



Cómo implementar con éxito un programa de formación con videojuegos en tu empresa

La guía más completa para ayudarte a preparar de principio a fin un programa de game-based learning.



Esta guía está basada en:

- Más de 10 años de experiencia desarrollando programas de *game-based learning*
- con más de 1.000 clientes corporativos
- en más de 50 países

Índice



1. Introducción	3
2. Elige la solución de game-based learning que necesitas	5
› Involúcrate en la formación	
› Busca el serious game que necesitas	
› Utilízalo como parte de tu plan global de formación	
› Haz un programa piloto	
› Accesibilidad: ¿se integra en tu LMS?	
› Materiales de comunicación	
› Soporte técnico	
› Tiempo y dinero	
› ¿Necesitas personalizar los videojuegos?	
3. Cómo preparar el lanzamiento perfecto	9
› Enfócate en el aprendizaje	
› Explica el funcionamiento del videojuego	
› Crea expectación	
› Utiliza los grupos	
› Pon un límite de tiempo	
› Hazlo obligatorio	
› Entrega premios	
› Comienza a medir	
4. Durante la realización del videojuego	12
› Continúa tu estrategia de comunicación	
› Supervisa cualquier problema técnico	
› Utiliza los rankings y clasificaciones	
› Monitoriza a tus alumnos	
› Utiliza las redes sociales	
› Adapta tu videojuego	
5. Después del “game over”	15
› Haz encuestas	
› Mide los resultados	
› Identifica nuevos retos y busca soluciones	
› Recompensa a los ganadores	
› Planifica tu próximo programa	

Introducción



Imprime la checklist al final de este documento para que no se te olvide nada.

El aprendizaje a través de videojuegos no es una receta mágica que funcione con solo pulsar un botón.



El aprendizaje a través de videojuegos (en inglés, *game-based learning*) se ha confirmado como una de las mejores herramientas para incrementar el *engagement* de los empleados y fijar de forma más efectiva y duradera los conocimientos aprendidos.

Numerosos estudios científicos han demostrado que la utilización de videojuegos y simuladores favorece el aprendizaje experiencial (*learning by doing*), aumenta los niveles de motivación de los estudiantes y reduce los costes de la formación.

El resultado es que el *game-based learning* crece a tasas anuales del **18,9%** y para el año 2021 generará más de **7.000 millones** de dólares.

Pero implementar un programa de *game-based learning* en tu empresa no es una tarea sencilla. El aprendizaje a través de videojuegos no es una receta mágica que funcione con solo pulsar un botón; requiere de un largo proceso de selección para encontrar a los mejores proveedores, de una campaña de lanzamiento bien planificada, de un seguimiento constante durante la implementación y de un análisis sobre los resultados obtenidos.

VENTAJAS DE LA FORMACIÓN A TRAVÉS DE VIDEOJUEGOS



• *Aprendizaje general*



• *Retención de conocimientos*



• *Práctica (learning by doing)*



• *Motivación de tus empleados*



• *Sociabilidad con sus compañeros*



• *Autoconfianza del alumno*



• *Ratios de finalización*



• *Menos costes*

En esta guía vamos a ayudarte a preparar de principio a fin una estrategia para que tu programa de *game-based learning* sea un éxito. Si sigues los siguientes consejos no sólo conseguirás mejorar el *engagement* y los ratios de finalización de tus cursos, sino que además podrás utilizar las estadísticas recopiladas para conocer mejor a tus empleados, implementar otros programas de formación y obtener mayor visibilidad para el departamento de formación.

¿Estás preparado?

3, 2, 1... go!

Elige la solución de game-based learning que necesitas

Si ya te has decidido a implementar un programa de aprendizaje a través de videojuegos, ha llegado el momento de tomar la decisión más importante: ¿con qué proveedor? ¿Qué tipo de videojuego? ¿Cuál es el que mejor se adapta a las necesidades de tu empresa?

Para acertar en tu elección y conseguir una formación útil y efectiva, te recomendamos seguir los siguientes consejos:

1. Involúcrate en la formación. El aprendizaje a través de videojuegos, como cualquier otro método de enseñanza (presencial, *e-learning*...), es tan solo el vehículo a través del cual se transmite el conocimiento o se realiza la práctica de una habilidad. No creas en milagros ni te crees falsas expectativas.

Como en cualquier otro programa de formación, tendrás que esforzarte en identificar los retos de tu fuerza laboral, motivar a los empleados y hacer un seguimiento de la formación.

