

Pokémon Go, un fenómeno inesperado

José Javier Araya Hidalgo*
jj.arah19@gmail.com

Hace algunos meses surgió un nuevo fenómeno dentro del mundo de los *smartphones* gracias a una aplicación que llegó a expandir los diversos usos de las herramientas portátiles. Esta se conoce como *Pokémon Go*.

Antes de analizar este juego, es importante conocer de dónde viene. Pokémon pertenece a una compañía llamada *Game Freak*, la cual fue la creadora de los videojuegos de la franquicia. La palabra “Pokémon” tiene su origen en una contracción de dos palabras “Poketto Monsuta”, y estas dos palabras provienen de la “katakanización”, escribir una palabra extranjera en japonés, a partir de las palabras Pocket Monster en inglés. Estos videojuegos se caracterizaron por ser exclusivos para las consolas portátiles de Nintendo y su fama se extendió de una manera extraordinaria desde su primera entrega en 1996 con *Pokémon Red & Green*.

Hoy en día los celulares son dispositivos de uso cotidiano y prácticamente todas las personas poseen uno. *The Pokémon Company*, los encargados de toda la mercadería y promoción de Pokémon como marca, vieron una oportunidad de explorar nuevos mercados con los *smartphones*, y decidieron apostar a la creación de una versión de los famosos videojuegos de *Game Freak* para esta plataforma. *Niantic*, los co-creadores de Pokémon Go, reutilizaron un cascarón de mapas y fondos de su juego anterior, *Ingress*, para desarrollar esta aplicación.

El juego

Pokémon Go solo tiene como finalidad atrapar a todos los Pokémon disponibles: utilizando un sistema de geolocalización, mediante el GPS de los *smartphones*, se posicionan Pokémon, Poke paradas y Gimnasios alrededor del mundo. Más adelante se explicará en detalle cada uno de esos términos.

Pokémon Go ha revolucionado el mundo de los videojuegos desde diversas perspectivas ya que, además de ser el primero en incursionar en el uso de la *realidad aumentada*, tecnología que genera una relación entre el mundo real y el virtual haciendo que el usuario necesite realizar una acción en el mundo real para interactuar con el mundo virtual, ha sido el primer videojuego de alto impacto creado bajo la premisa de hacer salir a las personas de sus casas.

Por ello el autor, junto a un grupo de compañeros del curso de Mercadeo de Alta Tecnología de la carrera de Administración de Tecnologías de Información del TEC, hicieron una investigación con el objetivo de analizar el fenómeno que generó y encontrar diferentes formas para mantenerlo, pues el número de personas que utilizaban la aplicación al inicio ha ido decreciendo conforme avanza el tiempo.

Desarrollo

El juego de Pokémon Go, como se dijo, tiene como objetivo principal una única meta: “atraparlos a todos”. Esto se refiere a capturar a todos los Pokémon disponibles en el juego, para lo cual las personas deben movilizarse para buscarlos.

Antes de explicar la dinámica de Pokémon Go, es imprescindible explicar unos cuantos términos utilizados por el juego. Estos son: “Gimnasios”, “Poke paradas” y equipos.

Primero, es necesario conocer los equipos que existen dentro de Pokémon Go. Pokémon siempre se ha caracterizado por la gran competitividad de sus juegos y Pokémon Go no es la excepción. Aunque no exista una opción para batallar con otros jugadores, se implementó una medida para fomentar la competitividad: la división de los usuarios por equipos. *Instinct*, *Valor* y *Mystic* son los nombres de los tres equipos que posee el juego, que se diferencian por los colores amarillo, rojo y azul, respectivamente. Estos tomaron un Pokémon específico como insignia y la dinámica consiste en que cada equipo domine los “gimnasios” que se encuentran en diferentes lugares y que los tiñan del color al que pertenecen.

Esto lleva al siguiente término: los “gimnasios”. El nombre no tiene relación alguna con un gimnasio en la vida real pero así se les llama a los puestos donde se pueden efectuar batallas por dominar un lugar. Los gimnasios

están ubicados en puntos específicos por donde transita una gran cantidad de personas y su función es llegar a ser conquistados por uno de los equipos mencionados. Al ser conquistado, quien lo haya hecho debe registrar uno de sus Pokémon para que este sea el “guardián” del gimnasio en caso de ser atacado por alguien de otro equipo.

