por tres entidades de la Universidad UCAL; las cuales, aportaron en la centralización del tema de tesis y en el desarrollo efectivo de estas herramientas.

Validación por expertos:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Marco Vidal

1.2. Cargo e institución donde labora: Director, UCAL

1.3. Autor del instrumento: GRECIA DANERI

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON U ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	X	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.		X
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	X	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/categorización de la tesis.	X	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

III. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

IV. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple

No cumple

Nombre y Cargo:

Marco Vidal

D.N.I.: 10735237

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: MAT VIVET OSCAR EDUARDO
 1.2. Cargo e institución donde labora: UCAL, DIRECTOR
 1.3. Autor del instrumento: GRECIA DANAYRI

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON U ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	X	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	X	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	X	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/categorización de la tesis.	X	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

III. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

PROHIBE A EJECUTAR LA INVESTIGACION.

IV. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple



No cumple



OSCAR MAT

Nombre y Cargo:

D.N.I.:

07879806

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: García y Murdoñedo, Pablo César
 1.2. Cargo e institución donde labora: Coordinador de Linea de la Facultad de Diseño en UCAU
 1.3. Autor del instrumento: GRECIA DANERI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	X	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	X	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	X	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/categorización de la tesis.	X	

III. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

La herramienta está bien estructurada. Recomiendo que tengan mucha atención al momento de la encuesta por si encuentran oportunidad de realizar nuevas.

IV. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple

No cumple

Pablo García - Coordinador de Linea de la Facultad de Diseño UCAU
 Nombre y Cargo:

D.N.I.: 9304930

3.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

De acuerdo a los tres objetivos principales que tiene esta investigación:

- **Determinar** de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.
- **Identificar** cuáles son las falencias actuales dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.
- **Argumentar** cómo el diseño estratégico influye como canal de comunicación en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5.

Se utilizaron las herramientas brindadas por Vijay Kumar (2013) en su libro “101 Design Methods: A structured Approach for Driving Innovation in Your Organization” puesto que presenta distintos métodos basados en la innovación del producto y/o servicio.

- **SWOT Analysis:** Mejor conocido como análisis FODA. Con el fin de conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que posee la empresa actualmente.
- **Observation to Insights:** Esta herramienta sirve para poder identificar los puntos clave de lo que le incomoda al usuario.
- **Insights Sorting:** Si bien va de la mano con la anterior, la diferencia es que en esta parte se podrán colocar los insights en distintas categorías. De esta manera, se podrá analizar mejor qué molesta al usuario.

Por otro lado, se utilizará el “Customer Journey Map”, una herramienta que permitirá colocar toda la información ya recopilada anteriormente de una forma más estructurada.

Insights

De acuerdo a las entrevistas dadas, tanto de usuarios como de expertos. Escribir los insights más importantes y catalogarlos por sectores.

Figura 5. Insights (101 Design Methods).

Análisis FODA

Fortalezas

Oportunidades

Debilidades

Amenazas

En conjunto con las matrices anteriores, armar un cuadro de Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Figura 6. SWOT Analysis (101 Design Methods).

Customer Journey Map

	Momentos clave	Antes de jugar	Al jugarlo	Después de jugar
Axeso5	Touchpoint o punto de contacto			
	Qué sucede			
	Cómo lo comunica			
El usuario	Qué hace			
	Sentimiento			Organizar toda la información encontrada y plasmar en un “cuadro de viaje” todos los pasos que realiza el usuario. Desde cómo conseguir el juego, hasta qué sucede después de jugarlo.

Figura 7. Customer Journey Map (<https://innokabi.com/claves-para-emocionar-a-tu-cliente-customer-journey-map/>).

4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO

Insights del Representante

Juego en general	Creación de Comunidad	Problemas de comunicación interna y externa
Juego para chicos de 15 - 16 a 22-23.	Fomentan el respeto y la unidad.	No hay mucha comunicación con los desarrolladores de Corea
Puede ser tomado de dos formas: Competitivo o social.	El AxesoFest es una festividad de fidelización	Para resolver los problemas tienen que esperar a la respuesta de Corea
Juego divertido y dinámico.	Creación de videos y concursos en vivo para los usuarios.	No existe un buen manejo de redes sociales. No tienen base de datos
Se conoce a varias personas.	Eventos y torneos constantes.	Los problemas externos: Web Arena, regalos, sí los pueden resolver.
El juego tiene ya 10 años.	Conexión con los desarrolladores de Corea desde hace años.	Todo lo que es programación y desarrollo del juego escapa de sus manos
La comunidad peruana equivale al 40% de jugadores.		Los organizadores no cumplen con los tiempos.
Solo el 5% son los fieles del 2008.		Los organizadores no cumplen con los tiempos.

Insights del Analista de Marketing

EL BUEN SERVICIO

Escucha a tu usuario.

Crea una base de datos de acuerdo a sucesos y sentimientos.

Resuelve problemas.

Tiene que haber un área designada que sepa a dónde derivar y con quién contactar si hay algún problema.

Las empresas tienen que encargarse de SERVIR.

Un videojuego es una experiencia completa.

La creación de comunidad es fundamental para la supervivencia del juego.

El material propuesto por las redes del juego deberían ser realizados por la misma comunidad.

La empresa debe tener cultura de servicio al cliente.

Análisis FODA del Servicio al Cliente en Redes Sociales

Fortalezas

Existe una comunidad unida.
Es el único juego de baile online exitoso.
Realización de eventos, torneos y reuniones.
Es un juego social.
Juego divertido y dinámico.

Oportunidades

Seguir explotando más las redes sociales.
Explotar más los puntos de contacto, puntos de venta.
La apertura a sugerencias por parte del staff.
Fomentar la experiencia completa de la que debe ser parte un videojuego
Videos y material producidos por los usuarios

Debilidades

No crean base de datos de acuerdo a los sucesos y/o sentimientos de los usuarios.
Falta de capacitación hacia los organizadores y miembros del staff.
La falta de sinceridad con respecto a lo que se comunica y lo que se hace.
No hay una integración del CM al equipo de Soporte.
Atraso con respecto a los otros Audition.

Amenazas

No hay unión entre el staff y la gente de Argentina a nivel comunicacional.
No hay una comunicación interna, lo cual se ve reflejado en toda la experiencia del juego.
No se resuelven los problemas a tiempo o simplemente no se resuelven.

Customer Journey Map: Servicio al Cliente

Axesó5

Touchpoint o punto de contacto	Página web	Facebook YouTube Instagram	Juego	Cibers/puntos de venta
Qué sucede	<p>Descargar el juego. Saber de qué trata. Información de los eventos. Recarga de Ax\$. Soporte técnico.</p>	<p>Promoción de compra. Anuncios de bienvenida a miembros del staff. Anuncios de mantenimientos. Eventos de asistencia. Eventos GameMaster. Anuncios de torneos y reunas.</p>	<p>Juegas distintos modos. Adquieres ropa con POP o Ax\$. Compra de items. Participación de los eventos. Pareja y equipo de baile. Personajes con forma de ánime. Canciones entretenidas.</p>	<p>Compra de Ax\$. Torneos presenciales. Eventos presenciales. Reuniones de familias. Premios en Ax\$. Sorteos.</p>
Cómo se comunica	<p>Toda la comunicación de los eventos, torneos, reuniones, actualizaciones, mantenimientos se comunican a través de las redes sociales (También lo puedes encontrar en la página web)</p>			
Problemas latentes	<p>Se demoran una semana en responder los tickets de soporte. A veces no te dan solución.</p>	<p>No se dan respuestas a los usuarios. Si se dan, es a pocos e inconclusas. No se comunica de los mantenimientos y actualizaciones hasta unas horas antes No se comunica de los errores del juego. Si el usuario pide ayuda, solo lo mandan a soporte. Muchas veces, no es el CM quien responde. Es otro miembro del staff.</p>	<p>Error en el modo historia hace meses. Bug y errores de textura tanto en la tienda como en el garden. Bota sala Hackers</p>	<p>Los organizadores se demoran en empezar el torneo o llegan tarde o cancelan horas antes. Falta de capacitación por si hay problemas con los programas de soporte a los torneos. No hay comunicación con la empresa si se cae el sistema. No hay control sobre los asistentes.</p>

El usuario

Touchpoint o punto de contacto	Página web	Facebook YouTube Instagram	Juego	Cibers/puntos de venta
Qué hace	<p>Pide ayuda a soporte y le responden a la semana</p> <p>No le soluciona el problema</p> <p>No sabe cómo mandar un ticket</p> <p>Se descarga en redes sociales</p>	<p>Consulta, pregunta, se queja, sugiere.</p> <p>No le hacen caso, no le responden.</p> <p>Pregunta por errores, se le manda a soporte.</p> <p>Pide soluciones, no se le responde.</p>	<p>Hace misiones, juega Battle Fam, juega con amigos, con su pareja, juega distintos modos.</p> <p>Entra al shop o a su garden y lo botan. Decide no ir por esa parte.</p> <p>Busca parches o soluciones con la comunidad, no acude a Axeso5.</p> <p>No encuentra solución ni por soporte, ni por redes.</p> <p>Juega otra cosa.</p>	<p>Si se demora en empezar el torneo, se va a su casa.</p> <p>Viaja grandes distancias para el torneo, se cancela.</p> <p>No hay un debido registro de su victoria y no le llegan los premios.</p>
Qué siente	<p>Siente que no le importa a la empresa</p> <p>Frustración</p>	<p>Pierdo tiempo</p> <p>Inpetitud por parte de la empresa</p>	<p>Enojo</p> <p>Descontento</p>	
Sin embargo			Está con sus amigos, se divierte	

Análisis de la herramienta Insights, la cual fue dividida en los tres sectores de entrevistas realizadas:

Usuarios:

Se logró identificar que en los usuarios, los factores como la baja frecuencia de respuestas y la calidad de las mismas tanto en las redes sociales como a nivel Soporte (página web) generan en él un sentimiento de abandono y dejadez por parte de la empresa. Es debido a este motivo que los rumores acerca del cierre del juego son cada vez más latentes. Aunque ya se ha aclarado que esto no va a pasar.

Por otro lado, a pesar de los sentimientos negativos presentes en los “gamers”, se reafirmó que ellos no dejarán de jugar a pesar de los errores presentes y que lo que los motiva a jugar son sus amistades.

Representante:

Se comprobó que está al tanto de los errores a nivel comunicacional de la empresa; sin embargo, esto se ve afectado a las constantes esperas y problemas que ocasiona el no tener una sucursal de desarrollo en Latinoamérica. Además, se logró desmentir el hecho del cierre de Audition Latino en un futuro cercano.

Por otro lado, se confirmó que a pesar de conocer las falencias dentro del servicio al cliente en las redes sociales, no se ha hecho nada para solucionarlo.

Analista de Marketing:

Los insights otorgados por Javier Albarracín son contundentes: De nada sirven todas las estrategias que hagas, los buenos videos, los torneos, etc. Si no tienes cultura de servicio, la empresa va a decaer. Sin embargo, por su experiencia con las entidades Coreanas, sabe que el problema va a persistir a menos que exista una mejor comunicación entre la empresa y sus desarrolladores.

Además, brindó tips claves para el desarrollo de un buen servicio: conocer al público, realizar una base de datos de ellos (quejas, sugerencias, emociones, reacciones, etc), y resolver sus problemas de manera eficiente. De hecho, todo esto no se podrá conseguir si la empresa no está dedicada a servir al consumidor.

Análisis de la herramienta FODA:

Como se mencionó en la descripción de lo que significaba el servicio al cliente: el consumidor es sensible, impaciente y demandante. Es por este motivo que, si bien existen varias oportunidades y fortalezas muy fuertes en el juego. No va a interesar que tan buenos gráficos, sistema o interfaz se presente, si al final no hay cultura de servicio.

Como problemas principales se logró identificar:

No hay una buena comunicación ni entre los organizadores con los trabajadores de Argentina, ni entre ellos con los trabajadores coreanos. Esto se ve reflejado tanto de manera interna como externa puesto que, si hay una baja en el juego, se demoran en arreglarlo y por ende, se demoran en comunicarle al usuario.

Es debido a esta falta de comunicación que los problemas no se han resuelto hasta ahora.

Sin embargo, un punto a favor del juego y de la empresa es su comunidad. A pesar de los errores que se han presentado constantemente, no han dejado de jugar. Sí, es verdad que juegan menos horas a cuando comenzaron, pero no son capaces de dejarlo debido a las amistades que tienen.

Análisis del Customer Journey Map: Servicio al Cliente

Se presentan tanto las acciones que realiza la empresa en los puntos de contacto como las reacciones que tiene el usuario hacia los errores de ésta. Los

sentimientos de frustración, enojo y descontento son latentes; sin embargo, están tan acostumbrados a la falta de interés por parte de la empresa de brindarles apoyo que se han resignado a “pasarla bien” con sus amigos.

Como resultado final:

Integrando todas las herramientas presentadas, se llega a la conclusión que la unión de la comunidad del juego es mayor a cualquier error posible presente.

5. CONCLUSIONES

- El diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5 debido a que sus herramientas de innovación dedicadas a la experiencia del usuario, permite una mejora al momento de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de algún tema en especial.

En este caso, ayudó a identificar cuáles son los factores de un buen servicio al cliente en las redes sociales y por su visión centrada en el usuario, todas las propuestas adyacentes a estos hallazgos serán en beneficio para su buen desarrollo.

- El uso de las herramientas otorgadas por Vijay Kumar, han permitido identificar cuáles eran las falencias actuales dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales: la falta de interés por mantener a sus clientes antiguos, no solucionan los errores del juego: bugs, hackers, etc., se realizan eventos y promociones de ingreso al juego; sin embargo, los premios anunciados no los entregan a su debido tiempo, las respuestas otorgadas por su personal dentro de las redes sociales es deficiente, haciendo que el usuario, en vez de estar contento, se enoje y se desanime. Asimismo, se logró identificar que, a pesar de que el juego presenta varios errores a nivel programación, y descontento por parte de los usuarios, son ellos quienes, al haber formado una amistad con las personas de sus clanes, familias, conocidos en las reuniones y eventos que no dejarían de jugarlo. Estas falencias están dejando espacio para el surgimiento de cualquier nuevo juego de baile que quiera entrar al mercado.
- Gracias a la herramienta de Insights, se pudo llegar a los pensamientos claves por los que pasan tanto usuarios como trabajadores del juego. Es certero mencionar que tanto usuarios como trabajadores conocen los errores y falencias

dentro del servicio al cliente de Audition Latino; y si hoy se mantiene el usuario en el juego es debido a la comunidad de amigos que han formado dentro de éste.

- Gracias al diseño estratégico y sus herramientas; y, al poder identificar las falencias dentro de su estrategia, es factible analizar propuestas para la mejora del canal de comunicación de las redes sociales. Esto quiere decir que la veracidad y continuidad de las respuestas sinceras por parte de la empresa, generará mayor entendimiento por parte de la comunidad. En adición, si la comunidad es fundamental para la supervivencia de un videojuego, es necesario, brindarles el mejor servicio posible puesto que, pensar que el usuario va a seguir jugando a pesar de los errores, podrá funcionar cierto tiempo; pero, la comunidad es un embudo inverso y si haces infeliz a uno, genera una reacción en cadena a cientos o miles.

6. RECOMENDACIONES

- El desarrollo de la buena experiencia de usuario es vital para cualquier rama de negocio; en el mundo virtual, muy esencial para su supervivencia. Ya que el juego Audition Latino Online de la empresa AXESO5, debido a que no existe una oficina oficial de la empresa en el país, todo tipo de comunicación es vía internet, no puede solucionar problemas ni realizar mejoras inmediatas al juego por la distancia con el distribuidor principal, por ende es importante que realice acciones que puedan comunicar y mantener de alguna manera, contento al usuario: desarrollar más promociones; más actividad en las redes sociales; actualizaciones del juego ; y, actividades mensuales como:: torneos, “reuniones”, premios, etc.
- Que un juego sobreviva al tiempo, en el mundo online, es gracias a su comunidad y más aún en el juego Audition Latino Online de la empresa AXESO5 porque es quien la mantiene en vigencia, por ello, se tiene que trabajar directamente con los gamers, para conocer sus necesidades e inquietudes.
- Realizar un cronograma expreso para la comunicación con la comunidad sobre éxitos y logros de los participantes, debilitará el descontento y facilitará la generación de la adhesión emocional.
- Generar una base de datos formada por el análisis de las fallencias encontradas, identificando cuales son las más incidentes. A fin de hacer las correcciones necesarias para satisfacer al usuario de una manera más certera.
- Revisar la comunicación, que tiene Audition Latino Online de la empresa AXESO5, con la Oficina General en Corea, existen varios Audition's en todo el mundo, el latino es el que presenta más errores. El diseño estratégico es fundamental para conocer las fallencias del producto/empresa como las necesidades del usuario; pero su uso, no garantiza el éxito de éste a un cien por ciento; si existen factores que pueden afectar al buen desenvolvimiento de la empresa propuesta.

Sería muy soberbio de parte de AXESO5, pensar que como ahora se encuentran en un océano azul en lo que a juegos de baile se refiere, no pueda aparecer un juego mejor para Latinoamérica (sin errores), que los destrone.

- En este trabajo de investigación se utilizaron los “101 Métodos de Diseño” de Vijay Kumar; sin embargo, se pueden utilizar otros formatos. Puesto que el diseño estratégico se encuentra en constante cambio y actualización, existen muchos otros autores que han creado distintos métodos para llegar a conocer al cliente. Lo que se recomienda es utilizar un “mix” de ellos, amoldarlo a las necesidades del usuario y llegar a soluciones concisas y certeras.

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Fuentes bibliográficas

Lofgren, E. y Fefferman N. (2007). Caso histórico del juego World Of Warcraft de la empresa Blizzard.

Yee, N., Bailenson, J. y Ducheneaut, N. (2009) Mejora visual del avatar genera mayor familiaridad y empatía en las personas.

Belli, S., y López, C. (2008). Breve historia de los videojuegos.

Velázquez, R. (2010). Relaciones interpersonales. Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Arcelay, T. (2012). Aceptación y relaciones interpersonales.

Christakis, N. y Fowler, J. (2010) La formación de relaciones interpersonales a través de las redes sociales.

McGonigal, J. (2010). El beneficio de los videojuegos.

CNN (2008). Una mujer mata al personaje virtual de su esposo y recibe multa de 5000 dólares.

Western Morning News (2008). Divorcio causado por infidelidad virtual.

Huguet, J., y Gonzáles, J. (2016). Comunidades dentro de los videojuegos online.

Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Cody, R., Stephenson, B. H., Horst, H. A., ... & Perkel, D. (2009). Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media. MIT press.

Olson, C. K., Kutner, L. A., & Warner, D. E. (2008). The role of violent video game content in adolescent development: Boys' perspectives. *Journal of Adolescent Research*, 23(1), 55-75.

Mejía, J. (2013). *La guía del Community Manager: Estrategia, táctica y herramientas*. España: Ediciones Anaya Multimedia (Grupo Anaya, S.A.).

7.2 fuentes electrónicas

Merodio, J. (2010). *Marketing en redes sociales*.

Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016). *Consejos para el buen desarrollo de las redes sociales*.

Lewis, K. (2008). *El alcance de las redes sociales usando Facebook*.

Rose, J. (2017). *Marketing para Instagram*.

Zhang, C. y Liu, J. (2015). *Análisis y crecimiento anual de la plataforma Twitch*.

Gandolfi, E. (2016). *Crecimiento mensual de 28 millones de seguidores en el 2015*.

Gay (1997) *Características esenciales de los grupos culturales*.

50Minutos.es (2018). *Transformación de la plataforma de YouTube: de reproductor de video a vlogger*.

YouTube Study Club (2018). YouTube en la actualidad: relación entre usuario y suscriptores.

Scheinsohn (2011). El diamante de la estrategia de comunicación.

Castelló, A. (2010). Estrategias empresariales en redes sociales.

Purita, G. (s.f). Medios por los cuales se puede utilizar las redes sociales.

Nixon, N. (2016). El diseño estratégico es el nexo entre el pensamiento y la estrategia.

Brown (2015). El diseño estratégico como proceso para la innovación de ideas cargadas de significado emocional.

Redacción EC. (10 de enero del 2014). Crimen por videojuego: asesino pasó a penal Castro Castro. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/crimen-videojuego-asesino-paso-penal-castro-castro-284082>.