2. Busca el *serious game* que necesitas. Antes de lanzar un programa de *game-based learning*, es fundamental que sepas qué quieres enseñar a tus empleados. Hay videojuegos que trabajan habilidades personales (*soft skills*) como el liderazgo o la negociación, otros especializados en la práctica técnica (operaciones en un quirófano o aterrizaje de aviones) y otros en la memorización de productos y los procesos internos de una compañía. No pienses que el aprendizaje a través de videojuegos es siempre igual.

Identifica las necesidades de tu empresa y escoge el serious game que mejor se adapte a ellas.



3. Utilízalo como parte de tu plan global de formación. La experiencia demuestra que los programas de *game-based learning* más exitosos son aquellos que se combinan con otras iniciativas dentro de la empresa (clases presenciales, cursos *e-learning*, prácticas...). Al incluir los videojuegos en una iniciativa más amplia y global, su efectividad aumenta de forma significativa y se consiguen reforzar los conocimientos y habilidades que más le importan a tu compañía.

4. Haz un programa piloto. Antes de lanzar un programa de *game-based learning*, asegúrate de haber probado el videojuego de principio a fin. Si no conoces el producto, difícilmente podrás saber si se adapta a las necesidades de tus empleados. Además, pide a tu proveedor de *game-based learning* un programa piloto para asegurarte de la calidad e idoneidad del *serious game*. Pruébalo entre 20 o 40 de tus empleados (de distintos perfiles y departamentos) y analiza el *feedback* que te dan. Si el programa piloto sale bien, continúa adelante con el proveedor.

Los programas de game-based learning más exitosos son aquellos que se combinan con las iniciativas globales de formación de la empresa.

Cuanto mejor conozcas el videojuego, más fácil será lanzar la formación y resolver las dudas de tus empleados.

5. Disponibilidad para todos tus empleados. Tus empleados probablemente querrán tener la flexibilidad para realizar el videojuego desde un ordenador, una tableta o el teléfono móvil. También es de vital importancia que determines la capacidad de integración del producto con tu *Learning Management System* (LMS). No te olvides nunca de identificar qué plataforma necesitas (¿prefieren tus empleados utilizar sus *smartphones*?



¿El LMS es utilizado con frecuencia en la empresa?) y de asegurarte que el programa de *game-based learning* funciona sin problemas en ella.

6. Multidioma. Una de las grandes ventajas de la formación *e-learning* (y del propio aprendizaje a través de videojuegos) es su capacidad para poder implantarse en todo el mundo de forma rápida y sencilla. Si tu plantilla está dispersa por varios países o regiones, asegúrate de que tu proveedor dispone del producto en todos los idiomas que necesitas.

7. Materiales de comunicación. Para motivar a tus empleados a realizar un videojuego, es importante que tu proveedor cuente con materiales que puedas utilizar antes, durante y después de la formación. Estamos hablando de tráilers, folletos informativos, emails o vídeos. Si un juego serio cuenta con todo esto, tienes muchas más posibilidades de que el programa de *game-based learning* sea exitoso.

8. Soporte técnico. Debido a la multitud de plataformas y navegadores que pueden utilizar los empleados, es importante que tu proveedor cuente con un servicio técnico y de atención al cliente de calidad. Cuanto mejor sea este servicio, mejor será la experiencia de aprendizaje y más fácil les resultará a los alumnos adquirir conocimientos y practicar habilidades.

Es importante que tu proveedor cuente con un servicio técnico y de atención al cliente de calidad.



9. **Tiempo y dinero.** Como es lógico, el juego serio que escojas tiene que entrar dentro de tu presupuesto y adaptarse a los tiempos de tu empresa. ¿Cuánto dura cada uno de los videojuegos? ¿Es necesario hacer alguna personalización? Si es así, ¿cuánto tiempo y dinero vas a tener que invertir en ella? Mientras que algunos programas de *game-based learning* tan solo duran un par de horas, otros pueden extenderse durante días, semanas o meses. Tenlo en cuenta a la hora de escoger tu proveedor.

10. **¿Necesitas personalizar los videojuegos?** Cada vez más proveedores ofrecen la posibilidad de personalizar sus productos. Analiza si te interesa trabajar habilidades transversales o si por el contrario necesitas personalizar los contenidos a las particularidades de tu negocio. Esta segunda opción puede ser interesante para reforzar el valor de tu marca y adaptar los videojuegos a los procesos internos de tu compañía, pero ten en cuenta que necesitarás tiempo, dinero y conocimientos para hacerlo bien.