El último término por explicar es “Poke parada”. Así se les llama a ciertos puestos ubicados en lugares icónicos por donde transita mucha gente durante el día. Las poke paradas tienen dos finalidades: obsequiarles ítems útiles a los usuarios cada vez que las visitan; y hacer que las personas caminen hacia un punto llamativo de la localidad donde se encuentran.

La dinámica del juego consiste en conseguir los 151 Pokémon que conforman la primera generación (los Pokémon disponibles en los primeros juegos para consolas). Pokémon Go insta a los jugadores a que se movilicen en el mundo real para buscarlos y atraparlos a todos.

Con el uso de la realidad aumentada, tecnología que utiliza algún medio para crear una interacción entre el mundo virtual y el mundo real, Pokémon Go ha logrado apelar a la curiosidad de las personas y ha hecho que los usuarios de verdad se sientan como un “Maestro Pokémon” gracias al uso de esta estrategia. También, el tener que movilizarse en el mundo real para buscar Pokémon hace sentir a los usuarios que realmente están viviendo la aventura de atraparlos a todos. El poder observar un Pokémon en la acera, frente a la casa, o encontrar uno sobre el cuaderno en el que estaba escribiendo unos segundos atrás, fue un atractivo inesperado para las personas, aunque muchos usuarios prescindieron del uso de la cámara para ahorrar batería.

Anécdotas

Por el aumento de su popularidad, Pokémon Go ha sido parte de muchas anécdotas para las personas, entre las cuales se tienen las siguientes.

En el cantón de Grecia, en Alajuela, han aparecido Pokémon como *Charizard* o *Blastoise*, los cuales son populares y difíciles de conseguir; cada vez que aparecieron, un grupo de unas 30 personas salieron corriendo para ser los primeros en obtenerlos. Ver esta clase de movimientos de personas fue sumamente interesante, pues nunca antes un videojuego

había logrado tener efectos similares en las personas.

En La Sabana, Kölbi se ha beneficiado de la alta aparición de Pokémon en el parque; entonces, algunos fines de semana ellos han instalado unos cuantos puestos donde los usuarios pueden cargar sus teléfonos, así como recargar el saldo en caso de necesitarlo. Muchas familias visitan este parque los fines de semana y aprovechar las oportunidades para mercaderar es algo que Kölbi ha sabido hacer. Personalmente, el primer día que utilicé el juego estaba tan emocionado por salir a buscar Pokémon mientras iba a comprar el almuerzo que no estaba poniendo atención a mis alrededores y a escasos 20 metros de salir del apartamento metí el pie en un pozo lleno de agua por estar pendiente de la aplicación. Esta clase de historias son bastante comunes en los usuarios del juego y, aunque su uso ha disminuido, se puede escuchar toda clase de historias en las que se ha desarrollado una situación graciosa.

El futuro

Hay muchas especulaciones sobre el futuro de *The Pokémon Company*, *Game Freak* y *Niantic*, luego de haber incursionado por primera vez en los juegos para smartphones. Se ha llegado a pensar que estos juegos pueden desplazar a sus predecesores para consolas de Nintendo, pero las dudas han sido aclaradas por la entrega de Pokémon para consola. Si bien la apuesta por un juego para *smartphones* fue bien aceptada por los usuarios, de momento no hay indicios de que estos vayan a reemplazar las versiones de consola. Al contrario, Pokémon Go ha incentivado a más usuarios a intentar experimentar sus juegos para consolas, así como logró promocionar aún más los nuevos *Pokémon Sun* y *Moon* que salieron en noviembre anterior. Se espera que Pokémon Go sea una opción más para los usuarios y, junto con los juegos para consolas, amplíe las posibilidades de interacción con el mundo de los Pokémon.

En aspectos comerciales existen diversas opiniones sobre qué va a suceder con Pokémon Go. Su crecimiento a nivel mundial ha ido decayendo y un porcentaje importante de sus jugadores pasaron de ser activos a ser pasivos; por ello, la opinión de que iba a llegar a ser una aplicación más del montón tomó fuerza. Aun así, Pokémon Go sigue implementando

nuevas mejoras y aún hay millones de personas jugando activamente.

El CEO de *Niantic*, John Hanke, firmó varios acuerdos con la cadena de comida rápida *McDonald's* para hacer que muchos de sus locales en Japón sean gimnasios; así, los jugadores se podrán reunir en los restaurantes para conquistarlos. La publicidad dual que genera esta clase de acuerdos es de gran beneficio para ambas compañías, pues los jugadores tendrán lugares donde estar mientras juegan y al mismo tiempo podrán consumir los alimentos que provee la cadena.

