



MTG Manuel Colonia

14 / enero / 2020

Gamificación es un término que ha surgido en los últimos años en ámbitos no lúdicos, en particular en el interior de las empresas. Se trata de una nueva y poderosa estrategia diseñada para elevar el nivel de bienestar de los trabajadores. La palabra “gamificación” proviene de la palabra inglesa “game = juego”. Se define como el empleo de mecanismos de juego, en procesos en donde participan personas, con la finalidad de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización, y los resultados.

No es que en un curso empresarial se incluya una dinámica de juego, tampoco es que de repente, se rompa la monotonía del trabajo cotidiano incluyéndose un espacio de esparcimiento. Gamificar se refiere a incluir mecánicas de juego, en el trabajo mismo del día a día, para que éste se realice como se realiza un juego, en otras palabras, se trata de gamificar un proceso.

La dopamina es un neurotransmisor que no solo es responsable de las sensaciones placenteras, también interviene en la coordinación de los movimientos musculares, en la toma de decisiones y en la regulación del aprendizaje y la memoria. Está comprobado que jugando se produce dopamina. Hagamos que el trabajo cotidiano sea placentero. Incorporemos el juego en las actividades cotidianas.

Werbach & Hunter (2012) proponen tres tipos de gamificación:

- Interna: Para mejorar la motivación dentro de una organización,
- Externa: Involucrar a los clientes, mejorando las relaciones entre éstos y la empresa,
- Cambio de comportamiento: Busca generar nuevos hábitos en la población, y conseguir aprender más mientras se disfruta.

El reto es conseguir que el sistema de gamificación se adapte a las características de los usuarios, y no que el usuario se adapte al juego. El psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi llamo “canal de flujo”, al estado en el que un individuo está totalmente inmerso en la actividad que ejecuta, cuando el individuo es absorbido por la tarea, involucrándose totalmente, alineando sus emociones a la consecución de los objetivos, este estado, es intermedio entre el aburrimiento y la ansiedad. Si la actividad es muy sencilla se aburre, si es muy complicada entra en ansiedad, cada individuo tiene su propio nivel para alcanzar el “canal de flujo”.

Los componentes de un juego, que hacen posible esta experiencia de “canal de flujo” son:

1. Objetivos claros, que sean alcanzables y con tareas realizables,
2. Concentración y enfoque, que reclame un alto grado de concentración en un limitado campo de atención,
3. Feed-back directo e inmediato, que permita la corrección del comportamiento no deseado en el momento oportuno,
4. Equilibrio entre el nivel de habilidad y el desafío, que la actividad no sea ni demasiado fácil ni demasiado complicada e
5. Intrínsecamente gratificante, que no se note el esfuerzo cuando es ejecuta.

Las formas de trabajo tradicionales se diseñaron para un mundo laboral que ya no existe. Es obligación del gerente de capital humano, tratar a la gente como gente y establecer mecanismos diseñados para la gente de la sociedad actual.

Envíanos tus comentarios o dudas al correo:
contacto@capitalhumanocompetente.com

Saludos.



Para aprender más, se anexa un artículo que proporciona algunas definiciones de “Gamificación”

Referencia del artículo que se presenta a continuación.

Gallegos, F., Molina, R., Llorens, F. (2014). Gamificar una propuesta docente. Diseñando experiencias positivas de aprendizaje. Universidad de Alicante. España. Recuperado el 29 de noviembre de 2018 de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificacio%CC%81n%20\(definicio%CC%81n\).pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificacio%CC%81n%20(definicio%CC%81n).pdf)

Gamificar una propuesta docente. Diseñando experiencias positivas de aprendizaje

Definiciones de gamificación:

"Gamificar es aplicar estrategias (pensamientos y mecánicas) de juegos en contextos no jugables, ajenos a los juegos, con el fin de que las personas adopten ciertos comportamientos"

Gamificación. Mecánicas de juegos en tu vida personal y profesional
José Luis Ramírez