[VIDEO] Rodrigo Isasi: “El futuro exige liderar negocios con enfoque de diseño”. (2018, Julio 18). Recuperado de <https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/negocios/rodrigo-isasi-futuro-exige-liderar-negocios-enfoque-diseno-noticia>”

ANEXOS

Matriz de consistencia para investigación cualitativa

TÍTULO: El uso del diseño estratégico para generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa AXESO5

PROBLEMA GENERAL QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	PRE SUPUESTO GENERAL	CATEGORÍAS DE INVESTIGACION	METODOLOGÍA
¿De qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego	Determinar de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del	El diseño estratégico busca una mejora de la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego Audition Latino que compete al	<ul style="list-style-type: none"> • Lofgren, E. y Fefferman N. (2007). Caso histórico del juego World Of Warcraft de la empresa Blizzard. 	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica (X)

<p>AUDITION LATINO ONLINE de la empresa AXESO5?</p>	<p>juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa AXESO5.</p>	<p>ámbito comunicacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Yee, N., Bailenson, J. y Ducheneaut, N. (2009) Mejora visual del avatar genera mayor familiaridad y empatía en las personas. ● Belli, S., y López, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. ● Velázquez, R. (2010). Relaciones interpersonales.. ● Arcelay, T. (2012). Aceptación y relaciones interpersonales. ● Christakis, N. y Fowler, J. (2010) La formación de relaciones 	<p>Aplicada ()</p> <p>MÉTODOS Y TÉCNICAS:</p> <p>Enfoque Cualitativo.</p> <p>Entrevistas semiestructuradas.</p> <p>INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Guía de entrevista a usuarios ● Guía de entrevista a gerente general de Axeso5 en Perú.
---	---	-------------------------------	--	--

			<p>interpersonales a través de las redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● McGonigal, J. (2010). El beneficio de los videojuegos. ● CNN (2008). Una mujer mata al personaje virtual de su esposo y recibe multa de 5000 dólares. ● Western Morning News (2008). Divorcio causado por infidelidad virtual. ● Huguet, J., y Gonzáles, J. (2016). Comunidades dentro de los videojuegos online. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de entrevista a experto de marketing digital
--	--	--	---	---

			<ul style="list-style-type: none">● Merodio, J. (2010). Marketing en redes sociales.● Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016). Consejos para el buen desarrollo de las redes sociales.● Lewis, K. (2008). El alcance de las redes sociales usando Facebook.● Rose, J. (2017). Marketing para Instagram.● Zhang, C. y Liu, J. (2015). Análisis y crecimiento anual de la plataforma Twitch.● Gandolfi, E. (2016). Crecimiento mensual	
--	--	--	---	--

			<p>de 28 millones de seguidores en el 2015.</p> <ul style="list-style-type: none">● Gay (1997) Características esenciales de los grupos culturales.● 50Minutos.es (2018). Transformación de la plataforma de YouTube: de reproductor de video a vlogger.● YouTube Study Club (2018). YouTube en la actualidad: relación entre usuario y suscriptores.● Scheinsohn (2011). El diamante de la	
--	--	--	--	--

			<p>estrategia de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none">● Castelló, A. (2010). Estrategias empresariales en redes sociales.● Purita, G. (s.f). Medios por los cuales se puede utilizar las redes sociales.● Nixon, N. (2016). El diseño estratégico es el nexa entre el pensamiento y la estrategia.● Brown (2015). El diseño estratégico como proceso para la innovación de ideas cargadas de significado emocional.	
--	--	--	---	--

Matriz de categorización

OBJETIVO GENERAL: Determinar de qué manera el diseño estratégico influye en generar una mejora dentro de la estrategia de atención al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa AXESO5..			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	UNIDADES DE ANÁLISIS /BASE TEÓRICA
ENTREVISTA A USUARIOS			
1. Conocer el perfil y características del usuario de Audition Latino.	Problemas dentro del juego	Tiempo que lleva jugando. Motivaciones y razones de elección del juego. Frecuencia con la que juega.	Lofgren, E. y Fefferman, N. (2007) Yee, N., Bailenson, J. y Ducheneaut, N. (2009) Velázquez, R. (2010)

		<p>Otros juegos online/offline.</p> <p>Historias dentro del juego.</p> <p>Recarga de ax\$ y por qué.</p> <p>Asistencia y dificultades con los eventos.</p>	<p>Arcelay, T. (2012)</p> <p>Christakis, N. y Fowler, J. (2010)</p> <p>Huguet, J. y Gonzáles, J. (2016)</p>
<p>2. Establecer parámetros de conformidad y disconformidad de los usuarios en las redes sociales.</p>	<p>Comunicación del juego</p>	<p>Redes sociales utilizadas</p> <p>Calidad de videos, publicaciones y respuestas.</p> <p>Seguimiento de las actividades del juego.</p>	<p>Merodio, J. (2010)</p> <p>Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016)</p> <p>Lewis, K. (2008)</p> <p>Rose, J. (2017)</p> <p>Purita, G. (s.f.)</p>

ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE LA EMPRESA EN PERÚ

<p>3. Conocer cuáles son los límites de Axeso5 como empresa, para la mejora del juego.</p>	<p>Información de la empresa</p>	<p>Conocer a la persona</p> <p>Cantidad de usuarios peruanos.</p> <p>Fidelización de usuarios.</p> <p>Cantidad y calidad de eventos realizados.</p> <p>División de publicaciones en Facebook</p> <p>Nivel de conformidad por parte del usuario.</p>	<p>Scheinsohn (2011)</p> <p>Castelló, A. (2010)</p> <p>Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016)</p>
--	----------------------------------	---	--

		Propuesta de mejora	
		Expectativas para la comunidad	
ENTREVISTA A ESPECIALISTA EN MARKETING / MARKETING DIGITAL			
4. Conocer los parámetros por los cuales una estrategia de comunicación es efectiva.	Efectividad de comunicación	Conocer a la persona. Percepción de desarrollo del campo digital en Perú. Efectividad de la estrategia. Importancia del público.	Scheinson (2011) Castelló, A. (2010) Nixon, N. (2016) Brown (2015)

<p>5. Establecer cómo son los parámetros por los cuales se consideraría un buen manejo de redes sociales.</p>	<p>Nivel de interacción con público</p>	<p>Redes sociales en videojuegos.</p> <p>Cumplimiento de objetivos</p> <p>La importancia de la fidelización.</p> <p>Respuestas.</p> <p>Community Managment.</p> <p>Edición de la publicación.</p> <p>Optimización de las redes sociales.</p>	<p>Kawasaki, G. y Fitzpatrick, P. (2016)</p> <p>Purita, G. (s.f.)</p>
---	---	--	---

CONCEPTO	CATEGORÍA	PREGUNTAS
Conocer el perfil y características del usuario de Audition Latino	Tiempo que lleva jugando	¿Hace cuánto que juegas?
	Motivaciones y razones de elección del juego	¿Cómo conociste Audition? ¿Por qué elegiste Audition Latino? ¿Por qué sigues jugando?
	Frecuencia con la que juega	¿Cuánto tiempo juegas semanalmente? ¿Por qué no más/menos?
	Otros juegos online/offline	¿Qué otros juegos online juegas? ¿Cuál de ellos prefieres? ¿Por qué? Y Cuándo te aburres de jugar online, ¿juegas algo más offline?
	Historias dentro del juego	¿Qué anécdotas bonitas has tenido dentro del juego? ¿Cuáles han sido las malas?
		¿Alguna vez has tenido algún problema dentro del juego?

		<p>¿Te fijaste o preguntaste en algún lado cuál era el problema?</p> <p>¿Supiste cuánto iba a demorar la falla?</p>
		¿Cómo te sentiste respecto a ello?
	Recarga de ax\$ y por qué	¿Cada cuánto recargas ax\$ y por qué?
	Asistencias y dificultades con los eventos	<p>¿Asistes a todas las reuniones, eventos y torneos?</p> <p>¿Asistes solo o con amigos?</p> <p>¿Has ganado algún torneo o evento?</p>
		<p>¿Tuviste algún inconveniente con la realización del evento?</p> <p>Por ejemplo, ¿el servidor se actualizó o presentó algún problema mientras jugabas?</p>
		¿Esperaste a que se arreglara o te fuiste a tu casa? ¿Qué dijo el organizador?
Establecer parámetros de conformidad y disconformidad de los	Redes sociales utilizadas	¿Qué redes sociales utilizas?

usuarios en las redes sociales		
	Calidad de videos, publicaciones y respuestas	¿Alguna vez has comentado algo o realizado alguna consulta? Si es no, ¿Por qué?
		¿Respondieron a tu consulta? ¿cuánto tiempo demoraron?
		Si no ha tenido respuesta, ¿cómo te gustaría que hubiera sido?
	Seguimiento de las actividades del juego	¿En qué redes sociales te enteras de los eventos, actualizaciones, torneos, etc?
		Con respecto a las actualizaciones del juego, ¿Qué te parecen? ¿Cumplen con los tiempos especificados? ¿Se llega a arreglar el problema? ¿Cómo te sientes al respecto?
		¿Alguna vez has visto en las redes sociales que se ha comunicado que el juego está habilitado pero vas al juego y presenta bugs o te bota

		inesperadamente? ¿Cómo te hace sentir?
		¿Has pensado en dejar de jugar debido a estas fallas? Si la respuesta es no, ¿Por qué?
Conocer cuáles son los límites de Axeso5, como empresa, para la mejora del juego	Conocer a la persona	Nombre. ¿A qué te dedicas? ¿Cuántos años de experiencia tienes en este rubro? ¿Antes estuviste en otra línea de trabajo? Si la respuesta es sí. ¿Por qué Audition Latino?
	Cantidad de usuarios peruanos	¿Cuántos usuarios peruanos juegan Audition Latino?
	Fidelización del usuario	De los usuarios que iniciaron el juego en el 2008, ¿Cuántos siguen jugando?
		¿Se han hecho acciones para fidelizar a los usuarios? Si, no ¿Por qué? ¿Cuántas?
		¿Tienes una estimación de crecimiento de usuarios en estos años?

	Cantidad y calidad de eventos realizados	¿Cuántos eventos se realizan al año? De acuerdo a tu perspectiva ¿qué opina de la calidad de los eventos? ¿Te parece que deberían haber más eventos? ¿Por qué?
	División de publicaciones en Facebook	¿Cómo está dividido su calendario de publicaciones en Facebook?
	Nivel de conformidad por parte del usuario	¿Reciben quejas de los usuarios? ¿Cuáles son la quejas más frecuentes? ¿A qué se deben esas quejas? ¿Se ha hecho algo para solucionarlas?
	Propuesta de mejora	¿Qué le parece que deberían mejorar y cómo piensan hacerlo?
	Expectativa para la comunidad	¿Cuáles son las expectativas que tiene la comunidad para el juego? ¿Las puedes cumplir?
Conocer los parámetros por los cuales una estrategia	Conocer a la persona	Nombre. ¿A qué te dedicas? ¿Cuántos años de experiencia tienes en este rubro? ¿Antes estuviste en otra línea de trabajo? Si la

de comunicación es efectiva		respuesta es sí. ¿Por qué elegiste el rubro digital?
	Percepción de desarrollo del campo digital en Perú	¿Cómo ves el desarrollo del campo digital en el Perú? ¿Le ves potencial? ¿Por qué?
	Efectividad de la estrategia	¿Qué aspectos debe considerar una buena estrategia de comunicación? ¿Por qué?
	Importancia del público	¿Es necesaria una estrategia de atención al cliente? ¿Qué debe componer? Y, en ¿Qué beneficiaría a la empresa? ¿Por qué?
Establecer cuáles son los parámetros por los cuales se consideraría un buen manejo de redes sociales en el ámbito de los videojuegos	Redes sociales en videojuegos	En tu experiencia ¿Cómo crees que debería ser la relación entre videojuegos y redes sociales para la creación de una comunidad?
	Cumplimiento de objetivos	¿Cómo definen los kpi's de una red social.?¿Qué herramientas se utilizan para analizarlos?

	La importancia de la fidelización	¿Consideras que se debería conseguir la fidelización del consumidor? ¿Por qué?
	Respuestas	¿A quién le corresponde responder una consulta, duda, queja en las redes sociales? ¿Cómo deberían ser estas respuestas? ¿A quién se le comunica sobre estos problemas?
	Community Managment	¿En base a qué, el community manager genera una base de datos?
	Caso: Audtion Nexon	¿Tú crees que la atención al cliente haya tenido algo que ver con el cierre del Audtion Nexon? ¿Por qué? ¿Qué otros factores hubieron?
	Edición de la publicación	Según tu experiencia ¿Cómo deberían ser las publicaciones y videos cómo deben ser?
	Optimización de las redes sociales	¿Qué consejos darías para tener un buen manejo de las redes sociales en el área de atención al cliente?

Entrevista a Usuario 01:

Hola ¿Qué tal? ¿Cómo te llamas?

Hola. Mi nombre es Geraldine Cortéz.

¿Cuántos años tienes?

22 años.

¿Hace cuánto juegas Audition?

Desde que tengo 14 años.

¿Cómo conociste el juego?

Por medio de un amigo, me recomendó descargar el juego y al principio me pareció aburrido, pero luego como que, me llamó la atención y así que seguí jugando.

¿Por qué seguiste jugando?

Por amigos, para distraerme, me divierto. Me gusta mucho.

¿Cuánto tiempo juegas semanalmente?

Semanalmente, bueno ahora último no entro mucho, pero si es que ingreso semanalmente pues una vez, dos veces.

¿Por qué juegas esa cantidad de horas?

Bueno, últimamente porque no me llama mucho la atención. A parte estoy cansada, porque mi rutina es muy diferente a la anterior. Ya actualmente estoy trabajando así que no me alcanza mucho el tiempo y prefiero descansar.

¿Has jugado otros juegos online?

¿Online? La verdad no, sólo Audition.

¿Qué haces cuando no estás jugando Audition?

No. Duermo.

¿Qué anécdota bonita recuerdas del juego? ¿Ya sea con tus amigos, o con tu pareja?

Cuando hago Battle Fam. Exclusivamente por mis combos, sí porque tengo muchos. Bueno, los buenos recuerdos que tengo son dependiendo de los combos altos que he hecho, y la verdad que es un momento muy emocionante.

¿Y alguna mala?

¿Mala? Creo que ninguna.

¿Alguna vez has tenido algún problema dentro del juego? Cuando estabas haciendo BF y de la nada se cayó el sistema, te botó...

Sí, cuando hay estos chicos que tienen algunos programas que hacen que te boten del juego.

AH, ¿Los bota sala?

Sí, especialmente porque luego se hace difícil ingresar al free donde está toda la gente que mayormente hace los Battle Fam.

¿Alguna vez has visto en algún lado, chequeado o preguntado, cómo hacer que estos problemas no surjan?

No, sólo me pasaban archivos anti explota salas, los usé, los actualizaban y ya no servían.

¿Quién te pasaba eso, la página de Audi?

No, no. Mis amistades.

¿Cuándo estás en pleno combo y estás en la sala y te botan, cómo te sientes, te frustras, te llega?

Ah, obviamente sí. Me frustra porque, como te digo, es difícil entrar al free donde están todos y la verdad es que me estresa y me aburre estar haciendo click a cada rato.

¿Te ha pasado que te aburraste de dar click, ya no entras y cierras todo?

Si es que, bueno ya no es tan emocionante el momento ya no regreso, Pero la mayor parte del tiempo si he tratado de hacer lo posible para entrar.

¿Cada cuánto recargas cash (Ax\$)?

Solo he recargado dos veces para ser sincera.

¿Por qué?

Porque me regalaban las cosas.

¿Y por qué recargabas?

Ah, pues por las promociones.

¿Has asistido a torneos, eventos?

Algunas veces sí.

¿Ganaste?

Pocas veces.

¿Fuiste con tus amigos o sola?

Con mis amigos.

¿Qué sentiste cuando ganaste?

Me sentí feliz porque iba a recibir cash.

¿Y alguna vez en esos torneos hubo algún problema inesperado?

No

¿No has tenido ningún problema dentro de la organización del juego?

A veces se iba la arena, creo que la manejan los administradores o los que realizan los torneos tienen una web, he escuchado que se caía la página. Se caía la web arena.

¿Tenías que esperar?

Es que lo que pasa creo que en su sistema tenían que esperar quién le tocaba contra quién; y cuando se caía la arena, pues sí, suspendían en realidad el torneo.

¿Suspendían? ¿Iba a ser al día siguiente, a la semana siguiente?

Decían: “hay que esperar a que regrese la arena”, pero si no regresa, ya no realizaban ese torneo.

¿Y se cancelaba indefinidamente?

Sí.

O sea, ¿Perdiste tu tiempo en ir?

Sí.

¿Ha pasado que has estado en el juego y de la nada actualización y te ha botado?

Sí

¿Llegaste a ver si en la página de Audi?

No avisaban, solo te enterabas cuando estabas ingresando y te aparecía mensaje que estaba en mantenimiento

Ahora último sí avisan, pero...

Ah sí yo me refiero a antes pues porque ahora ya no entro mucho.

Por ejemplo, ahora último cuando estás jugando y te bota. Te avisan en ese momento que hay actualización. Pero en el tiempo en el que no recibías ninguna información ¿Qué hacías?

Yo no soy mucho de reclamar así que simplemente pues ya no abría el juego.

¿Todo el día?

Sí, y bueno pues el mantenimiento era el día martes así es que ya se sabía que por la mañana actualizaban el juego, así es que evitaba entrar en ese horario, muy aparte de eso, cuando yo iba pues a internet a jugar y ocurría esto de los mantenimientos sí muchas veces, por ejemplo, tenía como que...ni 10 minutos en el juego y se producía pues la actualización y ya hasta esperar y la verdad que ya me retiraba, se demoraba mucho.

O sea, creabas un espacio en tu rutina, ibas al cyber y no había juego. ¿Y la gente que iba contigo también se iban?

Sí iba con una amiga, intentábamos ingresar, esperábamos unos 15 minutos y así pero ya de ahí, lo cerrábamos porque sabíamos que ya no iba a regresar e servicio.

¿Utilizas redes sociales?

Tengo Instagram y Facebook

¿Alguna vez has comentado o hecho alguna consulta en la página de Audi?

No.

¿Por qué?

Porque se me hacía claro todo lo que colocaban, es que últimamente no tengo mucho interés por el juego, así que no me llama la atención.

¿Y cómo te enteras de las actualizaciones, eventos o torneos que realizan?

Todo por Facebook, porque bueno antes como que no publicaban mucho, así es que ahora he visto que sí pues, que han cambiado muchas cosas, como que están más pegados a las publicaciones, actualizaciones y todo eso, te comunican.

Están tratando de informarte más

Claro y por ejemplo en algunos organizadores de torneo los pasan por vivo y tratan de que te pegues más al juego.

Con respecto a las actualizaciones del juego ¿Qué te parecen?

En parte buena y en otras me parece que todavía les falta mucho, he probado otros Auditions como que copian los mismos caracteres y diseño y todo eso.

Cuando has visto que han estado actualizando ¿Cumplen con los tiempos?

Nunca comunican cuanto se van a demorar.

Antes hacían actualizaciones una vez al mes ¿Ya no hacen eso?

Si, mensualmente actualizan, sol hubo un tiempo donde iban discordantes al tiempo en el que estábamos. Ponte actualizaban este mes y lo colocaban como si fuera el mes pasado, y o sea, se atrasaban cuando eran actualizaciones.

¿Lo mismo pasó con el Attendance? El evento del calendario en el que ponías asistencias.

Ah sí, pues hubo fallas obviamente porque no entregaban los premios correspondientes y hasta ahora no lo solucionan.

Cuando has estado jugando después de una actualización ¿Han habido problemas como bugs?

Ah eso sí siempre, siempre ha habido eso. Por lo del explota salas.

¿Hasta ahora no han arreglado los problemas latentes?

No, no.

¿Cuáles dirías que son los problemas que tienen ahorita que no han arreglado?

En cuanto a lo que es, por ejemplo, son historias, todavía no está bueno. Cada vez que bueno quieres avanzar con tu historia no se puede porque nunca lo actualizan nunca solucionan ese problema. Si creas una sala para que aumentes tu historia, pero te bota y ese problema sigue hasta ya desde hace años. Y luego pues, justamente, el

de los premios, que supuestamente que si tú ingresas te los van a dar, no te los dan y no te dan una solución, no te dan una respuesta y hay muchos reclamos, pero nunca dicen nada. Ni siquiera te dan una respuesta de porqué ha sucedido eso.

¿Y eso cómo te hace sentir?

Aburre pues, te cansa porque a veces; por ejemplo, hay actualización, entras a ver cuáles son las cosas nuevas que hay, y de repente entras al shop y marcas lo que son peinados y por la mala actualización estás deslizando hacia abajo para ver más, pero te bota entonces es una falla.

Y esa falla solo te enteras porque entraste al shop y te botó. ¿En la página de Audi no te avisan?

No avisan, a menos que tu ingreses o notes que está pasando eso.

Ya llevas jugando 8 años más o menos y como dices ya juegas poco, ¿Se debe al aburrimiento que te generan estos problemas?

La verdad que a veces, sobre todo por el explota salas, es lo único que me incomoda.

¿Dejarías de jugar por estos problemas?

No creo.

Entrevista a Usuario 02:

Hola, ¿Me podrías decir tu nombre?

Daniel Alor

¿Cuántos años tienes?

21 años.

¿Juegas Audition Latino?

Sí.

¿Qué juegos Online conoces?

Antiguos, jugaba Rakion, Gunbound y WolfTeam.

¿Cuál de ellos prefieres más? ¿Por qué?

Prefiero el Audition por los modos. En especial el Beat Up.

¿Hace que tiempo juegas Audition Latino Online?

Hace más o menos 7 u 8 años atrás.

¿Cómo conociste el juego?