La utilización de acuerdos con *Niantic* para establecer gimnasios y atraer jugadores a locales es una de las tantas iniciativas que empresas alrededor del mundo han empezado a utilizar para fomentar el comercio.

En Costa Rica, la heladería POPS también se aprovechó de Pokémon Go y puso una promoción donde los clientes que mostraran a los empleados que estaban jugando Pokémon Go, recibían un descuento en la compra de su helado.

Pokémon Go tiene un futuro comercial brillante. Además de ser una aplicación innovadora, el que los usuarios deban moverse en el mundo real abre muchas posibilidades para los comercios. Cuánto sea posible explotar la aplicación para su beneficio es el reto que deben afrontar las empresas.

La investigación

La investigación para analizar este fenómeno se realizó mediante redes sociales para tener un alcance mayor con respecto a personas que juegan Pokémon Go. Se decidió establecer edades entre los 15 y los 25 años para poder recolectar respuestas significativas y porque las personas que están en ese rango son aquellas que eran niños cuando aparecieron los juegos de Pokémon para consolas.

Utilizando Facebook y Whatsapp, se encuestó a 321 personas. La encuesta se publicó en grupos de Facebook como "ESTUDIANTES TEC" o "Pokemon Costa Rica"; así mismo, se compartió vía Whatsapp en grupos personales para tener un alcance aún mayor. Las personas que conforman la muestra proceden de al menos tres países: Costa Rica, México, y España.

Seguidamente se presentan las preguntas realizadas en la encuesta.

- ¿Juega Pokémon Go?

- Edad.
- Género
- Del 1 al 5, ¿Qué tanto lo motivado a salir de su casa Pokémon Go? (1 muy poco, 5 muy alto).
- ¿Cuánto tiempo le dedica a Pokémon Go?
- ¿Actualmente se considera como un usuario de Pokémon Go?
- Piensa en Pokémon Go como... (Las respuestas a esta pregunta se ven en la siguiente sección).
- ¿Siente que puso en riesgo su seguridad por jugar Pokémon Go? ¿Qué acciones realizó que pusieran en riesgo su seguridad?
- ¿Invirtió dinero para mejorar su experiencia de usuario como Pokémon Go?
- ¿Por qué no juega Pokémon Go?

La investigación se realizó entre el 14 y el 28 de setiembre de 2016. En ese lapso se definió el problema, se realizó la encuesta y se analizaron las respuestas para poder observar el comportamiento de la muestra.

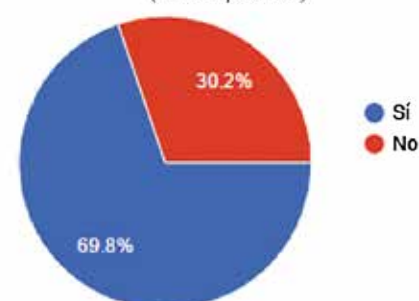
Resultados

Los resultados de la encuesta se graficaron para tener una mejor comprensión; seguidamente se presentan los gráficos.

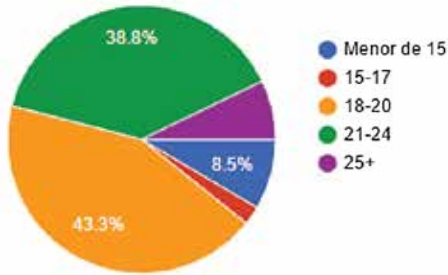
Con la información recopilada se puede observar que cerca del 70% de las personas encuestadas juegan Pokémon Go. Esto indica que, aunque hayan transcurrido pocos meses desde su aparición, Pokémon Go sigue siendo popular entre los usuarios. También se puede observar que la mayor cantidad de personas que utilizan la aplicación tienen entre 18 y 25 años. Las personas que se encuentran en ese rango eran niños cuando el animé y los juegos de Pokémon aparecieron por primera vez; por lo tanto, el hecho de que Pokémon Go haga revivir a las personas sus recuerdos de la infancia influye directamente en su popularidad.

¿Juega Pokémon GO?

