



TALENTO  
TECH

# Crystify

Juega conecta y  
convierte



Universidad de Caldas



# Gamificación como Herramienta para Atraer a las Generaciones Z y Alfa: El Desafío de Crystal



¿Qué buscan las nuevas generaciones?



Problema actual  
Solución actual



atraer a las nuevas generacion



# Equipo - general



gamificación



desarrollo



Ciberseguridad



LOGROS



RETOS



TALENTO

GAMIFICACIÓN



RECOMPENSA



APRENDIZAJE



OBJETIVO



# Equipo



¿Qué nos hace únicos?

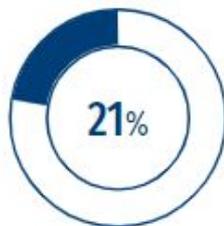
- **Innovación y Gamificación:** Nuestra propuesta se distingue por combinar gamificación con una experiencia de compra digital personalizada. A través de retos, recompensas y una dinámica de juego atractiva, fomentamos una conexión más emocional y entretenida con las marcas de GEF, Punto Blanco y Galax.
- **Experiencia personalizada:** La aplicación aprende de los gustos y comportamientos de los usuarios, ofreciendo productos y promociones ajustadas a sus preferencias, aumentando la relevancia de cada interacción.
- **Conexión con el propósito:** Respetamos los valores de la Generación Z y Alfa, promoviendo no solo la compra de productos, sino una experiencia de compra alineada con sus intereses y valores sociales, como la sostenibilidad y la autenticidad.



# Contexto del problema

- Claridad
- Cifras detalladas
- Personas
- Comportamientos
- Estudios

## Estadísticas actuales

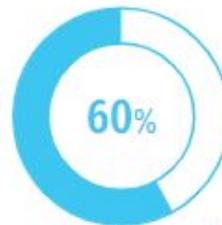
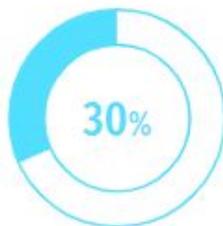


### Frecuencia de juego en la Generación Z

El 21% juega de 2 a 3 horas diarias durante los días de semana, y el 29% extiende este hábito a toda la semana

### Impacto en ventas

Domino's Pizza incrementó en un 30% sus ventas a través de una app gamificada, alcanzando \$1,000 millones en ventas online

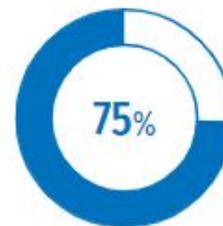


### Reducción del absentismo laboral

Un programa de gamificación implementado por CaLLogix redujo el absentismo laboral en un 80%, ahorrando \$380,000 anuales

### Influencia en el consumo familiar

El 81% de los padres de la Generación Alfa afirma que sus hijos influyen en sus decisiones de consumo sostenible