A través de mi prima. Como yo era más niño, ella me decía que la acompañara al internet, y yo le veía cómo jugaba en la PC. Le dije que me creara mi cuenta y ya.

¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego? ¿Y cuáles negativas?

Conocí un montón de personas, ya hayan sido buenas o malas. De las experiencias negativas, no tengo muchas porque no he sido tan vicioso.

¿Durante este tiempo (mencionar tiempo) que juegas ¿ha habido algún momento que has dejado de jugarlo? ¿Por qué?

Dejé de jugar porque todo era lo mismo, los mismos personajes, los mismos amigos, eso me aburría y me iba a jugar otra cosa.

¿Qué te llevó a retomarlo?

Regresé porque echaba de menos a mis amigos.

¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

Simplemente jugar y estar con amigos.

¿Acostumbras a jugar solo o con amigos?

Cuando no conocía a nadie, jugaba solo. Pero ahora conozco a la gran parte de los que vienen a estos eventos y juego con ellos a veces.

De los amigos que tienes ahora ¿Los conociste a través del juego o ya lo tenías?

De los amigos que conocí por el juego, a la mayoría ya los conozco en persona.

¿Con qué frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?

Juego inter diario, más que todo por las noches.

¿Siempre es igual o varias? ¿Por qué?

Si tengo tiempo libre o en su mayoría los domingos.

Cuando te aburres de jugar Audition Latino Online ¿juegas otra cosa o dejas de jugar?

Solamente deajo de jugar y me voy a hacer otra cosa. Veo videos, por ejemplo.

¿Qué es lo que hace que te aburras de Audition?

Me aburro porque me cansa estar tanto tiempo en un juego.

¿Acostumbras a recargas ax\$?

Creo que recargo una vez al año.

¿Cada cuánto tiempo recargas?

Cuando tengo plata o cuando hay algún 2x1.

¿En soles, cuánto más o menos gastas?

Creo que debo haber gastado de 300 a 500 soles en los 8 años que llevo jugando.

¿Alguna vez has estado jugando e inesperadamente tuviste algún problema como cierre o bug dentro del mismo?

No, solo he tenido problemas con los explota sala.

¿Nunca te has quejado al Facebook o a Soporte por los problemas que ocasionan?

No, la verdad es que no pierdo mi tiempo en eso porque al final no le toman importancia. Y eso, si es que lo leen.

¿Y has tenido algún problema con los bota sala? ¿A quién acudiste para solucionarlo?

Sí, pero solo espero a que se vayan y pierdan su tiempo. Vuelvo a entrar y vuelvo a jugar.

¿Acostumbras participar de los eventos/torneos/reus que realiza el juego? ¿A cuáles vas con más frecuencia?

Claro, solo asisto cuando son durante los fines de semana.

¿Vas solo o con amigos? ¿Por qué?

Con mis amigos porque compartimos momentos, nos reencontramos después de tiempo, chongo, etc.

¿Has ganado algún torneo/mini torneo? ¿Cuántas veces? ¿Cómo te sentiste?

Sí, debo haber ganado unos 10 a 15 torneos. Me siento normal, no me crezco, estoy tranquilo. Si gano bien, si pierdo también. Es solo un juego.

¿Has tenido algún inconveniente con la organización del evento?

Hasta ahora no he tenido ningún problema.

Cuando has estado jugando en un torneo ¿Se ha caído el servidor?

En el tiempo que llevo jugando, felizmente no.

¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

Facebook y Whatsapp.

¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

Solamente leo cuando publican, nada más.

¿Alguna vez has comentado o realizado una consulta a través de ellas?

Una vez consulté. Mi queja fue sobre el bug de familias, sobre el robo de los puntos y me respondieron: "Seguimos mejorando por la calidad del juego".

¿Cómo te hubiera gustado que sea?

Me hubiera gustado que me dijeran que poco a poco iban a ir mejorando el servidor para que la comunidad de Audition mejore, que haya legalidad.

¿Qué te parecen las publicaciones que hacen?

Me parecen más o menos porque en los eventos dicen que serán a cierta hora y se demoran, no cumplen.

**Con respecto a las actualizaciones ¿Cumplen con los tiempos especificados?
¿Las hacen bien, las hacen mal?**

A veces las hacen bien, a veces las hacen mal. A veces se bugea el garden, las familias o el msn. Cada actualización siempre hay un error o a veces no hacen nada. Te dicen que están mejorando pero no hacen nada.

¿Qué te pareció el error sobre el Attendance Date?

No opino nada porque como ya no entro tan seguido por lo que trabajo, me dio igual.

¿Qué te hace sentir que haya tanta ilegalidad al rededor del juego? Imagínate que estás en combo y llega el otro que hace x30 porque tiene vip o hack.

Me frustra demasiado porque son los antigamers.

¿Qué te hace sentir con respecto a la empresa?

Creo que no les interesa, se hacen la vista gorda.

¿Estás fallas están generando en ti que decidas dejar de jugar? ¿Por qué?

No he dejado de jugar porque si bien hay personas que usan hacker, también hay personas que son legales, que son las que yo conozco.

Al final, decides jugar con las personas que ya conoces

Exactamente, así me evito problemas

¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado?

Si, pero no tengo ningún problema con que cierre. Lo escuché en las páginas de grupos de Facebook que dicen que va a cerrar y solo le doy "me divierte".

No te interesaría si cierra

No, porque ya conocí a varios amigos con los que ahora converso y el juego solo es un pasatiempo.

Entrevista a Usuario 03:

Hola, ¿Me podrías decir tu nombre?

Carolina Herrera

¿Cuántos años tienes?

21 años.

¿Juegas Audition Latino?

Sí. Si juego Audition.

¿Qué juegos a parte de Audition conoces?

El Dota, Fortnite, Love Ritmo.

¿De esos cuáles juegas? ¿Por qué?

Solo juego Audition porque una vez quise probar el Dota y no lo entendí. udition me parece más fácil.

¿Hace cuánto tiempo juegas?

Hace más o menos 6 u 7 años atrás.

¿Cómo conociste el juego?

Lo conocí por amigos, además que el internet a donde iba también lo jugaban.

¿Se reunieron todos y dijeron: “hay que jugar esto”?

No, a veces iba al internet y estaban jugando. Pregunté sobre el juego, decidí crearme una cuenta y ya.

¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego?

He conocido a varios amigos que hasta ahora lo son. También he tenido algunas relaciones.

¿Los conociste en persona o se quedaron en el juego?

A la mayoría sí los conocí en persona. Todavía hay otros que se han quedado en el juego.

¿Y cuáles negativas?

Que me hayan podido ser infiel y que además de eso hayan personas que te escriban y te digan: “oye, nos vamos a pelear”, y yo iba toda linda y nunca llegaban.

¿Te peleabas?

No, nunca me peleé porque no sabía pues pero me decían: “ven acá, te voy a esperar” y yo fui pero la flaca nunca llegó. Si ella iba, iba a ser mi primera pelea en mi vida.

¿Durante estos últimos 6 años que llevas jugando ¿ha habido algún momento que has dejado de jugarlo? ¿Por qué?

Si, lo dejé porque empecé a estudiar en la universidad y ya no tenía tanto tiempo como antes para jugar. Y a parte que tenía una relación y pasaba más el tiempo con él.

¿Qué te llevó a retomarlo?

Al principio fue porque estaba aburrida y dije: “Pucha, lo voy a descargar de nuevo en mi laptop”. Porque nunca lo había tenido ahí y se demoró como cinco días en descargar. Y nada, decidí volver a entrar solamente para pasar el rato, nada más.

¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

Me parece entretenido cuando no tienes nada que hacer. Para pasar el rato.

Antes entraba para estar con mis amigos, pero ahora no.

O sea, antes era para conocer gente y ahora es para pasar el rato.

¿Antes o ahora acostumbras a jugar solo o con amigos?

Sí, suelo jugar con mis amigos.

¿Son amigos que conociste por el juego o ya los conocías en persona?

De los dos. He tenido amigos que conocí por el juego y luego nos conocíamos en persona. Como también amigos que ya conocía y decidíamos jugar juntos.

¿Con qué frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?

Se podría decir que interdiario. A veces entro, más que todo en las noches. Cuando tengo tiempo.

¿Siempre juegas así o cuando son vacaciones o feriado juegas más? ¿Por qué?

Bueno, desde que lo dejé de jugar, juego de vez en cuando porque ahora tengo otras cosas que hacer. Prefiero estar y salir a pasear con mis amigos a estar en la computadora tecleando.

Cuando te aburres de jugar Audition Latino Online ¿juegas otra cosa o dejas de jugar?

Solamente dejo de jugar y me voy a ver a mis amigos, salgo con ellos. O también me pongo a jugar Ludo en Facebook.

Mi hermana también juega ludo. No le veo lo paja, pero ya ¿Antes recargabas Ax\$?

Sí, hace años. Son anécdotas también. A veces quería recargar y no tenía, e iba donde mi mamá y le sacaba plata.

¿Ya no recargas?

No, ya no.

Cuando recargabas, ¿Cada cuánto lo hacías?

A veces lo hacía cuando habían las promociones, pero solo un par de veces, nada más.

En los años que supongo que recargabas era solo un par de veces al año, nada más.

Sí, no muchas veces.

¿Si tuvieras que cuantificar cuánto más o menos has gastado en todo este tiempo, cuánto sería?

Creo que debo haber gastado 400 o 500 soles.

¿Alguna vez has estado jugando y tuviste algún problema dentro del juego?

Ahora me pasa mucho más seguido que antes. Antes, por ejemplo, solo me botaban de la sala cuando no le caía a la persona, pero ahora...

Antes habían más hackers también...

Nunca he utilizado hacker, mi cuenta es legal. Pero ahora, hay esos que explotan la sala y te botan de todo.

¿Han solucionado lo de los bota sala?

No, pero como solo entro para pasar el rato. No me hago problemas

Pero entrar al 1.7 es súper complicado

Sí, solo me queda clickear y me quedo como 20 min esperando.

¿Has mandado ticket a soporte?

No, nunca he mandado nada a Soporte.

¿Acostumbras participar de los eventos/torneos/reus que realiza el juego? ¿A cuáles vas con más frecuencia?

Hace años iba de vez en cuando. Y bueno, ahora que he venido después de mil años.

Y ahora que estás con tus amigos ¿has venido por ellos?

Bueno, en realidad he venido con mi primo y para conocerlos a ustedes pues. Y me encontré con una amiga de hace años también. Para hacer hora y perder.

¿Has ganado algún torneo/mini torneo? ¿Cuántas veces? ¿Cómo te sentiste?

No recuerdo haber ganado primer puesto, pero sí gané segundo o tercero. La verdad que me sentía normal, solo me sentía feliz porque ya no iba a gastar dinero en Ax\$ así que ya me compraba algo gratis.

¿Has tenido algún inconveniente con la organización del evento?

No, solamente que se demoran demasiado. Te dicen a las 3 y empiezan a las 5. Piensan que uno no tiene nada que hacer.

¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

Facebook, Instagram y Whatsapp.

¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

De vez en cuando, solamente cuando me salen en el inicio. No es que las busco, ni nada por el estilo.

¿Alguna vez has comentado o realizado una consulta a través de ellas?

No porque como nunca he tenido nada de qué reclamar no me importaba.

¿Qué te parecen las publicaciones que hacen?

Las pocas que he visto, me parecen que lo comunican bien. Pero sí me parece que deberían ser más precisos con respecto al tiempo que van a suceder los eventos y eso.

¿Nunca te ha pasado que estás jugando y se cierra porque hay actualización?

Si me ha pasado. A veces dice que va a durar 2 horas, pero la verdad es que nunca me he quedado a esperar a que terminen de actualizar.

¿Crees que estas fallas hayan sido un factor para que dejes de jugar seguido?

No es un factor tan wao, porque a veces cuando estoy aburrida entro y ya. Lo dejo de jugar cuando hay actualización o no puedo entrar. Pero regreso en la noche y si es que sí puedo jugar, genial.

¿Y a qué se debe que ya no recargues Ax\$?

Porque creo que en vez de gastar para ropa del PJ, me gasto el dinero en ropa real.

¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado?

Si lo he escuchado, más que todo ahora que volví a jugar. Vi una publicación o respuesta del mismo juego.

¿Por qué crees que hay estos rumores?

No sé, tal vez es porque hay demasiado pirañitas y creo que todo tiene su etapa y su ciclo. Tal vez ya no quieren invertir más. Pero no creo que sea tanto por las personas.

¿Qué harías y sentirías si efectivamente cierra?

Pucha, o sea, los 400 soles ya están invertidos. Así se elimine o no el juego, no los voy a volver a recuperar. Lo que sería bueno, sería poder mantener a mis amistades porque los conocí por el juego.

Entrevista a Usuario 04:

Hola, ¿Me podrías decir tu nombre?

Me llamo Marcelo Rivera

¿Cuántos años tienes?

Tengo 22 años.

¿Juegas Audition Latino?

Sí. Si juego Audition.

¿Qué juegos a parte de Audition conoces?

Conozco el Dota, WolfTeam y Rakion

¿De esos cuáles juegas? ¿Por qué?

Solamente juego Audition y Dota. Pero prefiero el Dota porque Audition lo he jugado mucho y con el otro puedo desarrollar más mis reflejos. El Dota es otro mundo, mucho más competitivo. Y Audition Latino solo es conocido aquí en Latinoamérica o en Asia, pero no a nivel mundial.

Sería otra cosa si pudiera haber torneos mundiales de Audition

Sería otra cosa, pero es complicado porque es un juego de 3 minutos que abarca una canción; en cambio, Dota es un juego de estrategia de 5vs5 y desarrollas más el nivel competitivo mentalmente y físico porque el estrés es demasiado cuando juegas y hay que saber controlarlo.

¿Hace cuánto tiempo juegas Audition?

Lo conocí cuando estaba en secundaria, por el año 2009, por ahí.

¿Cómo conociste el juego?

En ese tiempo cuando iba al internet a jugar, solo jugaba HighLife o Counter y ahí veía a los chicos que estaban jugando un juego de baile y me llamó la atención. Como conocía a uno de los chicos, le dije que me prestara su cuenta y él era nivel bajo en ese tiempo, entonces yo lo jugué y no podía hacer ni una flecha. Y fue así como él me prestó su cuenta, porque a parte yo no sabía ni crear MSN. Jugué su cuenta hasta nivel 20, inicios del 2010, más o menos. Y decidí crearme una cuenta propia porque si el chico decidía quedarse con su cuenta, yo me iba a quedar sin nada.

¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego?

Le saqué provecho porque yo aprendí a jugar muy bien el Audition Latino y ganaba torneos. Vendía el Ax\$ y sacaba dinero de eso.

Claro, en el tiempo en el que se podían regalar cosas...

Sí, claro, en el tiempo en que se podían regalar items y más que todo el Ax\$ en paquetes.

¿Y qué experiencias negativas has tenido?

Uno puede ser la pérdida de tiempo. En vez de haber estado jugando todo el tiempo, pude haber estado haciendo otras cosas más productivas. Aunque también le saqué provecho como te dije.

Otro, es el vicio porque si le agarré mucho vicio, pero pude salir de eso.

Otra negativa más, han sido las malas juntas. Han salido hasta noticias de un chico que asesinó a otro por una chica, que esto, que el otro. Ese sería el lado negativo del juego.

¿Qué otras cosas hubieras hecho en vez de jugar Audi?

Bueno, yo antes bailaba danzas. Aunque sigo bailando, pero ya no mucho. Ese sería otra de las cosas negativas; en vez de ir a danzar, iba a jugar Audition.

¿Y qué danzas bailas?

Bailo de todo. Todo lo que es región Perú.

¿Durante este tiempo que llevas jugando ¿ha habido algún momento que has dejado de jugarlo? ¿Por qué?

Si lo dejé, cuando sancionaron mi cuenta o cuando me robaron mi cuenta. Como era inocente en ese tiempo, caía en lo que me decía la gente.

¿Qué te llevó a retomarlo?

Más que nada los torneos porque me distraía. Antes, los torneos eran más cheveres, no habían tantas discusiones, ni tanta revuelta, ni bulla. Antes era mucho más profesional, solo ibas a competir. No ibas a hacer problemas, ni a hacer show.

¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

Depende de como lo veas. El Audition puede ser bien porque hay muchos organizadores lo ven como un trabajo, viven de ello. Pero, también puede ser un mal

porque hay personas que por el vicio no trabajan, los mantienen sus padres, no hacen nada productivo por la vida.

Cuando juegas, ¿Lo haces con amigos?

Yo ya soy un retirado del Audition porque ahora juego más Dota. Pero, entraré una vez a la semana pues, a jugar solo porque a mí me gustan solo unos modos y solo esos juego.

De los amigos que tienes actualmente, ¿A la mayoría o minoría los conociste por Audi?

A la mayoría los conocí jugando, aunque a otros los conocí en el colegio o en el barrio.

¿Con qué frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?

Juego una vez a la semana. A veces, una vez a las dos semanas

¿Y en algún momento has jugado más o menos tiempo?

Sí, durante la semana a veces juego media hora o una hora. A veces entro y como no hay nada, me salgo igual.

¿Has aprovechado las vacaciones o los feriados para jugar?

No, las vacaciones las aprovecho para trabajar porque soy una persona mayor y necesito dinero. Y no voy a estar necesitando de la familia que me de el dinero.

Cuando te aburres de jugar Audition Latino Online ¿juegas otra cosa o dejas de jugar?

Mi hobby es ver videos de turismo que me educan porque esa es mi carrera o si no salgo a bailar danzas folklóricas.

¿Has recargado Ax\$?

Solamente una vez recargué, pero todo lo demás ha sido por dinero.

¿Si tuvieras que cuantificar cuánto más o menos vale tu cuenta en todo este tiempo, cuánto sería?

Pues pasa los 2000 o 3000 soles. Todo por torneos.

Hubo un torneo de equipos y el premio fue 1000 soles.

Y de lo que vendías, ¿más o menos cuánto sacabas?

Lo que venden en las cabinas pues es, por ejemplo: 15,000 de Ax\$ vale 57 soles, antes valía 50 y yo lo vendía a 30-35 soles. Y como que las cabinas se molestaban porque les hacía competencia, vendía el Ax\$ por lo bajo.

¿Alguna vez has estado jugando e inesperadamente tuviste algún cierre o bug?

En todo juego siempre hay problemas. Digamos, estás jugando tranquilamente Battle Fam y de repente el servidor se va y los bota a todos. Y eso incomoda porque tienes que esperar diez minutos a una hora para volver a jugar. Y a veces lo dejas actualizando y ya se pasó tu hora, ya te tienes que ir.

Cuando has tenido problemas, ¿Lo has comunicado?

En ese tiempo me importaba muy poco hacer vida social así que yo solo entraba a jugar. En especial porque yo solo me movía por Huaycan que es donde yo vivo. Ahora que el juego se ha movido a todo Lima, fastidia un poco cuando estás en el juego y no funciona el MSN por ejemplo.

¿Has tenido problemas con los bota sala?

Sí, antes. Bueno, ahora ya no. Quizá porque ya no entro mucho.

Antes eran los Roba DJ porque estabas en tu sala y ellos entraban, estaban como observadores y te quitaban el DJ. Ahora son los explota sala o bota sala que ya no solo te botan de la sala, sino que te botan de todo el juego.

Antes pasaba lo mismo en los torneos del juego

Si, en los torneos pre experto o experto que habían.

¿Cómo solucionas el problema de los bota sala?

Había un parche que es un mismo archivo del Audition que lo actualizaban o le ponían protección y tú tenías que pegar eso en la carpeta de Audi y ya funcionaba.

¿Quién te pasaba esos parches?

Me lo pasaban unos amigos míos. No sé qué hacían con los archivos pero lo parchaban y ya no botaba.

¿Cómo te has sentido por estos bota sala?

Desanima porque tú entras a jugar, a distraerte. Y fastidia porque digamos que entras a un canal con todas las ganas de jugar con tus amigos y llegan estos chicos a botarte, como si no tuvieran nada más que hacer. Su pasatiempo es botarte porque solo entran a eso.

Cuando ibas o vas a los torneos, ¿Vas solo o con amigos?

Generalmente voy solo porque los conocidos que tenía ya están trabajando o están en otras cosas. Y como yo tengo tiempo libre domingos o sábados, pues me doy un tiempo para venir a veces.

¿Cómo te has sentido cuando has ganado un torneo?

Bueno hay emoción, pero antes más que nada. Porque antes ganarse un torneo era ganarse algo de verdad, pero ahora la competencia la veo muy a la ligera. Antes era mucho más profesional. Ahora, cualquiera puede participar y cualquiera puede ganar.

¿Muchas veces también depende de la máquina?

Exactamente porque es obvio que me va a ganar aquel que juega seguido en ese cyber.

¿Cuántas veces has ganado un torneo?

Yo empecé a participar en torneos en el año 2012 y debo haber pasado los 100 torneos. Más o menos debo haber ganado un millón de Ax\$ en todo este tiempo.

¿Has tenido algún inconveniente con la organización del evento?

Si, si hay bastante gente. Antes te buscaban cuando no escuchabas tu nombre. Ahora si no escuchas, ya perdiste.