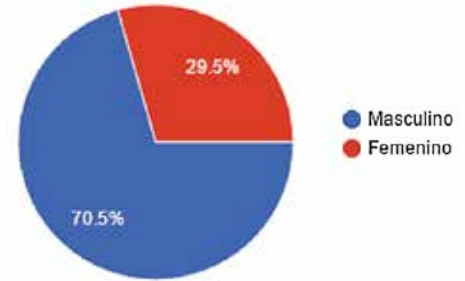
(321 respuestas)



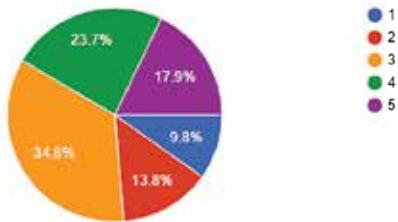
Edad (224 respuestas)



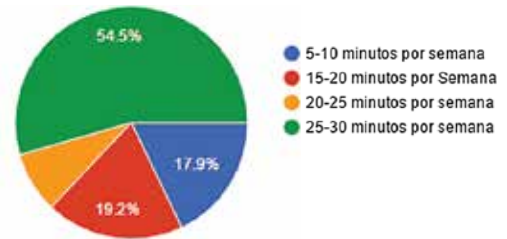
Género (224 respuestas)



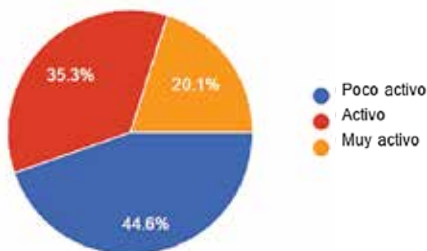
Del 1 al 5, ¿cuánto lo ha motivado Pokémon GO a salir de su casa, siendo 5 muy motivado y 1 poco motivado? (224 respuestas)



¿Cuánto tiempo le dedica a Pokémon GO? (224 respuestas)



¿Actualmente se considera un usuario de Pokémon GO? (224 respuestas)



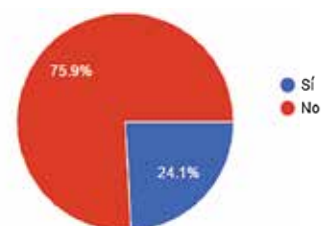
Piensa sobre Pokémon GO como (224 respuestas)



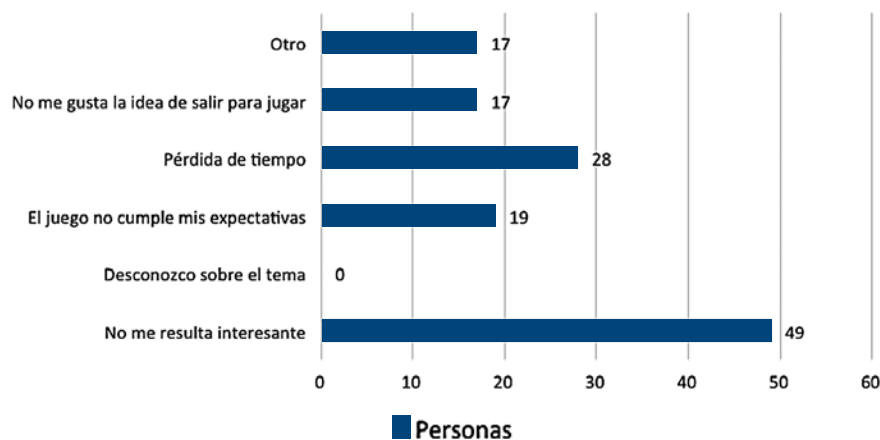
¿Siente que puso en riesgo su seguridad por jugar Pokémon GO? ¿Qué acciones realizó que pusieran en riesgo su seguridad? (224 respuestas)



¿Invirtió dinero para mejorar su experiencia de usuario como Pokémon GO? (224 respuestas)



¿Por qué no juega Pokémon Go?



Otro aspecto que influye directamente en la popularidad del juego es el hecho de tener que movilizarse en el mundo real. Los datos muestran que cerca del 50% de los usuarios se sintieron motivados o muy motivados por tener que salir de sus casas para jugar. Además, los datos también exponen que un 50% de los jugadores utiliza alrededor de 30 minutos semanales en la aplicación. El poder motivar a las personas a movilizarse presenta beneficios para la salud de los jugadores, quienes tienden a ser sedentarios.