## Contexto del problema

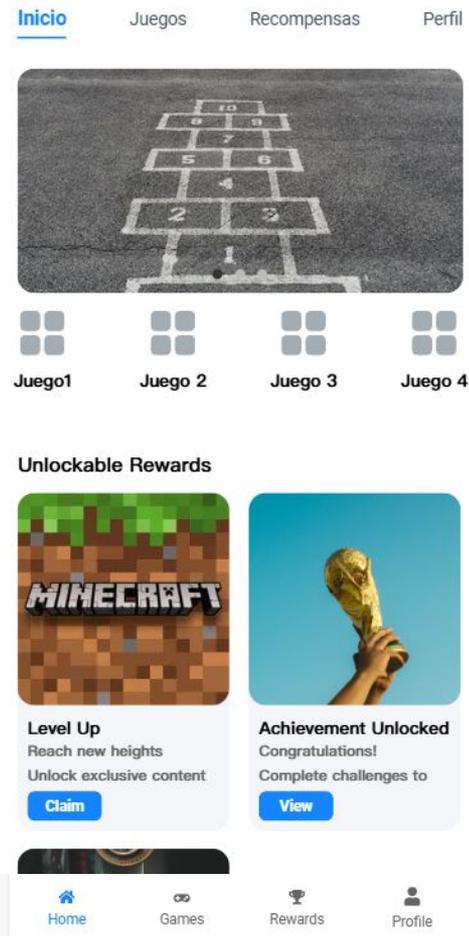
- Desafío de conexión con las nuevas generaciones: Las generaciones Z y Alfa tienen expectativas muy diferentes a las de generaciones anteriores. No solo buscan productos de calidad, sino experiencias auténticas, interactivas y personalizadas.
- La competencia digital: Las marcas deben adaptarse rápidamente a un entorno digital en constante cambio, donde la interacción constante y entretenida se convierte en un factor clave para mantener la lealtad del cliente.
- Necesidad de innovación: En un mercado saturado, las marcas necesitan destacar ofreciendo algo más que productos: deben involucrar a sus audiencias de manera efectiva en sus canales digitales.

# Solución : ¿Cómo debería ser?

Contexto de cómo abordaron el problema

Deberíamos poder realizar un aplicativo móvil de la empresa crystal que usa gamificación para atraer a la generacion z y alfa a sus productos

Contaremos con apoyo de la empresa Crystal

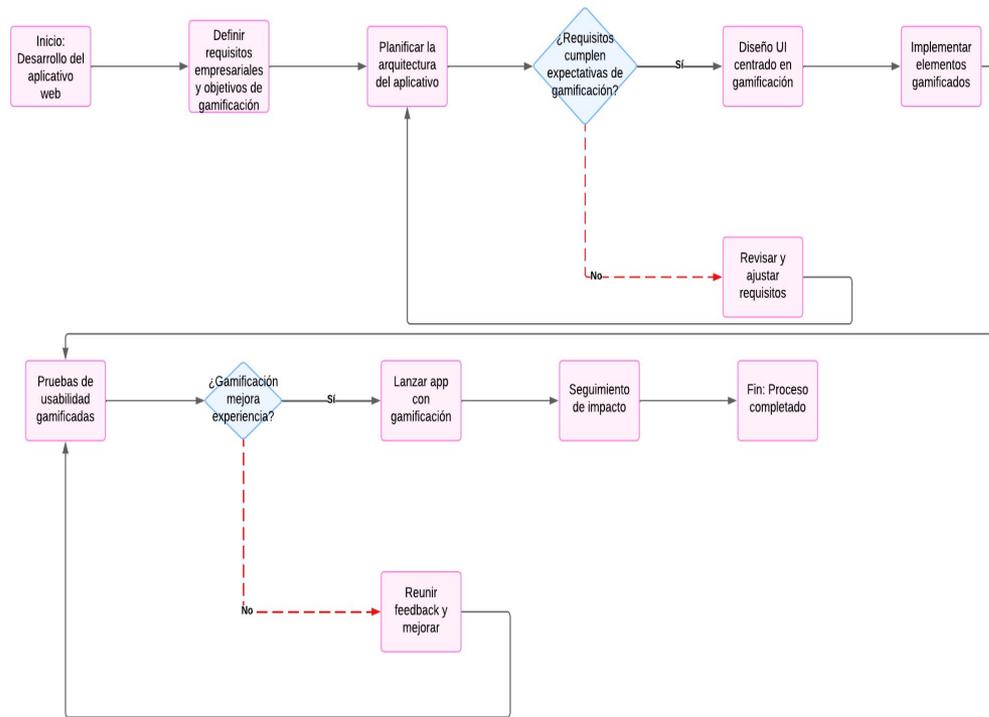


# Solución : Por razón

Uniando lo anterior,  
decidimos usar estas  
librerías, conceptos,  
herramientas, frameworks