Cuando has estado en los torneos ¿Has tenido algún inconveniente con el servidor?

Sí, una vez jugando en un torneo en Comas, el servidor se fue y la única solución que tuvimos fue entrar a otro servidor de Audition, el Audition SEA que es de otro país.

Y ¿Cómo te sentiste?

Pues yo que he entrado a los otros servidores, no tienen lag. La única diferencia es que los pasos son los pasos y tú estás acostumbrado a hacer una secuencia, pero en el otro juego están otras combinaciones. Así que al final tienes que averiguar esas combinaciones o ir marcando de tres en tres.

Así pierdes bastante tiempo

Es una pérdida de tiempo y de ritmo porque tú estás acostumbrado a hacer una secuencia de pasos que en ese otro Audition no vas a encontrar.

¿Cómo te sentiste? El tener que cambiar de servidor

Pues me sentí mal porque era un torneo grande de familias, presenciales y gracias a eso perdí el torneo.

¿Se quejaron?

¿Qué íbamos a hacer? Estábamos conscientes de que el servidor se había caído y no iba a volver.

¿Te parece que Axeso5 no comunica sobre sus actualizaciones o mantenimientos?

En este caso no porque era un torneo importante y de la nada se fue el servidor.

¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

Solo uso Facebook.

¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

A veces, porque los tengo bloqueados ya que hacen mucho spam. Antes informaban cosas que de verdad importaban como los torneos o el AxesoFest que es un torneo importante aquí en Perú. Ahora te spamean con promociones y antes no era necesario recargarte a cada rato. No te obligaban indirectamente a recargarte cada 2x1.

¿A qué crees que se deba la cantidad de promociones?

Es como todo negocio, si pasa un cierto tiempo y el negocio está creciendo. Es obvio que van a seguir queriendo expandirse.

¿Alguna vez has comentado o realizado alguna consulta a través de las redes sociales?

Una vez, ahora que recuerdo. Mandé un reporte a Soporte porque a mí me sancionaron una cuenta y pues no había sido culpa mía. Pero me dijeron que no, que la sanción había sido a mi nombre y que mi sanción era indefinida.

¿Cuánto tiempo se demoraron en responderte?

Se deben haber demorado una semana o tres días. Es que yo no reviso a cada rato mi correo electrónico.

¿Cómo te hubiera gustado que sea la respuesta?

Hay moderadores que están al tanto de todos los jugadores, entiendo que son un montón, pero me hubiera gustado que me respondan inmediatamente. Porque si ellos están interesados en sus jugadores, tienen que estar al tanto porque son ellos los que consumen.

Cuando se ha tratado de las actualizaciones ¿Han cumplido con los tiempos que mencionan?

La mayoría sí, pero hay veces en las que no. Lo único es que este Audition está atrasado en comparación a los otros: les faltan modos, les faltan músicas, los torneos que están en el juego, pero no lo puedes utilizar. Incluso hay rankings, pero vacíos.

Cuando han actualizado, ¿has visto bugs o errores?

Uno de ellos es el bug de garden que da Ax\$ gratis, y a muchos les gusta y otro que vi fue hace poco de una “mascota” que tenía forma de niño y daba 500 extra de experiencia. Podías comprar al niño por años y no te descontaban el Ax\$. Obviamente lo parcharon, pero, duró como un mes.

¿Cómo te has sentido con los otros errores? Por ejemplo, la actualización de navidad, que entrabas al shop, ibas a ver una ropa y te botaba.

Creo que lo solucionaron después de dos semanas, pero igual es un montón de tiempo porque tú quieres consumir sus productos y no puedes porque te bota.

¿Estas fallas han provocado que dejes de jugar?

Yo solo juego para pasar el rato. No lo juego como un negocio o un vicio. Antes quizá sí porque era mi hobby.

¿Y si te hubiera pasado en tus años de vicio?

Puede ser que sí, pero antes igual yo entraba media hora o una hora. No era como otros chicos que se quedaban jugando 8 horas, ludópatas.

¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado?

Si, pero no creo porque es una franquicia a nivel Latinoamérica y no creo que lo desperdicien. Los vi en el mismo Facebook pero no de Audition, sino en otras páginas.

¿Por qué crees que hay estos rumores?

Creo que es por envidia, tal vez jugadores antiguos a los que banearon por usar herramientas ilegales y son ellos quienes comentan.

Todo depende de lo que decida T3 Entertainment.

Sí, porque a veces la misma página piden sugerencias de nuevas canciones, pero no las cumplen. Ponen canciones que a la mayoría no les gusta y entonces uno se pregunta cómo ponen eso si a la mayoría no le parece. Ponen canciones obscenas

¿Reggaeton?

Reggaeton, cumbia... A la mayoría de jóvenes les gusta el techno, cosas movidas, la electrónica.

¿Qué harías y sentirías si efectivamente cierra?

Como es dinero ficticio pues no me dolería tanto porque al final yo no invertí casi nada, solo en pasajes. Lo cual recuperaré vendiendo el Ax\$.

¿No te daría pena por tus amigos?

La verdad es que no porque hay redes sociales y hay otros Audition entonces jugaríamos ahí.

Entrevista a Usuario 05:

Hola, ¿Me podrías decir tu nombre?

Daniel Medina

¿Cuántos años tienes?

Tengo 20 años.

¿Juegas Audition Latino?

Sí. Si juego Audition.

¿Qué juegos a parte de Audition conoces?

Conozco LoL, Dota, Zula, muchos más.

¿De esos cuáles juegas? ¿Por qué?

Juego LoL y Audition. Pero prefiero el Audition porque es más relajante, te distraes de los problemas que tienes. Es más para pasar el rato.

¿Hace cuánto tiempo juegas Audition?

Juego ya hace 10 años.

¿Cómo conociste el juego?

Lo conocí por mis amigos. Los vi jugando y ellos me crearon una cuenta. Así comencé a jugar.

¿Cómo así decidiste jugar?

Vi que varios jugaban y quise saber de qué trataba el juego. Me llamó la atención.

¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego?

Conocí amigos, también cuando iba a los torneos. Pero en realidad es más por conocer a mis amigos, esa es la experiencia más bonita. Se podría que al final conoces gente buena y mala.

¿Como experiencias negativas sería conocer gente mala?

Sí, malas personas, gente doble cara y rajones.

Claro, en el tiempo en el que se podían regalar cosas...

Sí, claro, en el tiempo en que se podían regalar items y más que todo el Ax\$ en paquetes.

¿Durante este tiempo que llevas jugando, que son 10 años ¿ha habido algún momento que has dejado de jugarlo? ¿Por qué?

Si, cuando iba a postular, en quinto de secundaria me puse a estudiar para poder ingresar. Porque el juego es muy adictivo y en ese tiempo pasaba mucho tiempo frente a la máquina.

¿Qué te llevó a retomarlo?

Pues tuve más tiempo libre en los estudios. En todas las universidad, cuando inicias, los primeros ciclos son un repaso de lo que llevaste en el colegio y pues ahí tuve más tiempo para jugar.

Hubo un tiempo en el que trabajaba atendiendo cabinas, porque dejé los estudios y pues ahí tenía más tiempo para jugar. Pero ahora ya no juego mucho porque me dedico a los estudios.

¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

Es un juego de distracción, pasar el rato.

Cuando juegas, ¿Juegos solo o con amigos?

Mayormente sí porque el juego se trata de eso, pasar el rato con los amigos, con gente conocida.

De los amigos que tienes actualmente, ¿A la mayoría o minoría los conociste por Audi?

Sí, a muchos los conozco personalmente.

¿Has viajado para conocerlos o ellos han viajado para conocerte?

Ellos han viajado y yo también. En sí, yo viajé por vacaciones y como estaba cerca, decidimos conocernos.

¿La pasaste bien?

Si, la pasé muy bien. Salimos a pasear y también fuimos a jugar. Pero también íbamos a fiestas, salíamos juntos, etc.

Ahora que estás estudiando y paras ocupado ¿Con qué frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?

Juego una hora o dos horas, hasta tres si en caso no tengo nada que hacer. Pero si no, ayudo a mi familia o estudio.

¿Y en feriado o vacaciones en los estudios juegas más seguido?

Sí, juego más seguido. Es un momento de libertad para distraerme.

Cuando te aburres de jugar Audition Latino Online ¿juegas otra cosa o dejas de jugar?

Juego LoL o sino hago otras cosas. Por ejemplo, justo al frente de mi casa hay un grass sintético gratis y me pongo a jugar partido. Me encanta jugar partido. A veces me llaman y en vez de jugar Audi, juego fútbol.

¿Has recargado Ax\$?

Antes cuando no conocía los torneos presenciales o físicos, sí recargaba. Pero ya cuando comencé a ir a los torneos y ganaba, ya no tenía la necesidad de regargar.

¿Cuánto recargabas al comienzo?

Antes habían promociones de 2x1, o promociones de 30% de descuento o de 25% de descuento en los feriados o fechas especiales.

¿Recargabas cuando había 2x1 dos veces al año o ya ahora que hay mucho más?

Yo comencé a recargar cuando solo habían 2 veces al año.

¿Ahora recargas?

Ya no recargo tan seguido, pero recargo poco. Por apurado porque en el juego hay una parte que se trata de tener una pareja de baile en el juego y a veces cuando necesito para pasar de nivel al anillo que tengo, recargo 3,000 Ax\$ o 1,500 Ax\$, lo que sea necesario.

¿Si tuvieras que cuantificar cuánto has gastado, cuánto sería?

Deben ser más o menos 800 soles. Pero como te digo, antes solo habían 2x1 dos veces al año, así que recargaba pues 10,000 o 15,000 de Ax\$ y con eso me bastaba. Y como son 10 años de juego, 500 o 800 soles son nada.

¿Alguna vez has estado jugando e inesperadamente tuviste algún cierre o bug?

He tenido diferentes errores en el juego. Cada actualización (en los últimos años) han habido demasiados errores. Por ejemplo, cuando entrabas al shopping mall del juego, ni bien entraba, me botaba. No podía ver las nuevas prendas.

Cuando abría la cajita de anillos también me botaba. Pero creo que es error de las texturas del juego que no las arreglan bien.

¿Te has comunicado con Soporte para saber cuál era el problema y cuándo lo solucionarían?

Varias veces, también he reportado a varios jugadores que usaban hackers.

Hubo una temporada en la que me sancionaron la cuenta por algo que ni yo sabía que había hecho. Mandé un ticket al soporte para que explicaran y felizmente me activaron de nuevo la cuenta.

¿Has tenido problemas con los bota sala?

Sí, varios problemas. Ese es uno de los errores del juego que aún no parchan.

¿Cómo solucionas el problema de los bota sala?

Hay unos archivos exclusivos a los que les dicen ACV y que solo se reemplazan en la carpeta del juego. Es un parche manual, no del juego.

¿Cómo conseguiste los parches?

Lo conseguí de amigos.

¿Es permanente o tienes que pegar una y otra vez?

Sí, cada actualización tengo que volver a pegarlos.

¿Y te ha pasado que has entrado al juego y te has olvidado de pegar los parches?

Varias veces me ha pasado y molesta porque me hacía renegar porque habían veces en las que no podía conseguir los parches porque esos también cambian con la actualización. Trataba de buscarlos por mi cuenta pero no conseguía y tenía que esperar una semana y ya recién en ese momento me daban.

¿Acostumbras a participar de los eventos, torneos y las reuniones?

Durante el 2014 y 2015 iba frecuentemente a los torneos aunque también iba a los del 2012 o 2011 pero no iba tan seguido, iba una vez al año o dos veces al año. Pero ya en el 2015 que re ingresé al juego, participé seguido hasta el 2016 y 2017. Como te digo, era una forma de relajarme y fui conociendo más y más amigos.

¿Llegaste a ir algún momento al Nacional?

Dos veces he ido. La primera vez tuve mucho miedo y nervios porque lo que yo quería era quedar en un buen puesto para que el resto de jugadores me vean PRO, que me vieran como un buen jugador.

¿Ibas solo o con tus amigos a los torneos?

Cuando recién comencé iba solo, pero ya después iba con mis amigos. Y como ahora ya no voy tan seguido, ir a los torneos es una excusa para reencontrarme con ellos. Nos vamos a comer, o a tomar.

¿Te ha pasado que has tenido algún amigo que es super competitivo y te has peleado con él?

Sinceramente hasta ahora no me ha pasado porque yo no soy así de competitivo, no me gusta buscar pelea por algo tonto como un juego. Lo que yo entiendo como juego es una forma de entretenimiento y pasarla bien. No hay que mezclarlo con lo real.

Entonces, al final, si bien están yendo como amigos que van a competir entre ellos, no dejan que la competencia los domine.

Claro. Me ha tocado competir con varias veces con mis amigos y solo lo vemos como: “ah, me ganaste”. Luego, una forma de fastidiarnos es diciéndonos: “eres manco”. En sí, es tratar de divertirnos.

¿Cuántas veces has ganado un torneo?

Actualmente tengo 80 medallas de primer puesto; de segundo tengo 50 medallas y; de tercer puesto, tengo más de 100 medallas.

Estabas en los primeros puestos

Sí, al comienzo sí. Pero ya me bajaron porque no voy.

¿Y qué se siente ganar?

A los inicios, cuando ganaba me sentía pro y comencé a ganar más confianza. Pero ahora si gano, bien y si no también. Ahora ya hay más competencia que antes. Pero más que todo en un solo modo, no todos juegan todos los modos que tiene el juego.

¿Has tenido algún inconveniente con la organización del evento o del torneo?

Por ejemplo, en Arequipa, los eventos empiezan a la hora, son bien puntuales. Pero acá en Lima es diferente, los organizadores quieren ganar siempre y por eso esperan una hora, a veces dos más antes de comenzar el torneo. O sea, dicen a las tres y comienza a las 5. Es jodido porque a veces vas a los torneos con apuro y se demora, pero la cosa es tratar de divertirse.

¿Cómo haces ahora con la distancia de los torneos? Ya que son en Ate, SJL, etc.

Antes llegaba por el tren y llegaba bien rápido. Pero ya cuando son muy lejos, trato de llegar una hora o dos horas antes para practicar y prepararme para el torneo.

¿A qué hora terminaban los torneos?

Terminaban como a las 10 de la noche, comenzaban a las 5.

¿Cuántos años tenías?

Tenía 15 años y llegaba como a las 11:30 de la noche a mi casa y como era fines de semana pues mis padres ya no se molestaban mucho.

Cuando has estado en los torneos ¿Has tenido algún inconveniente con el servidor?

Varias veces han cancelado los torneos por los inconvenientes. Una vez, me pasó que se había caído el servidor y el organizador por no perder la plata que había recaudado, nos hizo jugar en otro Audition. No solo existe el Latino, también hay los chinos o el PVS, es lo mismo pero en otro idioma.

Tuvieron que irse a otro Audition

Sí, y ahí fue el torneo

¿Qué diferencias entre ese Audition y el Latino?

En los otros Audition hay más cosas, están más adelantados. Hay más secciones del juego. Yo creo que el Latino es la copia de todos esos.

Los errores que hay en el latino, ¿los has visto en los otros audition?

No, yo juego el PVS y nunca he visto esos errores. Tampoco he visto ningún tipo de hacker, no te dejan entrar. El soporte es más avanzado y dedicado. En cambio en el latino hay cantidad de hackers.

Parece que los torneos se pueden hacer en cualquier Audition mientras las canciones sean las reglamentarias.

Si, eso es lo que parece.

¿Y cómo te sientes con respecto a estar cambiando de cuenta?

Yo he jugado ya el PVS, es más soy lvl 25 allá.

¿Cómo ves la diferencia de pasos?

Cuando ya te acostumbras a jugar, no ves mucha diferencia, pero sí en otros audition hay más dificultad. En el latino, en el modo Beat Up hay hasta nivel 3 y en el chino hay hasta nivel 10. El modo One Two Party tiene hasta 8k en el PVS, pero en el latino solo hay hasta 4k.

¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

Uso Facebook y Whatsapp.

¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

Sí, varias veces. Para tratar de buscar información. Por ejemplo, últimamente han habido eventos sobre ingresar al juego. Por ejemplo, tienes que estar tanto tiempo en el juego o simplemente ingresar en tal fecha y te dan de regalo algún ítem. O

también si han actualizado algo nuevo, veo lo que ponen para no tener que entrar al juego y recién enterarme.

¿Alguna vez has comentado o realizado alguna consulta a través de las redes sociales?

Sí, he comentado varias veces. Cuando entraba al juego y veía un error, les decía que había un error en el juego. Preguntaba cuándo iban a haber 2x1. O cuando cambiaron las músicas de los torneos, cuáles iban a ser las nuevas.

¿Te respondían tanto las quejas como las sugerencias?

Cuando eran sugerencias sí me respondían, pero cuando se trataba de alguna queja; no. Solo una vez me respondieron y me dijeron: “envía tu error a soporte”.

¿Te han respondido rápido?

Pasaban horas. Pero me respondían y de todas formas creo que si ya no me responden a las horas, menos me van a responder a los días.

¿Cómo te hace sentir que no te respondan?

Ya ha pasado tantas veces que ya no me importa. Ya no les insisto ni nada.

Cuando se ha tratado de las actualizaciones ¿Han cumplido con los tiempos que mencionan, con las promesas?

Si cumplen, pero igual hay muchos errores y eso desmotiva el jugar. Por ejemplo, con el error del Attendance, no daba los items que prometía el juego, pero pasaba un par de semanas y sí te llegaba el premio.

¿Pero debe fastidiar que cumplas con los requisitos y no te den el premio?

Deberían ser como en otros juegos que cierran el juego hasta que arreglen el error y recién ahí lo vuelven a reactivar. En el caso del juego, primero lo cierran y luego te avisan. Hay gente chibola que se tira la pera, están jugando y se cierra el juego. Después, pasan 10 minutos y recién sale: “estamos en mantenimiento”. Sería algo bueno que avisaran días antes u horas antes que van a actualizar.

Y también sería bueno, si se demoran en habilitar el juego siempre y cuando me entreguen bien el juego.

Sí, claro. Yo también pienso lo mismo.

Debido a estas fallas, ya sean problemas internos como son los bugs o externos como son los hackers, ¿Ha llevado a que dejes de jugar?

Sí, me ha llegado. Es que hay una desmotivación. Yo, por ejemplo, ya no juego tan seguido y de la nada vez a un tipo que es hacker. Y ahí ves el desinterés de la empresa con el juego. Ya no tienes la confianza de saber quién juega y quién no.

Al final, en vez de conocer nueva gente. Te quedas con los mismos de siempre porque sabes que ellos no van a ser hackers

Sí, al final juego con mis amigos de siempre o con la gente que ya sé que juega y que no utilizan hack

¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado?

Si he escuchado varias veces, pero por como va ahorita el juego, no creo porque yo veo todos los “Channels” llenos. Y esos rumores los he escuchado de la gente, no del mismo juego.

¿Por qué crees que hay estos rumores?

Yo creo que esos rumores los inician jugadores antiguos que están desmotivados. Gente que piensa lo mismo, entran al juego y ven puros hackers. Y como respuesta a eso dicen: “ojalá cierren el juego, seguro ya lo van a cerrar”. Algo así.

Es poco probable que los chibolos que recién empiezan a jugar se den cuenta de la cantidad de hackers que hay, pero la gente que sí tiene ya mucho tiempo y que siga habiendo estos problemas, genera sospechas

Sí. Exacto.

¿Tú crees que debido a estos rumores deje de recargar Ax\$?

Yo creo que sí, porque tendrían el temor de si... si ya van a cerrar el juego para qué voy a seguir recargando.

Hay gente que ha recargado miles de soles en el juego

Sí, yo fui organizador y una vez uno de ellos, recargó 2000 soles en un 2x1.

¿Qué harías y sentirías si efectivamente cierra?

Bueno, jugaría en otro servidor. Pero sí me entristecería por que en el latino tengo más años jugando y el tiempo que te has demorado en subir el nivel. A parte que extrañaría a mis amistades

A parte que tú que tienes medallas, te vas a otro Audi y ahí eres nadie.

En otros servidores, por lo avanzado que están, yo no sería nadie. Al menos en el latino sí me gané una reputación.

Si mañana decides jugar ¿Qué tendría que hacer la empresa para que tú juegues de nuevo?

Primero tienen que eliminar a todos los hackers. Si hacen eso, estoy seguro que toda la gente antigua que dejó de jugar, volverían. Ahí sí daría ganas e interés de ganar porque sabrías que todo es legal.

Al final vencerle a alguien es lo que te motiva a jugar

Sí, pero vencerle a gente legal. Antes, cuando iba a los torneos, mi meta era ganarle al que sabía jugar e intentaba y me esforzaba por ello.

Entrevista a Usuario 06:

Hola, ¿Me podrías decir tu nombre?

Elvis Quizan

¿Cuántos años tienes?

Tengo 22 años.

¿Juegas Audition Latino?

Sí. Si juego Audition.

¿Qué juegos a parte de Audition conoces?

Rakion, WolfTeam, Dota, LoL.

¿De esos cuáles juegas? ¿Por qué?