"La gamificación es una técnica, un método y una estrategia a la vez. Parte del conocimiento de los elementos que hacen atractivos a los juegos e identifica, dentro de una actividad, tarea o mensaje determinado, en un entorno de NO-juego, aquellos aspectos susceptibles de ser convertidos en juego o dinámicas lúdicas. Todo ello para conseguir una vinculación especial con los usuarios, incentivar un cambio de comportamiento o transmitir un mensaje o contenido. Es decir, crear una experiencia significativa y motivadora"

Gamificación. El poder del juego en la gestión empresarial y la conexión con los clientes Imma Marín y Esther Hierro



"Gamificación (gamification en el ámbito anglosajón) es el empleo de mecánicas de juego en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos"

<http://www.gamificacion.com/que-es-la-gamificacion>

"Gamification is using game-based mechanics, aesthetics and game thinking to engage people, motivate action, promote learning, and solve problems"

The Gamification of learning and instruction

Karl M. Kapp

"Gamification is the use of game thinking and game mechanics in non-game contexts to engage users in solving problems"

Wikipedia, <http://en.wikipedia.org/wiki/Gamification>

"Gamification is the use of game mechanics to drive engagement in non-game business scenarios and to change behaviors in a target audience to achieve business outcomes. Many types of games include game mechanics such as points, challenges, leaderboards, rules and incentives that make game-play enjoyable. Gamification applies these to motivate the audience to higher and more meaningful levels of engagement. Humans are "hard-wired" to enjoy games and have a natural tendency to interact more deeply in activities that are framed in a game construct."

Gartner, <http://www.gartner.com/it-glossary/gamification-2>

Nuestra definición:

Visión clásica

Gamificación (o ludificación) es el uso de estrategias, modelos, dinámicas, mecánicas y elementos propios de los juegos en contextos ajenos a éstos, con el propósito de transmitir un mensaje o unos contenidos o de cambiar un comportamiento, a través de una experiencia lúdica que propicie la motivación, la implicación y la diversión.

Visión game thinking

Gamificar es plantear un proceso de cualquier índole como si fuera un juego. Los participantes son jugadores y como tales son el centro del juego, y deben sentirse involucrados, tomar sus propias decisiones, sentir que progresan, asumir nuevos retos, participar en un entorno social, ser reconocidos por sus logros y recibir retroalimentación inmediata. En definitiva, deben divertirse mientras se consiguen los objetivos propios del proceso gamificado.

Más allá de una definición:

1. Tratando de integrar todo en la frase más corta posible, para que se entienda mejor y capture la esencia:

Gamificar es diseñar formas óptimas para transmitir conocimiento.

2. Extendiendo el concepto:

Los buenos videojuegos tienen la capacidad de transmitir mucha información de forma óptima, haciendo que el jugador quiera más información. La Gamificación pretende conseguir esto mismo en otros ámbitos, utilizando la experiencia y métodos de los videojuegos: retroalimentación inmediata, autonomía de decisión, situaciones abiertas, reintentos infinitos, progresividad, reglas claras y sencillas, evaluación en tiempo real, etc.

3. El background:

La diversión es la recompensa del cerebro por aprender cosas nuevas. Diversión implica nueva información fijada en el cerebro. El secreto del aprendizaje óptimo reside en la diversión. Los buenos videojuegos consiguen esta diversión, mientras aprendemos lo que nos aportan. Analizar cómo lo hacen es básico para poder diseñar estrategias similares en otros ámbitos y conseguir transmitir la información que queremos para que esta sea aprendida y fijada. Es importante tener en cuenta, eso sí, que la información transmitida por los videojuegos es de carácter práctico (no teórico) principalmente. Los videojuegos, como base de la Gamificación, nos enseñan qué información prefiere nuestro cerebro, cómo le gusta y qué tenemos que hacer para producir más y mejor aprendizaje, principalmente a nivel práctico.

Videos:

What is Gamification? A Few Ideas, Karl Kapp,
<https://www.youtube.com/watch?v=BqyvUvxOx0M>

Gamification, Inspire Lab,
<http://www.youtube.com/watch?v=-N-jMSymzBM>



CAPITAL
HUMANO
COMPETENTE

DOCUMENTOS BASE PARA EL PROCESO
DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL



SOLO SI FUNCIONA
NOS PAGAS

www.capitalhumanocompetente.com
5620-30-4562