**Para crear:**

- Web
- python
- API
- IA



# Solución general

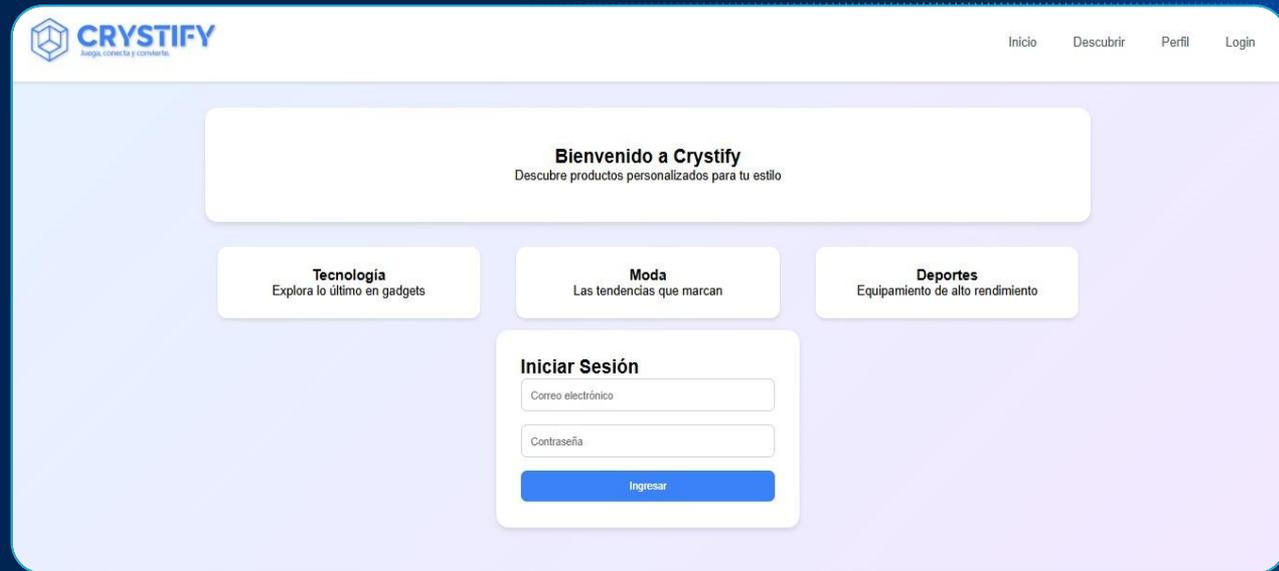
## Prototipo

Pantallas

UI

Procesos

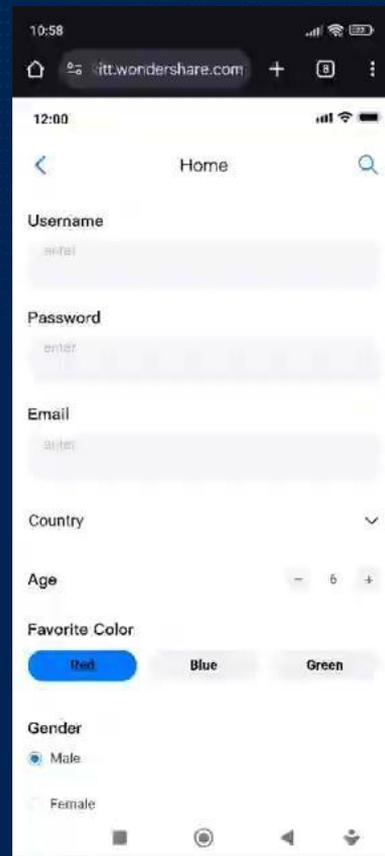
Generales acerca del uso del prototipo



# Solución general: Prototipo

link:

[mockup prototipo](#)