Juego LoL más que todo. Pero prefiero los dos. Los juego cuando me aburro de uno y así, cuando tengo tiempo libre porque a veces te estresas cuando juegas un juego y vas perdiendo o simplemente ya lo has jugado mucho tiempo y ya quieres jugar otra cosa.

¿Hace cuánto tiempo juegas Audition?

Juego ya hace 8 años, más o menos por ahí.

¿Cómo conociste el juego?

En ese tiempo yo iba al internet y yo jugaba Rakion; de la nada todos empezaron a jugar Audition Latino y ya pues, también me puse a jugar y poco a poco fui aprendiendo.

¿Cómo así decidiste jugar?

Como se puso de moda, decidí probar.

¿Qué experiencias positivas has tenido dentro juego?

Conocí a muchos amigos, buenos y malos; y también he tenido bonitas experiencias en torneos, reunas. También he tenido la oportunidad de viajar a otros lados.

¿Alguna experiencia negativa que haya provocado en ti el decir: “ya no voy a jugar”?

Desde que empezaron a aparecer los hacks o los bugs o no le daban el correcto mantenimiento sí me desmotivaba jugar. Lo dejaba por un tiempo hasta que lo arreglen.

¿Qué ha hecho que decidas seguir jugando si me estás diciendo que hay tantos errores que te aburren?

Por estar con mis amigos haciendo hora. Por eso entro.

¿Si tuvieras que describir el juego Audition Latino Online en pocas palabras ¿qué dirías de él?

Es un buen juego en el fondo si no tuviera esas irregularidades. Pienso que es el mejor juego de baile y es muy bueno como para pasar el rato, distraerte. Divertirte.

¿Siempre juegas con amigos o a veces juegas solo?

Si hay momentos en los que juego solo, sobretodo cuando voy a un torneo y quiero practicar, voy un día antes, o dos, o también horas antes. Solo para practicar y ganar el torneo.

Pero eso es porque ya tienes experiencia jugando, pero cuando comenzaste ¿Cómo era?

Ah si, sin mis amigos no iba. Me ponía a jugar otra cosa.

De los amigos que tienes actualmente, ¿Algunos se hicieron amigos reales, otros en la pantalla?

Sí he tenido varios amigos que los he conocido en la vida real y actualmente me llevo muy bien con ellos.

Es chévere porque al final el juego pasa a ser una herramienta y te quedas con los amigos

Sí, porque al final lo que más importa es la amistad.

¿Con qué frecuencia juegas semanalmente Audition Latino Online?

A la semana juego cada vez que mis amigos me dicen para entrar y si no, a veces entro para ver qué hay. Mayormente por las noches. Digamos, al día una hora o dos horas, hasta tres si es que está divertido

¿Hay veces en las que juegas más, por ejemplo, día libre o vacaciones?

Sí, juego más. A veces, depende. Pero si estoy libre y no tengo nada que hacer, juego más, todo lo que se pueda. Aprovechar el momento.

¿Has recargado Ax\$ o lo has ganado a través de torneos? ¿Cómo ha sido?

Casi nunca he recargado, al comienzo porque a mí también me gustaba juntar Ax\$, pero ahora en la actualidad, casi no. Hace 4 años que no recargo.

¿Todo lo que tienes de Ax\$ ahora es por torneos?

Sí.

¿Si tuvieras que cuantificar cuánto has gastado, cuánto sería?

No lo sé, en pasajes, las inscripciones. Los torneos te cobran dos soles por inscripción.

¿Y los premios de cuánto son?

Primer puesto es 15,000; el segundo, 10,000; y el tercero, 5,000.

Bueno, al final sale a cuenta porque si 15,000 son 56 soles, y la inscripción son 2, estás ganando 54 soles. ¿Vendías los items o te quedabas con el Ax\$?

Me lo quedo o me lo gasto. O a veces le hago regalos a mis amigos. Yo lo hago más por diversión, el cash no me motiva mucho. Solo me gusta competir y jugar.

En tu caso el premio es secundario, lo que te interesa ganar.

Sí.

¿Alguna vez has estado jugando e inesperadamente tuviste algún cierre o bug?

Ahora último hay muchos hacks que te explotan la sala y te desconectan del juego. Eso aburre porque tienes que volver a dar click para entrar. Yo una vez me demoré hasta 45 minutos para entrar.

¿A parte de los bota sala has tenido algún problema a parte como un item de garden que no te permitiera entrar al shop a cambiarte, o en alguna actualización, un error en la ropa que le dabas click y te explotaba?

Sí me ha pasado, sobre todo en el shop de hombres porque no podías ver ciertas ropas, porque si les hacías click a una ropa porque te botaba. Salía error de código.

¿Has mandado una queja a Soporte en algún momento?

Si, por eso de Iso anillos si he mandado. Compré un anillo, se desapareció mi Ax\$ pero el anillo no lo tenía, me cobraron por nada. Ni siquiera me dieron otro anillo, solo que el anillo ya no existía.

¿Cuánto te costó ese anillo?

Me costó 6,000 de Ax\$.

Estamos hablando de más o menos 15 - 20 soles. Cuando mandaste el ticket a Soporte ¿te respondieron?

Te dan una respuesta automática que te dicen que van a verificar y que en una semana como promedio te van a dar una respuesta. A mí, en lo personal, nunca me respondieron.

O sea, hasta ahora, esos 20 soles, siguen perdidos.

Sí, hasta ahora. Ya me resigné también.

¿Cómo te hizo sentir eso?

Me sentí frustrado un poco porque te sientes estafado. Nadie te responde, nadie resuelve tu problema.

Con el caso de los bota sala, ¿cómo lo arreglas?

Busco archivos que crean otros hackers, supongo, que son como datos que los pongo en mi computadora y así evito que me exploten. Prácticamente la solución la pongo yo mismo.

Audition no ha hecho nada por evitar a los bota sala, sino que tú tienes que buscar la forma de solucionarlo

Ajá.

¿Cómo conseguiste los parches?

Lo conseguí de amigos.

¿Acostumbras a participar de los eventos, torneos y las reuniones?

Sí, casi siempre voy a todos, raras veces son las que faltó.

¿Quedan cerca a tu casa?

No, solo que los hacen en el centro y para mí es cerca. No es tan cerca el centro de mi casa pero, como es un lugar céntrico, es bonito ir.

¿Vas solo o con amigos?

Me reuno con mis amigos, quedamos a una hora y ya nos quedamos a jugar, nos divertimos, nos distraemos..

¿Cuántas veces has ganado un torneo?

No sé, como unos 500 u 800 torneos. Durante el 2013 al 2015 hacían dos o tres torneos por día. Y como acá en mi ciudad quedan cerca los distritos, terminaba un torneo y me iba a otro. Y ya los organizadores se ponían de acuerdo para que no se crucen los horarios. Y en ese tiempo me gustó porque vi que podía ganar y te daban 10K por torneo.

Al final te ibas con 50k al día

Sí si es que ganaba todos, a veces no ganaba o me iba con 20k o 12.5k. Pero yo miraba mi semana, a la semana tenía que sacar unos 70K. Por eso digo que ya no me emociona mucho tener el Ax\$ porque ya pasé esa etapa en la que ganas y ganas.

¿A qué se debe que ya no te guste?

Solo que ya no hacen tantas reunas y torneos como antes. Tengo que estar esperando. Solo hacen una vez a la semana. Ya no es como antes.

Antes éramos poquitos así que era factible hacer tantos torneos. Pero ahora que ya somos muchos más...

Antes se inscribían de 8 a 16 personas. Ahora vas a un torneo y encuentras 48 personas y van muchas más personas, solo que se inscriben como 40.

¿Has tenido algún inconveniente con la organización de los eventos?

Siempre la he pasado bien. Y alguna vez hubo personas que te reclamaban cosas, pero me hacía de la vista gorda y prefería dejarlos. Por evitar problemas, les hacía caso, me hacían repetir la ronda, si podía le ganaba de nuevo y si no también.

Cuando has estado en los torneos ¿Has tenido algún inconveniente con el servidor?

Sí, una vez pasó que durante el torneo se caía la Web Arena y no se podía realizar el torneo, a veces los organizadores tenían que pasarlo a Excel y se alarga más el torneo.

No ha habido casos en los que se malograba el Web Arena y se cancelaba el torneo

Sí ha habido casos porque el organizador no sabía usar Excel. Los postergaban, tipo al día siguiente en el mismo horario, o en otra fecha.

¿Utilizas redes sociales? ¿Cuáles?

Uso Facebook y Whatsapp.

¿Lees las publicaciones que realiza Audition Latino en redes sociales?

Sí, muchas veces estoy pendiente de las publicaciones, veo todo lo que publican sobre las actualizaciones o mejoras del juego.

¿Alguna vez has comentado o realizado alguna consulta a través de las redes sociales?

Sí, una vez que estaban publicando sobre un torneo de familias. Yo comenté algo sobre si podían sacar en alguna actualización alguna casa que cueste más de 300 de POP y tenga capacidad para más miembros y más sublíderes.

¿Te llegaron a responder?

No, nadie. Solo le dieron like algunos.

¿Cómo te hace sentir? Porque yo he visto que varias personas comentan y no les hacen caso.

Sí, solo le responden a algunos. Me sentí “en visto” pero ya me da igual porque ya es normal que no respondan.

¿Qué te parecen las publicaciones que hacen sobre las actualizaciones?

Me parecen algo normal, nada fuera extraordinario, pero me parece que lo hacen muy simple a veces.

Dentro de lo simple ¿las hacen bien o mal? ¿Igual tiene errores?

Cada actualización tratan de que el juego mejore pero siempre tienen un pequeño error. O a veces las canciones no funcionan, o cierta canción te bota y esas cosas.

Por ejemplo, hasta hoy hay una canción de 150 que tienes que esperar 30 segundos, si no te bota. Y esa canción tiene más de 5 años ya

Creo que no tienes que hacer el primer paso hasta que te salga miss, si no te bota.

Cuando han habido los mantenimientos semanales que dicen que dura dos horas, ¿han cumplido?

Muchas veces te dicen: “regresamos en un breve momento” o algo así pero a veces demora más de lo normal. Se demoran todo el día y eso te desanima jugar.

¿Esos mantenimientos los dicen con tiempo?

No, primero te desconectan del juego y luego te avisan que está en mantenimiento.

O sea que dejaste de hacer tus cosas, estuviste libre, fuiste con todas las ganas del mundo al internet a jugar y chau sistema

Sí, chau sistema, se cae el servidor, te dicen que el juego está en mantenimiento. ¿Ya qué puedes hacer? O juegas otra cosa o ya te vas resignado.

¿Eso ha provocado que ya no quieras jugar?

No en realidad. Porque cuando pasan esas cosas, en mi caso me pongo a jugar otras cosas como LoL o no sé, me voy a la piscina o hago otras cosas.

¿Te acuerdas la cantidad de veces que te han pasado?

Pocas veces, pero quizá debe haber sido unas 20 a 50 veces en todo el tiempo que he jugado.

¿Has escuchado los rumores de que el juego va a cerrar? ¿Dónde los has escuchado?

Sí, pero no creo que cierre o no sé. Pero también, dentro de todos sus errores yo creo que siempre voy a pensar que es el mejor juego de baile. Audition fue el primer juego y para la mayoría siempre va a ser más divertido que cualquier otro juego de baile

¿Tú crees que es posible que la gente ya no recargue por lo mismo que piensan que el juego va a cerrar?

Eso ya depende de cada uno. Algunos supongo que tienen miedo de invertir en vano y otros supongo que tienen mucha plata y como que les da igual.

¿Qué harías y sentirías si efectivamente cierra?

No estoy seguro, supongo que lo aceptaría nada más y empezaría a crear un grupo en Facebook para seguir hablándome que conocí en el juego y que realmente considero mis amigos para que no pierdan la comunicación. Porque me ha pasado en juegos pasados que tuve amigos y pasaban muchos años y cada uno hacía su vida, y como que se perdió esa amistad.

Entrevista a Representante del Juego:

Documento de Consentimiento Informado para el proyecto de tesis "El uso diseño estratégico para generar una mejora dentro de la Estrategia de Servicio al Cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5"

Buenas tardes, mi nombre es Grecia Daneri, Bachiller de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad UCAL. Actualmente, me encuentro realizando una investigación sobre el uso del Diseño Estratégico para generar una mejora en la estrategia de servicio al cliente en las redes sociales del juego AUDITION LATINO ONLINE de la empresa Axeso5 por lo que solicito su apoyo para la resolución de esta entrevista. Su aporte será muy valioso ya que permitirá conocer cuáles son su visiones para con el juego en este momento y en el futuro.


Agradeceré que se sienta en la libertad de brindar sus ideas y/o comentarios, recuerde que en este caso no existen las respuestas correctas o incorrectas. Lo más importante es conocer su opinión sincera al respecto.

Para una mejor y rápida entrevista usaré una grabadora de voz, que me permitirá seguir una conversación más rápida y sencilla. Quisiera saber si ¿tiene algún inconveniente con que grabemos esta conversación?

Muchas gracias por tu tiempo.

Formulario de Consentimiento

Yo Victor Yateque Castro con el cargo de Distribuidor y Promotor de juegos online en Axeso5 he leído el texto anterior sobre la investigación "El uso diseño estratégico para generar una mejora dentro de la Estrategia de Servicio al Cliente en las redes sociales del juego Audition Latino Online de la empresa Axeso5". He sido informado de que esta entrevista será utilizada sólo para fines educativos y de investigación. Y, estoy de acuerdo en que sea utilizada con estos fines.

Firma:  _____

Fecha: 9 / 10 / 18

Buenas tardes, por favor diga su nombre completo y cargo en la empresa.

Mi nombre es Victor Yarleque, soy distribuidor de Axeso5 y bueno organizador de Eventos, Promotor de la empresa.

¿Cuántos años lleva trabajando para Axeso5?

Llevo ya... con el 2019, serían 11 años. Porque recién en julio, junio, por ahí hemos cumplido 10 años en la empresa.

¿Siempre has trabajado para el mundo de los videojuegos o ya has trabajado en otras áreas antes?

Con Axexo5 empecé el tema de los videojuegos y es la única empresa donde hasta ahora estoy metido en el tema de los videojuegos pero, o sea desde antes de Axeso5 sí he estado muy relacionado con lo que son los juegos, los gamers, la comunidad en general.

¿Qué te llevó a trabajar para Axexo5 y en especial elegir Audition?

Bueno por lo que lo mismo jugaba en sí algo de la empresa misma, no he tenido nunca el objetivo de trabajar en la empresa, las cosas se fueron dando a raíz de un proyecto que tuve de una página web que hice y me facilitaron ellos información de la empresa, cosas del juego y todo y luego fui convocado por ellos mismos para trabajar ya en lo que es la distribución en general, la promoción de los juegos.

¿Siempre trabajaste para la parte Audition o te mandaron también para otro juego?

En un principio sí (Audition) estuve como cinco años más o menos, un poco menos, cuatro años más o menos trabajando para lo que es Audition y luego ya las mismas cosas que aplicaba en Audition y todo, lo fui aplicando en otros juegos ya por

la misma empresa que nos hacía rotar con otros juegos ya trataba de poner las promociones en nuevos juegos como en antiguos juegos; juegos que hasta ahora sí hay algunos que sí continúan, como hay juegos que sí han sido cerrados.

¿Qué juegos han sido cerrados?

El Heroes of Newerth (HoN) que es un juego muy parecido al Dota, el Grand Chase, el WIA que es otro juego que en los que estuve más o menos involucrado y bueno también fueron cerrados.

¿Cómo fue la reacción de los usuarios cuando cerraste, por ejemplo, el WIA?

El WIA en Audition, más que nada la gente que sí estaba metida en los juegos no lo tomaron tan a bien por lo mismo que ya se habían acostumbrado un tiempo a este juego. Axeso5 trata de hacer unas campañas dándole cosas adicionales o extras a estos jugadores para un juego que está muy relacionado que es el Audition Latino. El WIA y el Audition Latino son muy afines entre ellos.

La gente no lo toma a bien en general, no tanto en WIA sino en todos los juegos que hemos cerrado, la gente fanática del juego mismo no lo toma a bien. Pero es una decisión que lo analizan mucho los de Axeso5 para tomarla, osea, no es fácil.

¿A la gente de WIA qué les dieron?

Les dieron, me parece, un accesorio, un conjunto especial de Audition Latino.

Sí creo que les dieron el del Level 99

Es uno de los conjuntos que pocos lo tienen, toda la gente que llegó a jugar WIA lo llegó a tener en el Audition Latino.

Debí jugar el WIA.

Sí, mucha gente estaba buscando sus cuentas secundarias para poner en conjunto, estaban que me lo pedían.

¿Cuántos usuarios juegan actualmente? De esos, ¿cuántos son peruanos?

Yo creo que en su momento cuando el Audition tuvo mayor acogida, no tengo un número exacto, pero haciendo la proporción de la totalidad de los gamers... en su momento habrán el 70% de Audition y actualmente estarán en un 30% o 40% de los gamers en general.

¿En proporción a los otros países en donde está Audition, quienes juegan más?

Los coreanos juegan bastante Audition. ¿En el mundo te refieres?

En el mundo y Latinoamérica

En Perú es donde jugamos más Audition Latino. En Perú es donde digamos fue el boom de Audition Latino. Axeso5 empezó promocionando el juego en México. Hizo promoción de televisión, promoción de galletas, distintas promociones al momento que lanzaron Audition y en México no tuvieron las cifras que esperaban y sin querer en Perú fue creciendo. Sin haber hecho ninguna campaña publicitaria de TV, ninguna campaña de galletas ni nada, en Perú se fue dando solo.

¿A qué crees que se deba el éxito aquí?

Acá en Perú hubo mucha gente que jugaba otros servidores de Audition Latino, en otros lados del mundo; sin embargo, nosotros nos reuníamos, o sea teníamos reuniones sin que exista el servidor Latino, nos reuníamos acá por el mismo juego Audition. Lo que ayudó bastante creo que fue el boca a boca, mucha gente empezó a hablar de la novedad de un juego online, como que no habían juegos online en esa

época, excepto el Gunbound, no había competencia para Audition tampoco, o sea, prácticamente era un mercado nuevo y un mercado que buscaba eso, la gente buscaba tener un juego más sociable de repente, y justo llegó Audition. Creo que en esas épocas había mucho el tema del Pump It, donde juegan en el piso.

Ah ya, el Dance Up Revolution.

Había muchos campeonatos de esos aquí en Arenales también y creo que ese tema de los pasos en el Dance Dance lo pasaron al virtual y después a las mismas reuniones que hacíamos, los mismos torneos que hacíamos, ya la gente se empezó a conocer más, se veía muy sociable, yo creo que eso fue lo que pegó bastante. Impulsar mucho eso.

Al final el juego tuvo el éxito por el mismo contexto en el que estábamos nosotros. La realidad era que ibas a las maquinitas a jugar el Dance Dance Revolution o los juegos en Arcade y ahí nació pues, el bichito de querer jugar

Claro el mismo hecho de que era el primer juego de baile, y en Perú, y a la gente también le llamaba mucho la atención, la música, la relación con los dibujos de ánimes, en realidad hay tantos factores por el lado del juego como factores por lo mismo que hemos hecho aquí en Perú.

En Perú éramos un grupo de fanáticos de Audition sin que exista el Audition Latino, nos juntábamos sin que exista el Audition Latino, cuando llegó el Audition Latino ya nos impulsó a que nos juntemos más y a que más nos pasemos la voz entre todos.

Desde el año 2008 que se inició el juego ¿Cuántos usuarios del 2008 siguen jugando?

De la gente que se inició a ahora en la actualidad es poca, lo que pasa es que yo pienso que es un cambio de generaciones, es difícil si es que yo pienso tener un

público que jugó hace diez años a ahorita, sí quedan, serán pues, un porcentaje mínimo, será pues el 5% o 10% de los que juegan en esa época a los que juegan ahorita , por lo mismo que nosotros tenemos el objetivo de que sea entre, ponte pues, puede ser 14 o 15 años hasta los 23 años. Entonces un chico lo empieza a jugar a los 19 o 20 y ahorita ya no tiene las responsabilidades que tenía en esa época o conforme vaya cambiando su vida ya tiene otras prioridades. Entonces en los juegos online es así, es un público muy cambiante, pueden ser tres a cuatro años y nace una nueva generación, un nuevo público y una nueva comunidad, para estar ahí con la gente, impulsando, conociendo gente nueva, creando comunidades. Es por eso que en el Audition estamos en Season 6 , hay gente que dice: No, yo soy del season uno, dos o tres; se identifican con su Season.

Pero incluso siendo Season 6 este audition está mucho más atrasado que una vez fueron season 6 en Asia, por ejemplo

Nosotros hablamos aquí el tema de Season por cada actualización que cambia radicalmente, hay una actualización de repente que Audition sea se haga más minimizable y se considere un cambio de Season, que Audition tenga un nuevo modo es otro Season, pero sí, en los otros países, es mucho más adelantado el tema de las actualizaciones.