También es necesario destacar que solo un 20% de usuarios se consideran muy activos. El juego tuvo una popularidad creciente durante su primer mes, pero los datos muestran que gran cantidad de usuarios que fueron muy activos al salir el juego, ahora son poco activos. Perder la actividad continua de tantos usuarios a solo dos meses es un indicador de la necesidad que tiene Pokémon Go de mejorar, pues el interés de los jugadores ha decaído continuamente en un corto plazo.

Para aumentar el interés por esta aplicación, *Niantic* debería implementar medidas que ataquen directamente los puntos citados por las personas que no utilizan el juego. 49 personas dijeron que no les parecía interesante Pokémon Go y si *Niantic* quiere retener a los jugadores que tiene, y atraer más, debería abordar las razones por las cuales algunas personas no están interesadas.

Recomendaciones para mantener y atraer usuarios

- Implementar las batallas entre usuarios. El hecho de poder competir en contra de un amigo para demostrar quién es mejor es algo muy llamativo. Pokémon es un juego

competitivo, pero Pokémon Go no posee esta funcionalidad; por ello, muchas personas interesadas en librar batallas entre ellas se decepcionaron al no poder hacerlo.

- Habilitar el intercambio entre jugadores. Todos los jugadores de Pokémon Go atrapan repetidas veces a diferentes Pokémon dependiendo del área donde se encuentren; poder intercambiar con otros para conseguir los faltantes es una mejora que fomenta la interacción con otros.
- Explotar la idea de los equipos. Pokémon Go implementó tres equipos para crear competitividad entre los usuarios, pero esa es la única función que poseen. Muchas posibilidades interesantes podrían surgir si se explotara más la idea de tener a los jugadores separados por equipos. Realizar misiones diarias exclusivas, tener una meta exclusiva, obtener el Pokémon insignia de cada equipo, entre otras opciones, son parte de las posibilidades que podrían incrementar el interés.
- Establecer una historia de fondo para el juego. Si bien Pokémon Go tiene una meta concreta y definida, no existe algo que haga que los jugadores realmente sientan un deseo por seguir jugando. Si se implementa una historia, o varias, para que los usuarios puedan sentirse más ambientados a la hora de jugar, el interés de las personas definitivamente va a aumentar.

Conclusiones

Pokémon Go fue una apuesta sumamente ambiciosa para la marca y apostaron bien, pues el juego estableció nuevas fronteras a las que pueden llegar las aplicaciones móviles y los videojuegos. Sin embargo, poco a poco

Pokémon Go se está convirtiendo en una aplicación más para los usuarios. Es importante tomar eso en cuenta si realmente los creadores quieren recuperar el éxito que tuvo la aplicación al salir.

Finalmente, cabe destacar que los creadores de Pokémon Go no deben olvidar que es un videojuego y no una aplicación más. Es necesario que exploten más las posibilidades que un videojuego de esa magnitud e interacción tiene porque, de no hacerlo, el éxito que tuvo va a terminar en el olvido.

Agradecimientos

En primer lugar agradezco a mis compañeros y compañera de trabajo: Daniela Solís Calvo, Guillermo Ávila Chaves, Esteban Chaves Ávila, Hanniel León Torres y Carlos Ramírez Cerdas. Sin ellos esta investigación no hubiera sido posible. El trabajo realizado, los cambios de temática para el proyecto y los ajustes de último minuto son el origen de este artículo.

En segundo lugar, doy gracias a mi profesor Gonzalo Delgado Leandro. Sin su iniciativa para realizar un proyecto acerca de Pokémon Go en el curso de Mercadeo de Alta Tecnología, no habríamos investigado sobre este tema de forma tan exhaustiva.

Y también agradezco al Dr. Mauricio Monge Agüero. Sin él la oportunidad de escribir este artículo no habría sido posible. Además de soportar y responder todas mis dudas sobre el artículo y su formato, me ayudó a corregir los errores que cometí al empezar a escribir y tuvo mucha consideración con el tiempo que necesité para terminarlo.

Bibliografía

- Sampayo, E. (2016). POKÉMON GO: SU CREADOR DEFINE EL ACUERDO CON MC DONALD'S. Consultado en: <http://es.ign.com/pokemon-go-android-1/106520/news/pokemon-go-su-creador-define-el-acuerdo-con-mc-donalds>
The Pokémon Company. Acerca de The Pokémon Company International. Consultado en: <http://www.pokemon.com/es/sobre-pokemon/> ||

*Estudiante de la carrera de Administración de Tecnologías de Información, curso de Mercadeo de Alta Tecnología, Instituto Tecnológico de Costa Rica.