# Modelo de crecimiento



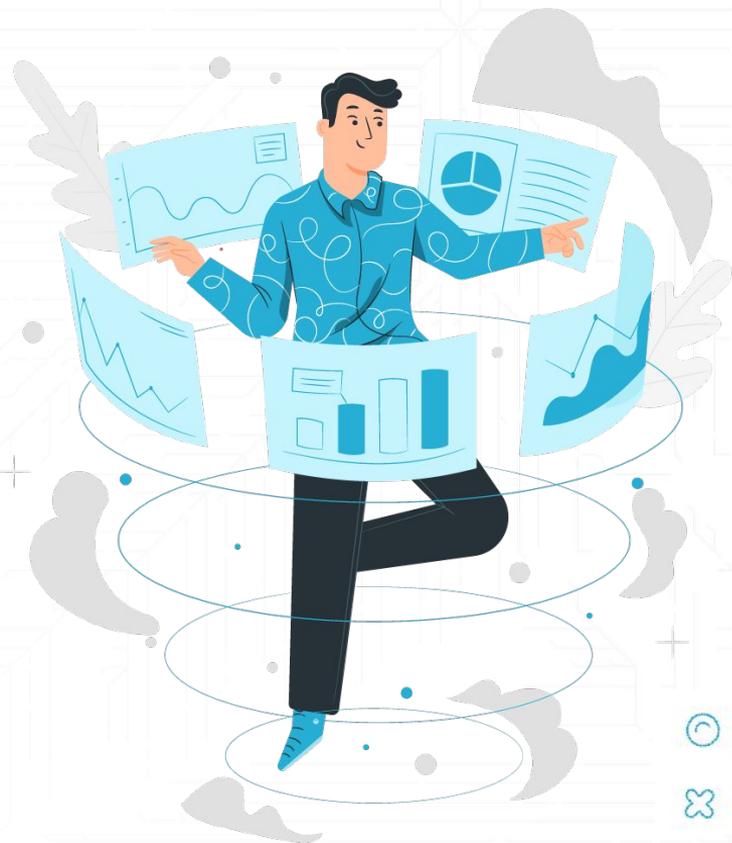
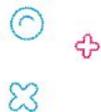
Estrategias para capturar mercado



Promoción



Fidelización





Estrategias para  
capturar mercado



¡Disfruta el  
poder de la  
gamificación!



## Por ejemplo

Empresas como Nequi con Goama y Temu usan la gamificación de manera innovadora para captar a las generaciones Z y Alfa. Nequi, a través de su alianza con Goama, transforma la educación financiera en una experiencia divertida, donde los usuarios aprenden sobre finanzas mediante juegos interactivos, completando desafíos y ganando recompensas. Esto fomenta la lealtad y el compromiso mientras se educa financieramente. Por otro lado, Temu gamifica la experiencia de compras online, ofreciendo misiones, recompensas por interacciones y ofertas limitadas que crean urgencia y emoción en cada compra. Ambos modelos aprovechan la gamificación para aumentar la interacción, fidelizar a los usuarios y generar más engagement en un mercado digital competitivo.



## Promoción



Para promocionar el proyecto de Crystal dirigido a las generaciones Z y Alfa, se debe enfocar en plataformas como TikTok, Instagram y YouTube, creando contenido visual atractivo, como videos cortos y memes que resalten la gamificación y la diversión de la app. Utilizar desafíos virales en redes sociales y colaborar con influencers jóvenes para generar contenido auténtico y cercano que muestre cómo se interactúa con la aplicación y se ganan recompensas, fomentando la participación. Además, realizar campañas de marketing de recomendación y recompensas para incentivar que los usuarios inviten a sus amigos, amplificando el alcance y la viralidad del proyecto.



# Equipo



**Jose Julian  
Calle Mesa**  
Desarrollador



**Andres Felipe  
Henao Restrepo**  
Desarrollador



**Mateo**  
Desarrollador



**Mariana Arenas**  
Diseñadora  
bonita



# Conoce el proyecto

- <https://p4s.co/goku-ciberseguro>
- Síguenos en redes
- Participa jugando