A lo largo de todos estos últimos años, ¿se han hecho acciones para fidelizar/mantener a los usuarios, si bien el rango de años es 4 a 5 años máximo de tu público objetivo, qué acciones se han tomado para que estos 4 o 5 años sean sí o sí juego? (Muy a parte de las promociones de ax\$) ¿Cuáles? ¿Las volverá a realizar? ¿Por qué si/por qué no?

La idea es mantener a la gente activa y mostrarles a ellos que están jugando se están divirtiendo, pero además, que hay una empresa que los premia por algún evento o torneo que hagamos online para que participen, la idea es darle a mostrar mucho a la gente que ya juega, el mismo hecho de las entrevistas, el mismo hecho de las reuniones que hacemos y de los torneos gratuitos, básicamente nosotros nunca

hemos cobrado por un torneo, nunca hemos cobrado por una inscripción, sino, básicamente convocamos a la gente de manera gratuita y los hacemos notar al público que está afuera a través de entrevistas o videos de los mismos eventos, incluso con fotos.

Esos son los torneos que organiza el mismo Audition, pero hay torneos que hacen los organizadores y esos sí tienes que pagar.

Hay torneos que sí son tercerizados hacia otros organizadores, básicamente cobran una inscripción, para cubrir lo que consumen en las máquinas y horas de las cabinas. Eso sí, por lo mismo que nosotros queremos abarcar un poco más, nosotros tenemos gente del staff interno que lo puede hacer de manera gratuita pero si quiero centrar a más público, podemos ya convocar a organizadores externos que ellos sí hacen un cobro de inscripción, pero de cierta forma nos ayudan a llegar a lugares donde la gente pide torneos, siempre es ese foco.

Los torneos/eventos online tienen también pocos años. Creo que tienen unos seis o siete años más o menos y lo de las entrevistas, pues recién se ha dado entre el año pasado y este año.

En los inicios de año...ahora son más producidos los videos, hay más edición, más calidad en los videos. En los inicios de año no había esa producción, no había esa calidad de video, pero sin embargo, sí se comunicaba todo. Si se dan una vueltita por youtube, hay videos del 2008, 2009, 2010, 2011 donde yo incluso grabo los viajes o grabo que estoy en la carretera con un poster de Audition, estamos yendo a tal ciudad a encontrarnos con gente de audition, hay material muy antiguo, mostrando a esta gente. Incluso tenemos entrevistas de los Ranking uno de esa época para que la gente los conozca o también entrevistas a los campeones nacionales de torneos que hacemos una vez al año y también los publicamos. Tratamos de mostrarle a la gente: "oye mira hay un personaje que existe, que sí es real, y miren acá está su entrevista".

Claro, como antes no había esta unión en redes sociales, pues tenías que entrar a uno o al otro para mirar. Ahora que ya puedes subir tus propios videos a Facebook, ya es un poco más fácil que te derives.

Exacto. Yo ahora, antes digamos que yo lo hacía todo, ahora ya hay gente atrás que nos ayuda en el tema de la edición, en el tema de la convocatoria de staff, en el tema de publicar antes un evento, ya hay gente que lo publica, se encarga de hacer ese documento para que publiquen el evento. Ahora ya está un poco más esquematizado pero la idea siempre ha sido la misma: Mostrar al público de que al evento que están yendo, el staff está allí siempre, estamos haciendo una nota siempre de todo, las fotos que tomamos siempre son publicadas, en algún medio, pero están ahí publicadas y siempre poniéndonos en la posición del jugador. Yo he sido jugador y en algún momento he ido a un torneo por primera vez y me he sentido emocionado de ir a un torneo, y digo: “pucha wow un torneo, gente que no conozco, ah voy a ganarles”. Y; sin embargo, yo participaba en torneos, pero después ya desaparecía, nunca más me veían en las redes, nunca más me veías en un video, pero, yo me acuerdo de primer torneo al que fui, me acuerdo de los momentos, de mi nerviosismo o de mi emoción, entonces, basándome en eso, cuando he hecho los torneos, lo plasmo. Esta persona también se siente emocionada, se siente nerviosa, tienen emociones al momento de participar en un torneo, pucha saquémoslo lo más que podamos, una foto un video.

Tú te has encargado, por lo mismo que has sido jugador, de fomentar la unión entre todos.

Fomentar la unión y aplicar más o menos, poniéndome en la posición de los jugadores.

¿Cuántos eventos/reus/torneos se realizan al año?

Bueno lo que es personalmente, pongámosle que son cuatro en el mes por doce, deben de ser cincuenta, pero multiplicado por los diez o quince organizadores a nivel nacional, saca tu pluma, deben ser.... 15 x 50...

A nivel competitivo, ¿dónde ves más competencia de todos los departamentos de Perú que juegan?

Claro en Arequipa, siempre ha tenido su comunidad. Arequipa ha tenido gente fuerte, lo que la ayuda bastante es la tecnología, la innovación de los LAN centers. Pienso que Arequipa está más adelantado que Lima en LAN centers, porque Arequipa ha tenido un sistema, ponte yo recuerdo que fui a Arequipa hace ocho años y tenían un sistema de recargas por usuario, pagabas tu cuenta de tarjetita y alquilabas libre, pero ya tenías en ese sistema, ibas a una máquina, ingresabas tu usuario, tu clave y ya tenías tu cuenta recargada y ya estaba. Sin embargo, aquí en Lima, recién siendo 2018 o 2019 lo van a aplicar o ya lo están aplicando en algunos lados. Eso lo ha ayudado bastante a Arequipa, son cabinas y los jugadores mismos son bastante competitivos.

Creo que las comunidades más grandes son: Lima, Tacna y Arequipa.

Sí, Lima, Tacna y Arequipa. En su momento, Trujillo también tuvo esa fiebre de Audition.

Nosotros siempre tratamos de incentivar eso, si vemos que en una ciudad ya está bajando o que ya una ciudad está más o menos bajo, impulsar o ver qué es lo que está pasando. Yo hasta hace unos cuatro meses me di un viajecito por Trujillo para ver la realidad, la situación de Trujillo, ver lo que pasaba. Y pasa eso, pasa que Trujillo ha sido descuidado en eventos, ha sido descuidado en promoción, ha sido descuidado en que no mostramos a la gente que está en Trujillo y listo, es como si no hubiese nada.

Justo ahorita acabo de ver una publicación que están convocando para batalla familias en Trujillo.

Vamos a ir ahora a Trujillo y lo que está proyectado, además de este evento es que sea, constante. No debemos dejar de ser constantes, o sea, puede ser un impulso este evento, pero si pasa un mes, dos meses, se enfría la cosa en Trujillo. La idea es que sea constante, en Trujillo y en todos lados. No dejar de hacerlo.

Y ahora que fue hace poco la batalla de familias, acá en Lima, que fue Arequipa contra Lima; ¿tú crees que se haya debido a las máquinas la victoria de Arequipa?

No creo que hayan sido las máquinas, yo creo que bueno, el tema de las competencias, a veces los usuarios inventan algunas excusas o ya tratan de excusarse en realidad, de lo que sea, pero se tienen que excusar de algo.

Siempre hay alguien picón

No pueden decir, ya viejo, aunque no, el mismo líder al final lo dijo, que sí habían jugado bien los de Arequipa, o sea hay un reconocimiento del otro equipo de que sí jugaron bien los de Arequipa.

También, por ejemplo, es sobre la madurez de la persona que está jugando, porque obviamente no va a decir que no jugaron bien o que ganaron por pura suerte, no lo va a decir al aire, pues.

Yo he tenido muchas experiencias en muchos torneos y en verdad me conozco ya todo lo que dice la gente al perder como al ganar, o sea, hay mucha gente, como tú dices, el tema de la madurez, son chicos pues y cualquiera se pica cuando pierde y hay una impotencia también al perder, hay una emoción fuerte al momento que uno pierde y más en una final, entonces de cierta forma nosotros también tenemos que comprender ese lado.

Pero también, si bien lo comprendes, habría que fomentar el respeto

El respeto sí.

Porque por ejemplo, en la batalla de familias, justo había también concurso de baile afuera y empezaron a lanzar botellas.

Sí, también.

Hay un tema de control ahí, eso sí lo estamos viendo, lo estamos analizando, incluso una medida que ya estamos analizando y que ya ha sido aprobada es contratar una agencia de seguridad, tercerizar un poco esa cosa, porque más allá del respeto, también hay cruces de palabras, o sea hay gente que, más allá del juego, ya se van a otras cosas y se terminan incluso, a veces, peleando; a veces, yendo más allá del juego.

Bueno y también teniendo de antecedente este caso que salió en las noticias, de un chico que asesinó a otro por...

Sí, hubo ahí un tema de... es lamentable, porque ya eso va fuera de nuestras manos también. A veces la gente nos dice también: "No, Audition ahí se mata gente" o relacionan esa noticia, qué para eso juego Audition, para eso me dedico.

Fomenta la violencia

Sí, fomenta la violencia y muchos padres de familia también, hemos tenido testimonio de jugadores que dicen, mi papá desde que vio la noticia no me deja jugar Audition y mi mamá desde que vio la noticia no me deja jugar Audition. Pero no tiene nada que ver en realidad, o sea, la educación viene de casa, depende de uno si se queda muchas o pocas horas en el juego y depende de uno también tomarlo como lo debe de tomar y nosotros recomendamos mucho a los chicos que haya respeto de por sí, ahora sí van más allá, nosotros en los eventos oficiales, cuando tenemos el

poder de hacerlo, ahí sí tratamos de mantener el control, en los access of fest, en las reus grandes, nosotros estamos muy atentos de la gente que traten de tener cuidado y también el respeto a lo que proyectamos en los videos, o sea, en los videos yo trato de hacer esa pregunta: “¿Y tú te llevas bien con esa familia? “Ah sí” “Ah, qué bueno que se lleven bien”. Y yo supongo que también en tu fiesta que haces invitas a las demás familias. Sí también invito a las demás familias. Ah ya qué chévere, o sea, indirectamente como un mensaje subliminal trato de meter eso en las entrevistas para que la gente diga ah mira ellos son amigos de tal y tal , entonces en los grupos yo ya empiezo a ver que le meten filtro y ponen en una publicación, reclutamos gente que no sea peleona, que no busque chongo, tal y tal. Entonces en un video, tratamos de cambiarle la mente a la gente para que vayan mejorando de a pocos.

Claro y en parte está bien porque antes el problema era cuando no había este tipo de comunicaciones en sus inicios pues, por ejemplo: una fam se llevaba mal con la otra y quedaban en un punto para mecharse y no podían verse ni en pintura, era un odio tremendo

Esa es la cosa que yo estoy aplicando, para que no pase eso, yo lo que quiero que entienda la gente es que la familia, hay una rivalidad natural, pero tampoco es que se odien, debe haber unión, en la comunidad en general debe haber unión y en una competencia, normalmente tiene que haber rivalidad, como en toda competencia que hacemos.

Claro, pero al final tienen que entender que es un juego y pueden volver a intentar, no tiene porqué traspasar tu frustración de haber perdido al exterior.

Sí, y bueno, no solo en esas frustraciones, sino, tanto competitivo como socialmente, la gente debería de tomarlo más deportivamente.

De acuerdo a la cantidad de los eventos que están haciendo, ya me dijiste que quieren impulsar más en los otros departamentos. En Lima, ¿cómo te parece que están? A nivel calidad, ubicación, cantidad de los cibers...

Sí, nosotros tenemos un respaldo de las cabinas, hay cabinas que son muy activas digamos con el tema de eventos, que les gusta también a las cabinas, entonces las cabinas solicitan eventos y nos ayudan de cierta forma a llegar a los conos porque al hacer los eventos, y al promocionar la cabina, la cabina tiene gente para que hagan las recargas, como también tienen gente para que en su misma cabina alquilen, entonces un negocio de una cabina es que le alquilen la computadora, si Axeso5 va y le hace un torneo, no usa todas las computadoras, usarán la mitad o menos, y el resto que no quieren esperar, las van alquilando, o sea, en cierta forma, hay un beneficio mutuo.

Es por eso que nosotros no cobramos en los eventos, las cabinas no nos cobran y en algunos casos no nos cobran y nosotros ya nos encargamos de toda la difusión en redes sociales, en la web, foro.

¿Cómo te gustaría mejorar esos eventos? ¿Qué propuestas tienes?

Es buena pregunta. Bueno la propuesta es la que te dije de, ponte en el tema de la seguridad, porque creo que si hay una persona viendo a la gente, en nuestros eventos las familias tienen entre 300 y 400 personas, ahora estimamos en que vamos a ser, igual lleguen a 400 o 500; entonces el tema de la seguridad también, ahora ante tanta gente está siendo un factor que tenemos que ver.

Por ejemplo, algo que yo noté bastante es de que permiten bastante el tema de tomar alcohol, pero no deberían de permitir que un chico que ya ha tomado alcohol entre los torneos porque a veces cuando estás borracho pues reaccionas mal.

Mira, yo tengo un punto de vista, yo sé que está mal, el tema del control. Nosotros siempre le recomendamos a la gente en esos casos, es por eso que es importante conocer a la gente, a mí hay mucha gente que me escucha, por ejemplo; la idea para que a uno lo escuchen es demostrar eso, que uno tiene ese liderazgo en la gente para que te escuchen, si tu les dices: “chicos tranquilo, tomen con moderación, no vayan a hacer tal, tal, tal”; como que ya se tranquilizan, pero si vemos que hay un problema o algo ya no, la idea es no excederse, a mí parecer la idea es no llegar a excesos, si vemos un exceso, de hecho, tomamos las medidas y como han habido excesos, tomamos las medidas y eliminamos a todo un bloque de familias o eliminamos o filtramos para próximos eventos esta gente queda descartada totalmente.

Pero solamente hay un bloqueo de participación más sus cuentas o lo que sea siguen intactas

Claro, tomamos medidas dentro del juego se hacen los reportes para que hayan sanciones o algo si es que llegase a más. Por suerte, no hemos aplicado muchas sanciones, pero el tema de tomar en un evento, como te digo yo siempre pienso en los usuarios, yo sé que está mal, que no es legal derrepente que entre tomados o algo, pero también, por lo mismo que son jugadores que buscan esa libertad, si yo voy y les digo chicos no tomen o chicos el que toma está prohibido de jugar, como que yo siento que va a ser muy frontal con un chico, entonces yo sí sé que está mal, pero yo les trato de hablar más aconsejándoles más que imponiéndoles porque si siento que les impongo, “pucha ah no que mal”, yo poniéndome en esa posición es como si yo fuese contigo y un grupo de amigos: “ya chicos vamos a un torneo de Axes5, oye me he traído mi aca mi vodka con redbull para brindar no más”.

Claro pero también la forma de tomar es distinta de alguien de nuestra edad que de un chibolo de 16 o 17 que vive de los shots nada más

Ah también, yo lo tomo, no me concentro mucho en ese tema porque hemos debatido, hay puntos, hay otros organizadores que dicen sí radicalmente: “no, no, tenemos que evitar”; estamos en ese debate ahorita; no hemos tomado aún una decisión, tengo mi posición como te digo más de conversar con la gente, no de imponerte porque yo creo que de repente lo van a tomar muy frontal que yo les diga: “chicos ya guarden eso que han traído”, cuando de repente ellos en buena onda han hecho su chanchita y han comprado y tampoco tienen para comprar grandes tragos y bueno, o sea, no me enfoco mucho en eso; sin embargo, hay otros organizadores que sí, si me han dicho: “no Trictor, hay que prohibirles, hay que decirles tal y tal”.

Yo creo que, ya ok, no les prohíbes pero que tomen poco, o sea con moderación

Con moderación e ir controlándolos.

Tú en los miles de eventos que has hecho ya a lo largo de estos años, has tenido algún problema con los servidores

Sí, pero en mi caso, tengo la potestad de poder solucionarlo porque hay un contacto directo, con quien puedo hablar y que me solucione. Hay cierta incomodidad con los usuarios porque en ese momento, estamos en pleno torneo, hay un lapso de una hora hasta dos horas para que te levanten el servidor. Sin embargo, cuando les ha tocado a otros organizadores pasar por estos problemas, en algunos casos han reprogramado el torneo o han cancelado el torneo. Se ha tenido conversaciones con la empresa para que traten de estar al tanto, más que nada, en los fines de semana que es donde hay más torneos. Ver bien el juego para que no hayan caídas los fines de semana porque en cierta forma sí nos afectan.

¿A qué se deben las caídas del juego?

En algunos casos como es fin de semana puede haber un contacto directo que nos pueda ver el sistema en el momento que le avisemos, pero no es que haya una persona que esté monitoreando constantemente. La empresa trabaja allá en Argentina de Lunes a Viernes, no trabajan Sábados ni Domingos, entonces hay una persona de turno que sí está pendiente pero es de todos los juegos de Axeso5, no solo de Audition. Creo que la demora va por allí y las caídas van por allí, que no hay tanto un monitoreo en tiempo real los fines de semana; sin embargo, ya lo estamos solucionando y más allá de eso, también Audition tiene ataques, hay ataques externos donde básicamente te saturan el servidor y ya viene la caída, entonces eso ya lo tienen que analizar los temas de soporte y la seguridad informática, qué aplicar en esos casos.

¿Y tú crees que las aplican bien? Porque estaba hablando con otros amigos y me dicen que en otros Audition no pasan esas cosas

Sí pues, no. Habría que entender eso, como eso lo ve el área de soporte, los ingenieros mismos de sistemas, esa gente un poco más cerrada que digamos, no hay tanta comunicación directa con ellos como para entender qué es lo que pasa y peor aún si hay un organizador que está en pleno torneo y se le ha caído, es difícil que un organizador se contacte con él y en directo la empresa. Básicamente el organizador se contacta con la persona que lo ha convocado, en ese caso el distribuidor o una persona bajo mi cargo, se comunica conmigo y yo me comunico con los de Axeso5.

Se podría mejorar, sí. Yo creo que hay formas de mejorarlo.

Claro porque al final generas una incomodidad, no sé pues, alguien de Chorrillos que se va a un torneo de Ate y justo se cae el servidor

Hemos estado corrigiendo eso. Ahora último no hemos presentado tantas caídas, más que en el sistema de inscripción, en el web arena, que ahí sí no me cuadra

la idea del sistema web, no es un sistema de juegos, que en teoría necesita más accesibilidad al servidor.

En teoría es una cuestión de códigos, que si ya están bien puestos deberían de funcionar

No sé qué es lo que está pasando en el sistema Arena pero ahí sí se cae. En esos casos que se cae el sistema arena, sí hay una solución que es usar una tabla Excel manual, ya cada organizador tiene su tabla, y ya manualmente van poniendo los ids y todo

Y ahora ya saben usar el Excel, osea el poner el sorteo. Porque yo justo hice una entrevista y me dijeron que no sabían usar el Excel y se canceló el torneo y ya no los vieron más

Claro, es que ahí ya entra el factor de capacitación también, hay unos organizadores que nosotros tenemos que capacitarlos bien para el manejo del Excel y en caso de en una caída, como no se piensa en una caída de la arena, solo se les enseña el Arena, pero también hay que tomar esos planes de contingencia. En esos casos, yo sí he hablado con algunos chicos diciéndoles que si se cae la arena usamos Excel, ya casos extremos usamos Excel, si nunca has abierto Excel en tu vida, abre un block de notas a ponerlo manualmente, ya si no tienes block de notas, usa lapicero y cuaderno y trata de buscar una solución en ese momento.

Claro, al final es incentivarlo a buscar soluciones y no quedarse con el problema

Que ellos sepan que tienen esa potestad de buscar una solución, muchas veces no lo hacen por el temor de pucha no sé la arena, qué me van a decir porque no sé la arena. Sin embargo, ya se está cambiando eso.

¿Qué han dicho los usuarios sobre estos problemas?

No lo toman nada bien, incluso... más allá del sistema que a veces se cae, tratamos de reprogramar el evento pero, cómo tú dices, hay gente que viene de otro lado y que va a uno y de repente le cancelan el torneo y quedan muy mal; deberíamos, más bien, basándonos en esta entrevista, deberíamos pensar qué hacer con esta gente cuando terminan así, porque más allá, hay temas... pasa poco... pero hay veces en las que el organizador nunca llega, o a veces se va a cancelar o reprogramar el torneo y lo avisamos el mismo día pero en la mañana, o a veces el organizador pone una hora y él demora una o dos horas en llegar. Esos detalles los sabemos, los conocemos, los hemos visto. Hay gente muy incómoda que luego se va a las redes y dicen: "mal organizador". Nos hacen llegar esos comentarios o cuando reprograman el torneo. Todas sus quejas son a través de las redes.

Por eso es que yo te digo, cuando tú haces una queja en cualquier servicio, no sé pues. Por ejemplo, en TaxiBeat, cuando tú haces una queja y tienen tu usuario y todo, te mandan una compensación. Lo mismo pasa con Movistar, Entel, Claro. Hacen de todo para que te calmes

Sería cosa de buscar, de repente dar un ítem o algún beneficio adicional en algún torneo para compensar eso.

Sería cosa de analizar y ver qué más puedo ofrecer.

¿Conoces cómo se manejan las redes sociales de Audition?

Hay una persona encargada que programa todas las publicaciones porque tenemos que publicar diario. En algún momento hemos convocado a gente para que nos manden sus memes o algún contenido y esta persona ya se encarga de programar los posteos en las redes. Tanto en las redes de Audition como en las de los otros juegos.

¿Existe un Community Manager para cada juego o uno ve todos?

Creo que se dividen, hay uno que maneja 2-3 juegos y hay otro ve otros 2-3 juegos. No todos los juegos tienen ese movimiento en las redes, más es en Audition.

¿Tienes idea de cómo se dividen las publicaciones?

Hasta donde se, lo segmentan por horario para que no se crucen las publicaciones. Hay varias personas que publican sobre torneos y otros de actualizaciones, y ahí tratan de coordinar bien porque cuando es actualización o promos, es foco a eso nada más. Y no pueden publicar nada más, de repente hay un torneo y ya no lo publican hasta dentro de un día o dos.

¿Se generan bases de datos? Las reacciones, las quejas, sugerencias, opiniones, etc.

Sería interesante y generar una base de datos y hacerle un seguimiento. Lamentablemente, las redes sociales no reflejan eso. De hecho, si se responde más, comparado con años anteriores, al menos ahora hay más respuestas. Que de todas formas no es tan exhaustivo, no se le responde a todos, que yo creo que debería ser así.

De hecho, no vas a responder a los 300 comentarios, pero sí puedes comentar a los que tienen más reacciones, más me gusta, más influencia

Sí, deberíamos enfocarnos en eso y sí se debería evaluar.

Tú que has visto la cantidad de quejas y sugerencias que hacen los usuarios ¿Cuáles sí se han tomado en cuenta y cuáles no?

El tema sobre lo que muchos se quejan son los bugs y errores dentro del juego. Cuando son quejas o reclamos por torneos, tenemos una solución rápida. O cuando

a veces no llegan los premios o demoran en llegar, también tenemos la forma de hacer que le llegue rápido, pero cuando es tema del juego sí es muy complicado para nosotros buscar una solución.

Mucha gente a veces piensa que es fácil: “no mira, no te has dado cuenta de tal error, ya arréglalo pues”. Sabemos el error, sabemos el problema, la empresa sabe el problema, pero los desarrolladores del juego en sí, que son de Corea, no nos mandan una solución tan rápida. Y el tema de la comunicación con ellos es un poco complicada; sin embargo, contra todo tratamos de arreglarlo. Con demoras, pero intentamos.

¿Los usuarios saben que ustedes tienen que mandar la información a Corea y esperar?

No, ellos no saben eso. A veces cuando hay problemas cuando hay un reclamo muy masivo, Axeso5 responde: “estamos esperando que los desarrolladores lo solucionen” o cuando se cae el juego y a veces la gente no sabe por qué. En algunas ocasiones sí lo publican: “hemos reiniciado el Data Center”. Pero no es tanta la comunicación en ese aspecto. Deberíamos comunicarlo

Yo he visto que a veces comunican que han mandado a soporte y están esperando una respuesta, pero la gente dice: “tanto se van a demorar por una respuesta”, “tanto se van a demorar por hacer algo”

Yo creo que ahí debería haber una forma de responderle al usuario por parte de los CM y por medio de los tickets y darles una respuesta. Que sepan que se les va a dar solución porque muchas preguntas se quedan en el aire.

Muy a parte a veces pasa que una persona dice: “tengo tal problema...” Y Audition responde: “tienes que mandar un ticket”. Pero, es muy probable que él ya haya mandado el ticket. No le vas a responder con algo que ya hizo.

Debería ser más amigables el tema de hacer un reclamo o mandar un ticket porque hay muchos usuarios que ni saben qué es un ticket. Ellos dicen: “¿qué es un ticket?, ¿a dónde entro para crear mi ticket?”, muchos quisieran hacer sus reclamos pero no saben cómo hacerlo y optan mucho por las redes.

¿Has escuchado los rumores de que el juego quizá cierre?

Sí, claro. Por lo mismo que Axeso5 cierra algunos juegos, pero también hemos detectado que hay muchos rumores de los que desean que el juego cierre. De los que ya dejaron de jugar y te meten el bichito de ese rumor. Y más allá de eso, sí, a veces, la gente misma se da cuenta porque no se le está dando mucho interés o dejan descuidado el juego y es por eso que piensan eso.

Yo no creo que Audition cierre porque de por sí la relación que tiene Axeso5 con la empresa desarrolladora ya viene desde hace mucho tiempo. Cerrar una licencia es muy complicado y más por la comunidad que tenemos. La comunidad mantiene al juego en cualquier juego. Hemos tenido juegos que han cerrado porque no había mucha gente.

¿Han tenido publicaciones desmintiendo esto?

Sí, han habido algunas publicaciones porque llegó un momento en el que el rumor era muy grande. Y Audition tuvo que hacer puesto que eran rumores. En ningún momento se tomó la idea de cerrar Audition, excepto la historia que te conté que fue en sus inicios.

Posiblemente, en el que salió el WIA sí tuvo más potencia el rumor, pero al final no se dio.

¿Qué esperas del Nacional en el María Angola?

Está bueno porque nos da cierto posicionamiento comparado con otras empresas de juegos que hacen eventos; por ejemplo, el MASGAMERS, la Ragnarok que hacen en el Jockey, en distintos lados. Axeso5 empezó con este tipo de festivales de videojuegos en el 2010 y en paralelo habían otras que lo hacían.

Las otras empresas que hacen estos eventos, lo hacen por mover las marcas, buscar marcas auspiciadoras para distintos juegos de distintas empresas. Sin embargo, Axeso5 hace un festival solo con sus juegos. Por ahí, mete a uno que otro externo para convocar un poco más de gente. Pero siempre nos enfocamos a nuestro público, a fidelizarlos más que para convocar a gente nueva que eso se va dando después. Una vez pasa el evento, todos los que lo han visto, lo comentan y ya se expande.

¿A qué se debe que este año sea en el María Angola y el año pasado en San Juan de Lurigancho?

Lo que pasa es que queríamos probar qué pasa en un cono. Todos los años ha sido en el María Angola y; sin embargo, nuestro público top está en Ate, San Juan de Lurigancho, mucha más gente va a los torneos de los conos que uno acá en Arenales.

Yo creo que fue un tema de saber qué pasaba, conocer el lugar porque antes ahí se habían hechos torneos grandes de Dota y; sin embargo, se llenó también. Pero se llenó tanto que había gente afuera.

Estaría bueno implementar ahí mismo un buzón de sugerencias. “¿Qué te pareció el evento?” “¿Qué cambiarías?”. Y así evitamos que la gente se desfogue en las redes.

Nosotros estamos muy abiertos a muchas cosas y muchas ideas y a ir corrigiendo todo. Por eso es que se hizo en el María Angola, porque escuchamos muchas quejas sobre la zona, ya que inaccesible por no terminar en una estación de tren. Fue ahí que optamos por un lugar más céntrico como Miraflores.

¿Cómo ves en un futuro a la comunidad y el juego en sí?

Que siga creciendo y consolidarlo como un juego clásico. Que se meta eso en la gente. No es un juego que vas a ver siempre lo mismo, hay distintos modos, distintas cosas y cada uno te puede demandar tiempo. Y lo puedes orientar para un lado competitivo o un lado social; o bien te centras en jugar bien o bien te centras a hacer amigos; o bien te centras en hacer un solo modo que es solo flechas o un modo que es más ritmo, o un modo que es más memoria, o un modo que es las flechas por los costados o el modo de la guitarra. Son distintos modos que hacen que Audition no sea aburrido.

¿Qué nuevos proyectos se vienen para Audition?

En la comunidad en sí, queremos que hayan más Axesofest por año, de dos a tres por año. Hicimos un torneo Nacional con stream en vivo y queremos que así sigan. Torneos importantes mostrarlos en vivo.

¿Ha pasado que en algún EN VIVO se ha caído el sistema?

No, por ahora no. Pero sí hay que tenerlo como plan de contingencia. Igual la gente de soporte ya está bien atenta porque ahí sí por obligación tienen que estar todos monitoreando.

En temas de eventos, potenciar más las reuniones y eventos, y que todo sea constante. Más allá de todo, es trabajo mismo del staff, ser constante en la calidad del servicio, si se hace algo bueno, seguir haciéndolo y fomentar la unión de la comunidad.

Entrevista a Analista de Marketing:

Primeramente, me gustaría conocer un poco más de usted

Hola, soy Javier Albarracín, tengo 47 años. Soy fundador y gerente general de Quántico Trends y de Inventarte.net. Creadores de CrazyCombi.com en el año 2009 y de un montón de otras aplicaciones en estos últimos casi 10 años de existencia digital.

¿Cuántos años de experiencia tienes en el campo digital?

Yo comencé este negocio en el año 2005 en el techo de mi casa. Primero hicimos una cosa que se llamó perublogs.com que era un directorio de blogs peruano y que se convirtió rápidamente en blogalaxia.com y que, además se convirtió en el primer canal de video de YouTube. De todas maneras, fuimos los primeros YouTubers peruanos. Hacíamos un video todos los días y en esa época, por el año 2006-2007 llegamos a tener más de diez millones de vistas. Fue una barbaridad. En esa época era un montón. De ahí, hemos hecho juegos, portales de noticias, directorio de blogs, aplicaciones móviles, Facebooks, de todo.

¿Antes estuvo en otra línea de trabajo? ¿Cuál?

Sí, trabajé en dos cosas importantes en mi vida: consultoría de negocios y en banca. De hecho, el banco fue por mucho más tiempo. Comencé en el año 97 al 2007 que son 10 años exactamente. Tres los tuve fuera haciendo consultoría (2000-2002). Estuve en Brasil, en una consultoría de estrategia digital. Fue así como elegí el área digital.

Si la respuesta es sí. ¿Qué le llevó a elegir el área digital?

Bueno, de hecho, yo programo computadoras desde los 12 años. Y me decían: "aprendiste Basic". Pero aprendí lenguaje de máquinas al año que tuve la

computadora y era un nerd completamente. Era de esos que no salían de su casa, pero nunca me gustaron los juegos, no jugaba mucho.

¿Entonces de programación sabes un montón?

Programo computadoras, de hecho, todo. Programo microcontroladores, todo lo que sea programar, puedo. Pero no soy un programador experto.

Mi socio es el genio. Yo soy un “hobista”. Es más, yo estudié Administración de empresas, ni siquiera estudié sistemas.

¿Cómo ve el desarrollo del campo digital en el Perú?

De hecho, sumamente interesante. Creo que en los últimos años se han visto muchísimos cambios. Fue como hace dos o tres años que fue el año de las aceleradoras. Los Wayras, todos estos que llegaron, tal vez un poco más de tiempo, cuatro o cinco años. Y a partir de ahí, un efecto dinamizante totalmente. Mucha gente que hace sus propias webs, sus propias aplicaciones.

Ahora que salen las plantillas para hacer tu propia web, aplicaciones es..

Sí, es muy sencillo. Yo lo veo muy interesante y hay esta frase (que no creo mucho) que el peruano es creativo. Yo creo que el peruano no es creativo, creo que nos copiamos todo, pero sí hay creatividad. Ganas de ... mucho espíritu emprendedor, pero falta explotar mucho más.

¿Cuál cree que será la tendencia a futuro? Crecerá mucho/ poco ¿por qué?

Sí, definitivamente. No solamente en el Perú, en todo el mundo. Todo indica que nadie va a salir de su casa porque todo va a ser un tráfico horrible.

La experiencia digital va a ir mejorando, con el “augmented reality”, la realidad virtual va a venir. No sé si va a venir a través de lentes o algo que te van a meter en el ojo, pero todo se va a volver digital.

¿Qué aspectos debe considerar una buena estrategia de comunicación?

Esto es muy sencillo. Primero es conocer al público objetivo con el que vas a tener que lidiar; es decir, casi hasta un análisis de mercado. Entender claramente quién es la persona con la que te estás comunicando.

Lo segundo es elegir los canales correctos: si vas a tener un foro... cómo te vas a comunicar. Pero hoy en día, con el advenimiento de las redes sociales, que ya están acá, es tratar de encontrar a la gente influyente que te va a ayudar a ti en tu estrategia de comunicación, eso es sumamente clave. Si estamos en una era, es la era de la influencia, que antes era la era de los medios. Antes te decían: “¡Uy!, tienes un esto de juegos, vas a tener que estar en la revista MASGAMERS de todas maneras”. Ahora yo veo que la revista la regalan en todas las cabinas y nadie las lee.

Ahora tienes que hablar con un YouTuber o con alguien que hable bien...

Exactamente, sumamente importante los influyentes. Es algo maravilloso. Pero no solamente utilizarlos como un canal de comunicación hacia afuera, o sea, como un parlante. Si no también hacerte amigo de ellos para que cuando ellos se enteren de algo, te avisen, te digan: “oye, está llegando esta cosa al Perú y parece que puede competir contigo...”. El influyente al ser parte de tu estrategia, al ser tu amigo, te ayuda tanto para estar tú informado como para informar.

A parte que también sirve como testeador de juegos.

Claro, y lo otro es, obviamente, construir los mensajes. Cómo construir los mensajes y cómo lo adapto al medio en que lo voy a usar. Porque no es lo mismo

pedirle a un influyente de YouTube que comparta algo que hablar con un Instagramer o qué voy a publica en El Comercio.

¿En qué beneficiaría a la empresa una estrategia de atención al cliente? ¿Su falta que ocasiona?

Toda empresa, Quántico, por ejemplo: Tenemos una empresa que tiene 35 personas y 8-10 son de servicio al cliente. O sea, un tercio de la empresa es servicio al cliente. ¿Por qué? Es obvio, lo que consiguen las empresas son clientes y ellos necesitan muchísimo, preguntan cosas... Entonces tú puedes hoy en día construir las herramientas para que el cliente no necesite de ti. Ponte, puedes poner videos tutoriales, cómo se hace esto, cómo solucionar tal problema, etc. Pero hay cosas que no van a estar del lado del cliente solucionar, que están del lado de la empresa. Entonces necesitas un servicio al cliente que sea capaz de no ser un tomador de pedido, porque ese es el gran problema. El servicio al cliente no es la punta que atiende al cliente, eso será atención al cliente, es lo que se conoce como la completación del problema que te ha comunicado el cliente.

Entonces la atención al cliente es: “hola, soy tu cliente, necesito tal cosa” y el servicio es cuando ya resuelven tu problema.

Claro, el servicio es toda la estructura organizacional dentro que se encarga de solucionar el problema real del cliente que en este mundo de la tecnología involucra a gente de este rubro. ¿Cuál es el problema? El de tecnología te dice: “yo no soy de servicio al cliente, soy desarrollador”. Está mal porque si no tienes en tu equipo a alguien que tenga sentido de cliente vas muerto porque hoy en día todo es atención al cliente. Quien entiende mejor al cliente, es el que gana.

Hablando sobre los videojuegos y las redes sociales. En su experiencia ¿Cómo cree que debería ser la relación entre videojuegos y redes sociales para la creación de una comunidad?

Es super complementario, de hecho, nadie ha logrado hacer un crack bien de esto. Ni Sony. Sony está por un lado, te permite compartir tus jugadas por redes sociales, pero nadie ha sabido crackear bien cómo solucionar.

Hace unos dos, tres años que fue cuando compré mi PS4. Y esa semana se había caído todo el PlayStation Network, y como yo lo compré pensé que mi PS4 estaba malogrado, me daba error a cada rato. No había ningún teléfono, entraba al Facebook, preguntaba y nadie me respondía y yo decía: “¿Cómo si Sony es tan grande, cómo no...?”. Y realmente fue horrible, fue una cosa que duró días, fue en navidad. Imagínate, comprarte un aparato de esos en navidad y que no funcione.

Yo siento que estos temas de cómo beneficia y cómo deberían unirse las redes sociales: es clave. O sea, las empresas deberían obligarse, dejar de hacer lo mismo que es comunicar, ya no se trata de publicar. Se trata de servir, escuchar al cliente. Entonces, por ejemplo, ellos deberían implementar algo como esto: “tu PlayStation no funciona, te cuento que tenemos un problema en PlayStation Network...”. Pero no, no había nadie, se hacían los locos, decían: “Algunos clientes están presentando problemas esporádicos...”. Pero no, todo el día estaba caído. Entonces, ese tipo de cosas en las que no hay sinceridad, son peor.

Entonces, respondiendo a tu pregunta. La relación debería ser estrecha, uno parte del otro, porque el videojuego no es solo la experiencia cuando estás jugando, es todo.

¿Cómo definen los kpi's de una red social? ¿Qué herramientas se utilizan para analizarlos?

Normalmente si tú agarras cualquier texto, te van a decir que busques el “engagement” pero podrías tener una excelente interacción, actividad y todo por números, pero es todo el mundo quejándose, entonces viene un siguiente indicador que es el “sentiment” que es todo el sentimiento que está generando este “engagement” que puede ser positivo o negativo.

Si tú tienes un sentimiento negativo, obviamente con estos dos kpi's lo que vas a hacer es reforzar tu servicio porque dices cuáles son los problemas. Entonces ahora ya tengo una herramienta que me permite identificar cuáles son los problemas. Puede ser un problema de imagen, como, por ejemplo: “en la tienda tal que dicen que se distribuye tal cosa, no hay”. Es un tema de logística, pero lo que tienen que hacer es solucionarlo.

Si yo entiendo esto como kpi es: si cada tema que tú descubriste con el sentimiento porque esto lo tienes que clasificar, a cada uno de estos temas lo tienes que llamar “palanca”, palanca atención en tienda, tarjetas en tienda, etc. Cada vez que esa palanca esté arriba (falte o falle), tienes que verificar que esa palanca baje, esté operativa.

En el caso de un juego, por ejemplo: el hacking. Entonces, una palanca de calidad, todas las palancas tienen que estar identificadas y dominadas. Y todas estas palancas, tienen que generar el kpi final que es un número de jugadores, compras, etc. Que es el propósito por lo que has creado el juego.

Al final es: indicador de “engagement”, indicador de sentimiento e indicador de valor. Esos son los principales indicadores que uno tiene que monitorear.

¿Se debería conseguir la fidelización del consumidor en este rubro? ¿Qué aspecto es trascendental para conseguirlo?

Si no tienes un buen sistema de servicio al cliente, si no tienes claros los kpi's, si no has hecho bien la tarea, definitivamente no vas a fidelizar a nadie.

Además, otra cosa, en un restaurante puedes tener un cliente fiel y siempre va con sus amigos. Si en el restaurante pierdes a ese cliente fiel, pierdes 2 a 3 clientes diarios. Pero en juegos tienes el "networking" y si pierdes al pez gordo (influencer), perdiste a todos. Eso no lo entiende alguien de un restaurante, pero sí te lo puede entender alguien de Movistar, pierdes al patita que es el rey de las conversaciones con todo su barrio, se pasó a Entel y todos los que quieren hablar con él se van a pasar a Entel. Hay un poder de red que es clarísimo en los videojuegos.

Más ahora que en los videojuegos puedes crear clanes, familias, comunidades...

Por supuesto, son comunidades que se mueven y que, sobre todo, se quejan.

¿A quién le corresponde responder una consulta, duda, queja en las redes sociales?

Tiene que ser una persona preparada, especializada. Un Community Manager de juegos, un "game manager".

En especial tiene que ser alguien que esté familiarizado con el tema.

Totalmente.

¿En base a qué, el community manager genera una base de datos?

En cada interacción que obtiene con la gente tiene que ir generando esa base de datos. Tres cosas: la primera, las personas que más interactúan conmigo, además las personas que más se quejan porque tienes el típico quejón, hay gente que se queja todos los días, hay que tener mucho cuidado porque sus quejas son muy valiosas. Hay que tener mucho cuidado porque también puedes tener un troll, ¿es alguien valioso? O solo es un troll, pero hasta las quejas del troll hay que atenderlas. Entonces lo primero que tiene que hacer esta persona es entender a las personas, segmentarlas; lo segundo, segmentar los problemas, crear esa base de datos de problemas y lo tercero es tener a la mano todas las herramientas para responder fácil.

¿Ahí serviría tener un Word de preguntas frecuentes?

Más allá de eso, las personas dentro de la organización que forman este servicio del que hablábamos. Es decir, tengo un problema de tal cosa, tengo que hablar con la señorita tal, del área tal, etc.

Entonces. En sí, el community manager es aquel que comunica de un error al área correspondiente y ellos tienen que solucionarlo a la brevedad posible.

Exactamente.

Según su experiencia ¿Cómo debería ser las publicaciones y videos? ¿Deberían ser del juego en sí, de la comunidad, ambos? Con respecto a la calidad del video ¿Debería haber una producción detrás de ellos?

Depende del tiempo. Por ejemplo, si estás lanzando el juego, obviamente tienes que lanzar muchos “teasers”. Y paja si puedes hacer que algún influyente se ponga a jugar. Esa es la etapa uno.

Pero, la etapa dos, en un inicio tú como creador del juego hiciste los videos o le pediste a algún influyente que los hagas, pero lo demás, todo debería ser producido e incentivado por la comunidad.

Como te digo, yo no soy jugador, pero conozco muy bien los Twitch, conozco a mis hijos que juegan un montón y sé que hoy en día, casi todos los niños tienen un canal de YouTube, y muy probable es que uno de esos videos sea una partida de un juego. Y eso hace que, de alguna manera están votando por ese juego. De esta forma, más gente se pega.

Respondiendo a tu pregunta, de hecho, tiene que ser ambos, pero si es la comunidad quien los produce, es mucho mejor. De hecho, si yo fuera Community Manager, impulsaría esto.

¿Qué consejos daría para tener un buen manejo de las redes sociales en el área de servicio al cliente?

Si lo podemos resumir es: primero, la atención es la punta, no olvidar el servicio detrás.

Nosotros en CrazyCombi contratamos a un jugador para que sea el Community Manager pero lo hizo terrible porque se peleaba con el resto.

Entonces tiene que ser alguien totalmente imparcial y estable emocionalmente.

Y le decíamos: “pero compare, tu trabajo es hacer feliz a la comunidad y haces lo contrario”. Increíble, se burlaba de los jugadores, se peleaba con ellos, fue terrible. Entonces tuvimos que traer a alguien especializado en servicio al cliente y qué bonito que supiera un poco del juego, pero no se trata de que sea al revés. Se trata de alguien que sepa dar buena atención.

Entonces primero tienes a esta gente que obviamente debe saber del juego, pero mucho más de servicio. Y tiene que estar bien organizado, de tal manera que pueda resolver los problemas.

A nosotros nos fue muy mal porque Corea era quién resolvía los problemas y con ellos no se sentía el servicio al cliente. Además, era peor porque por el cambio de horario, los problemas se resolvían de un día para otro o sino de una semana para otro.

El servicio al cliente es muy sencillo si dentro de una empresa hay cultura de servicio.

Ahora, con tu experiencia con Corea ya que lo mismo que te pasó a ti está pasando con Audition Latino. Y como Community Manager, ¿qué podría hacer?

No puedes hacer nada porque ese es un tema de estructuras, va más allá. Primero, tendrían que tener un grupo de desarrolladores en Perú o en Latinoamérica que puedan resolver los problemas en tiempo real. Pero, además, es que el problema, o, mejor dicho, estos problemas surgen cuando ya el juego está en caída, cuando ya no hay presupuesto para solucionar las cosas. Al final, genera su propia espiral negativa y todo se va al diablo.

Muchas gracias por su gentileza.

Cronograma de Proyecto de tesis

	ABRIL	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE
	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1
1. Planteamiento del problema																						
1.1 Descripción de la situación problemática																						
1.2 Formulación del problema																						
1.3 Objetivos de investigación																						
1.4 Justificación																						

2. Marco Teórico																				
2.1 Antecedentes/marco contextual																				
2.2 Bases teóricas																				
2.3 Definición de términos básicos																				
3. Marco Metodológico																				
3.1 Diseño de investigación																				
3.2 Pre supuestos																				
3.3 Categorización																				

cualitativos (redacción)																			
4. Resultados análisis cualitativo																			
5. Conclusiones																			
6. Fuentes de información																			
6.1 Fuentes bibliográficas																			
6.2 Fuentes hemerográficas																			
6.3 Fuentes electrónicas																			
Anexos y extras																			

Matriz de consistencias cualitativa																				
Cuadro de categorización																				
Entrevistas a Usuarios																				
Entrevista + permiso al representante del juego																				
Entrevista a Analista de Marketing																				
Popular Media Scan																				
Converge Map																				

Non Offering - Activity . Culture Map																					
Insights																					
Análisis FODA																					
Customer Journey Map																					

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?

The image shows two Facebook posts from the page 'Audition Latino'. Both posts are in Spanish and promote a daily login event. The first post, posted 4 hours ago, offers a 'Top Pareja Onda de Amor' prize for 30 days. The second post, posted 3 minutes ago, offers an 'Accesorio Oh Crab' prize for 30 days. Both posts include a call to action: 'INGRESA HOY Y OBTIENE' and 'Ingresar todos los días y obtener premios por permanecer conectado! Deberás permanecer al menos 1 hora para poder iniciar el evento.' Below the posts is a comment thread with two visible comments. The first comment from Jonathan Alex says: 'están dando el peinado afro - . además no dejan entrar a los canales, poco a poco este juego perderá su gente :)' with 6 replies. The second comment from Carmen Dixon says: 'Eso no es verdad estás dando pelo afro no el cangrejo 🦀 y encima otra vez no se puede entrar a los canales nomás ahí errores en el juego, me encanta audition pero deben mirar más por los usuarios o sino Alfinal si que tendrán que cerrar el juego... Audition Latino' with 2 replies. At the bottom, a system message from Audition Latino states: 'Estaremos realizando la compensación por el ítem del día 6 del Attendance Event. Todos los usuarios que han ingresado a Audition durante el día 01/07 estarán recibiendo el Accesorio Oh Crab!'

El Attendance es un evento que comenzaron a promover a inicios de año.

Objetivo:

El usuario tenía que ingresar al juego, marcar un calendario al que comúnmente se le dice “marcar asistencia”, esperar una hora y se le entregaría un premio; los cuales, eran anunciados a través de la página de Facebook de Audition Latino.

Problema:

Al pasar la hora de haber ingresado, los usuarios recibían otros ítems: “Cabello Afro”. Cada día, el juego seguía posteando los ítems que supuestamente recibiría el usuario si entraba, pero no los daba.

La empresa solo atinó a contestar por medio de una de sus publicaciones. Y sí, terminado el evento (dos semanas), se actualizó el juego y se le envió a todos los ítems por los cuales habían marcado su asistencia.

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?



D'leus Hc Cuanto cuesta la. Bolsa?

Me gusta · Responder · 29 min



Odette Kat cuando dan los premios del evento de talento? 😊

Me gusta · Responder · 27 min



Felix Vazquez Y el 3 x 1 pa' comprar esos bundles ;v?

Me gusta · Responder · 16 min



Fernando Cañari Corman Cuando 2x1

Me gusta · Responder · 25 min



Jeny Sol Rodriguez Dozon ya paso la actualizacion y aun no lo arreglaron estoy molesta ya dos semanas asi

Me gusta · Responder · 3 d · Editado



Jeny Sol Rodriguez Dozon arreglen ese erro por favor

Me gusta · Responder · 3 d

Es muy común que el usuario/jugador pregunte, se queje, observe o sugiera cosas. Pero la página (la empresa) les hace caso.

No se les responde; y, de hecho, genera reacciones en cadena como el presentado en el anexo anterior.

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?

Audition Latino
Te gusta esta página · 3 de octubre ·

Evento "HECHIZO DE AMOR"
Cásate durante el 03/10 hasta el 16/10 inclusive y recibe los conjuntos:
CASAMIENTO HALLOWEN x90 días
▶ Las parejas deberán permanecer casadas a lo largo del evento para recibir el premio. Esto significa que si rompen pareja antes de tiempo no se entregará el premio.
▶ Todos los usuarios que se encuentren casados desde el 03/10 hasta el 16/10 podrán recibir el premio.... [Ver más](#)

239 · 286 comentarios · 14 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Todos los comentarios

Mario Aguilar Lorena García Silva rompemos 🤔🤔
Me gusta · Responder · 6 d · 8 respuestas

Jhoselin HL No seas pendj audi y para los que ya andan casados, ni loca rupturaria mi *Fresia* 😊
Me gusta · Responder · 6 d · 2

Audition Latino Hola Jhoselin, no hace falta que ruptures. Este evento es para los usuarios que se casen durante las fechas mencionadas.

Escribe un comentario...

Daniela Melo Siempre dicen a tal hora y los hace antes y encima con su familia loco red:v puro favoritismo ¿y así se hace llamar gm? Pf.
Me gusta · Responder · 29 min

Audition Latino Hola Daniela, es por orden de llegada a la sala. Si no hay espacio lamentablemente no puedes participar
Me gusta · Responder · 28 min

Daniela Melo La otra vez lo mismo, lleno de loco red y para variar decía 12 hrs arg y fue a las 12 ni siquiera al horario que dicen
Me gusta · Responder · 26 min

Daniela Melo Antes de sancionar y criticar a los usuarios empiecen con ustedes porque bastante mal comunidad de gm y admí tienen.
Me gusta · Responder · 25 min

Sandra Valencia ¿En qué consiste? ...
Me gusta · Responder · 4 d

Audition Latino Hola! Los eventos espontáneos son eventos online dentro del juego, en el cual el GM dicta distintas misiones para hacer en las salas y así poder ganarte premios!
Me gusta · Responder · 4 d

Muchas de las respuestas que da Audition Latino no son de la expectativa del usuario.

Cabe recalcar que, normalmente, de los 200 mensajes o 50 mensajes que pueden recibir por publicación, solo responden un máximo de 2 a 5.

Genaro Terres Castillo desde el lunes no puedo entrar a audition latino dice que falla el x trap ya lo descargue de nuevo y lo instale
Me gusta · Responder · 5 d

Audition Latino Hola, puedes mandar ticket a soporte comentando tu problema: <http://tkts.axes05.com>

TKTS.AXESO5.COM
Axes05 - Powered by Monitoreo Global Fusion Sistema de Soporte
Me gusta · Responder · 5 d

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?

Audition Latino · 2 h · 🌐

Auditioners,
Estaremos realizando nuestro mantenimiento semanal.
Les anunciaremos cuando pueden ingresar nuevamente

👍👎👍 55 · 40 comentarios

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...

Más relevantes ▾

- Jeffré Davila** Para eso madrugó 😞 me dueles audi
Me gusta · Responder · 1 h
- Estrella Michelle Yanarico Paredes** Ósea me levanto temprano para eso?! Como si hicieran gran cosa pinches kbrones! 😡😡😡
Me gusta · Responder · 1 h
- Melanie Caballero** Pa' eso y nada que arreglan las asistencias xd
Me gusta · Responder · 22 min
- Frank Cuper** Arreglaron garden? 🙄 1
Me gusta · Responder · 28 min
- Katherin Yalits Ls** Audition Latino mi garden se está muriendo cuando lo arreglaras
Me gusta · Responder · 22 min
- Frank Cuper** ENTONCES AUN NO Lo arreglan? No pues esto ya es una estupidez No pueden hacer esto nada mas
Me gusta · Responder · 20 min
- Laly Carhuachagua** NO ARREGLAN aun el garden, mis plantas se estan muriendo, hay miles de gusanos y se sigue cerrando el juego
Error:
TEXTURE/gui/CoupleGarden/GardenItem/cg_wmelontre e2_4_5.dds Not Found!
Diganle esos a sus desarrolladores 😞
PD: Mejor contratenme 😞
Me gusta · Responder · 18 min
- Frank Cuper** TIO AUDI Con respeto se lo diré cuando arreglaran el error de texture me parece cuando ingreso se supone que hoy en el mantenimiento lo arreglarían como puede ser que tenga anillo sin garden osea yo me recargue x las puras no cree usted que así perderá jugadores? Para cuando lo arreglaran ya voy 2 semanas así
Me gusta · Responder · 13 min
- Jesús Enrique FP** tienes que elimianr tus plantas
Me gusta · Responder · 11 min
- Audition Latino** Frank Cuper Hola Frank, los desarrolladores se encuentran trabajando en el inconveniente. Les pedimos por favor tengan paciencia
Me gusta · Responder · 11 min

Frank Cuper YA SE PUEDE ENTRAR?
Me gusta · Responder · 42 min

Normalmente, Audition Latino tiende a anunciar sus mantenimientos el mismo día en que los va a hacer. Por otro lado, las quejas de los usuarios son constantes y todos se quejan sobre los mantenimientos, ingresar al juego y no encontrar solución a su problema.

Además, las quejas y errores han sido tan constantes que las respuestas que el CM presenta, ya no son creíbles ni satisfacen al usuario. Por otra parte, si bien anuncian que el juego no va estar habilitado, no mencionan cuánto tiempo y los usuarios se desesperan.

Popular Media Scan

¿Qué dice la gente en la página de Facebook?










AUDITION LATINO | REUNA BATTLE FAM 4TA EDICIÓN - LIMA / PERÚ

564 vistas

16 1 COMPARTIR GUARDAR

Actualmente postean videos en YouTube que luego son re-subidos o compartidos en Facebook. Pero, la interacción con el público es mucho menor que en la otra red social.

-  Shiria D. Roronoa Hace 4 días
Esa musica donde baila el chico con mascara blanca deberian ponerla en Audition :-
RESPONDER
-  Angel Antonio Nuñez Choque Hace 4 días
Arequipa arriba :v 😊
RESPONDER
-  Angel Antonio Nuñez Choque Hace 4 días
:v es veneca jajaja
RESPONDER
-  MishonGz Hace 1 año
Trictor ve a italia XD a que la entrevistas .
1 RESPONDER
Ocultar respuestas ^
-  Vincent Hace 1 año
MishonGz pokeMishon
RESPONDER
-  Jhonas Bro Hace 1 año
saludenme soy de la familia Mi Lyfe soy jhonasbro o JHONASBRO TENGO 2 Y BUSCO CPL FIEL
RESPONDER
-  Lorien Cn Castillo Garibay Hace 1 año
xd el pata la fregada del minuto 4:45 todo ella :v
RESPONDER

Popular Media Scan

¿Qué hace Audition Latino?



Audition, a parte de promover sus eventos y promociones en las redes sociales, lo que hacen es integrar a la comunidad.

Se hacen videos en vivo de los torneos, también videos producidos del resumen del evento donde los gamers asistentes cuentan sus anécdotas. En estas reuniones, se regalan items por tiempos determinados tanto en el lugar como de forma online.

También tienen una sección llamada “el chico y la chica Audition” en los que se graba a los jugadores y estos, cuentan su historia: qué hacen, qué estudian, cómo conocieron Audition, etc.

Popular Media Scan

¿Cómo se ve aplicado el servicio al cliente en otros juegos?: Caso de éxito - Overwatch

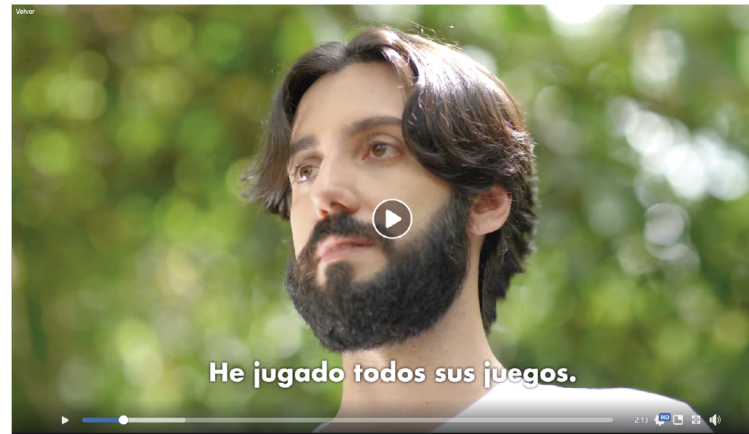
The image shows a Facebook post from the official Overwatch page. The post is dated October 4th at 09:19 and contains the following text: "Repite su nombre tres veces ante un espejo- si te atreves... ¡Conviértete en la pesadilla de tus enemigos con BANSHEE MOIRA (Legendario)! Hechiza a tus amigos y únete al Terror de Halloween a partir del 9 de octubre." Below the text is a video player showing the character Banshee Moira. The post has 572 comments and 1,088 shares. On the left side of the screenshot, there are four comments from users: Sergio Gonzalez (43 likes), Max Rodriguez (14 likes), Mauricio Javier Franco Pasos (13 likes), and Cloud Gutiérrez (7 likes). Each comment includes a 'Me gusta' button, a 'Responder' button, and a timestamp.

Si bien el mismo CM de Overwatch no responde muchos de los comentarios de los usuarios. La comunidad es tan unida que entre ellos mismos se responden.

Además, Blizzard es tan transparente con sus proyectos: presentan nuevos juegos o propuestas en un evento que se llama BlizzCoin donde hay torneos, venta y compra de productos, conoces a las voces de los héroes, a los desarrolladores, etc. Que no existen pleitos ni quejas constantes por la comunidad.

Popular Media Scan

¿Cómo se ve aplicado el servicio al cliente en otros juegos?: Caso de éxito - Overwatch



Overwatch es un juego de la empresa Blizzard. La ventaja competitiva que tienen con los otros juegos es enorme.

No solo son realmente transparentes con todas las actualizaciones, mantenimientos y ventos; sino también insentivan al usuario a contar sus historias de cómo llegar a ser gamers de Overwatch, o cuáles son las características principales de un héroe.

También cabe mencionar que las voces de los personajes, son las voces de gamers que mandaron un audio a Blizzard y fueron elegidos.

Popular Media Scan

¿Cómo se ve aplicado el servicio al cliente en otros juegos?: Caso de éxito - Overwatch



Muchos de los eventos que realizan, ya sea por nuevos skins, fechas especiales, o nuevas historias de héroes. No lo hacen a medias.

El Diva Nano Cola Challenge, fue un evento que consistía en ver videos de Streamers en Twitch y conseguir stickers especiales del héroe Diva. Todo en conmemoración del lanzamiento de una de las heroínas favoritas del juego.

Por otro lado, hicieron un skin especial para la liga contra el cáncer y todas las ganancias fueron donadas. El skin costaba \$/.30.00 y estuvo por un tiempo limitado.

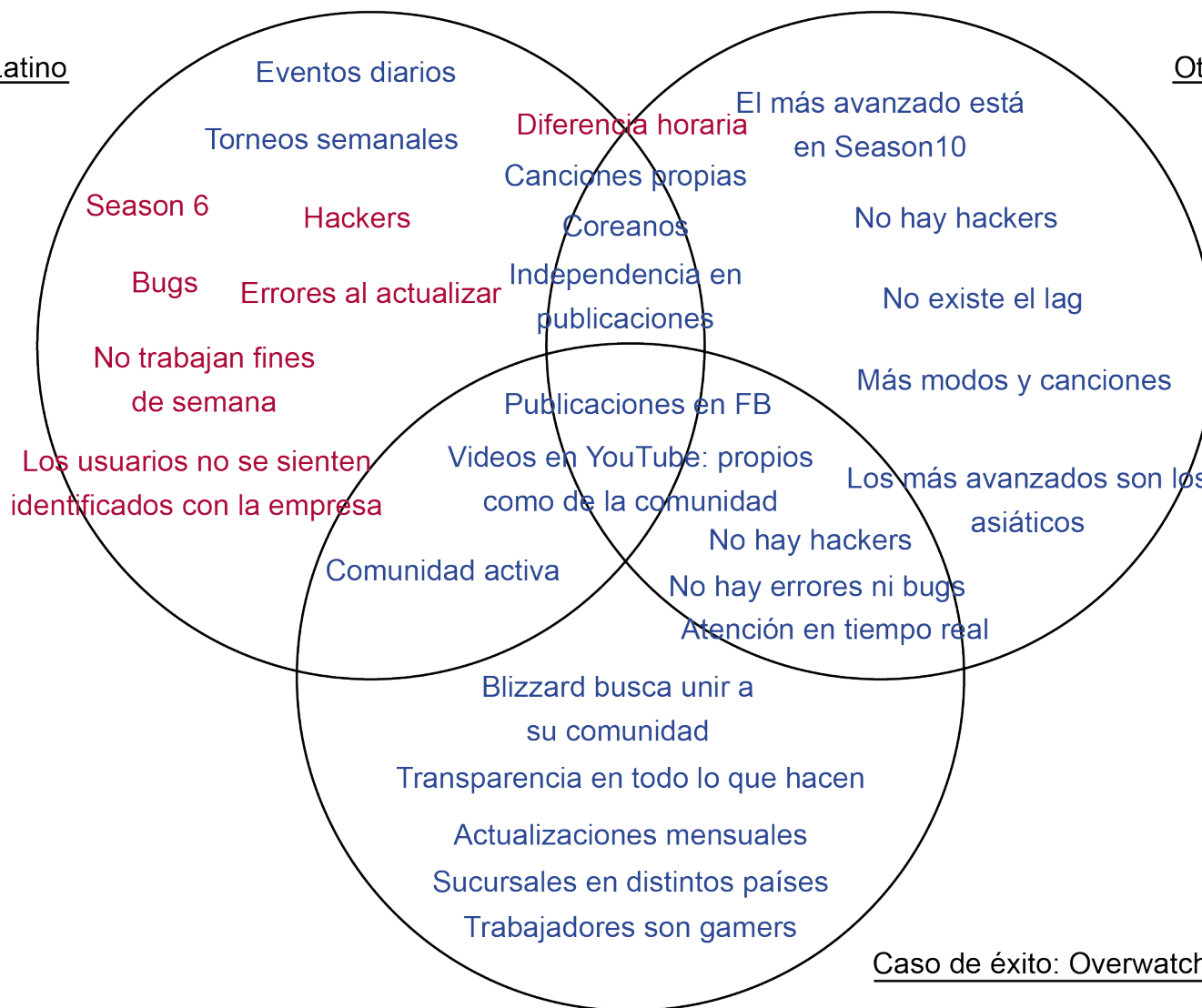
Non Offering – Activity – Culture Map



Converge Map

Audition Latino

Otros Audition



Caso de éxito: Overwatch