Cómo preparar el lanzamiento perfecto

La forma en la que lances y presentes a tus empleados el programa de *game-based learning* es vital para garantizar su éxito. Especialmente si es un formato nuevo en tu empresa, un buen lanzamiento (explicando por qué es importante hacerlo y alineándolo con los intereses de tu organización) va a ayudarte a obtener los mejores resultados.

Estos 8 consejos te ayudarán a empezar con buen pie:

1. **Enfócate en el aprendizaje.** Cuando escuchan la palabra “videojuego”, muchas personas solo pueden pensar en ocio y diversión. Es importante que les expliques a tus empleados que el objetivo principal de la formación, como siempre, es aprender. Haz énfasis en el valor pedagógico de la formación y en la utilidad que tendrá en su vida personal y profesional.
2. **Explica el funcionamiento del videojuego.** El formato resultará novedoso para muchos de tus empleados, así que es importante que expliques cómo se puede acceder al videojuego, qué van a aprender, cómo van a ser evaluados y cuánto tiempo tienen para acabar el juego. Esta explicación previa les ayudará a la hora de comprender su funcionamiento y aumentará los ratios de participación y finalización.

Es importante que les expliques a tus empleados que el objetivo principal de la formación es, como siempre, aprender.



A la hora de lanzar un programa de game-based learning, algunas empresas han decidido imitar el lanzamiento de una producción de Hollywood para crear más expectación.

La experiencia demuestra que los mejores resultados se obtienen cuando los programas de game-based learning son obligatorios.

Antes de lanzar el videojuego, tienes que saber qué es lo que quieres enseñar a tus empleados y cómo lo vas a medir después de la formación.

3. Lanza una campaña de comunicación. La novedad siempre despierta interés, así que aprovéchala para generar expectación y motivar a tus empleados. Algunas empresas, a la hora de lanzar un programa de *game-based learning*, han decidido imitar el lanzamiento de una producción de Hollywood: crean campañas de comunicación antes del estreno, envían emails con entradas para el cine y juntan a todos sus empleados en una sala para ponerles el trailer del videojuego. Este tipo de lanzamientos, con campañas de comunicación dentro de la empresa (sea por email, con cárteles en la oficina, WhatsApp, SMS, etc.) sirven para despertar interés y meter a los empleados en el videojuego antes incluso de haberlo empezado.

4. Utiliza los grupos. Una de las formas más “sencillas” de aumentar el interés en los juegos serios es creando grupos. Divide a tus empleados (por departamentos, países, intereses, perfiles profesionales...) y hazles competir en el videojuego. Esta mezcla entre el mundo *online* y *offline* les va a permitir ver cómo lo están haciendo sus compañeros de trabajo y va a convertir el videojuego en una actividad social y competitiva que mejorará su *engagement*.

5. Sé flexible, pero pon un límite de tiempo. Una de las ventajas de los videojuegos es que los empleados podrán completar la formación cuándo y dónde quieran. Sin embargo, no te relajes: marca un límite de tiempo para incentivarles a registrarse en el videojuego y a acabarlo cuanto antes. Si no, es probable que algunos de tus empleados nunca encuentren tiempo para completar la formación.

Recuerda:



*Enfócate en el
aprendizaje*



*Explica el
funcionamiento
del videojuego*



*Lanza una
campaña de
comunicación*



Utiliza los grupos



*Pon un límite de
tiempo*



Premia el esfuerzo



Comienza a medir

6. **Premia el esfuerzo.** El lanzamiento es el momento ideal para hablar de premios y reconocimientos. Es importante que los empleados sepan que su esfuerzo tendrá una recompensa. En función del tipo de videojuego y del número de empleados, puedes entregar un premio al que acabe en primer lugar, a los tres primeros (oro, plata, bronce) o al que finalice más rápido. Cuanto mayor sea el incentivo, mayor será también la motivación de los empleados para jugar (¡y aprender al mismo tiempo!).

7. **Ten claros los objetivos y comienza a medir.** Antes de lanzar el videojuego, tienes que saber qué es lo que quieres enseñar a tus empleados y cómo lo vas a medir después de la formación. No te olvides de esto, ya que probablemente te arrepentirás cuando sea demasiado tarde. Identifica las métricas que vas a analizar y consigue los números antes del lanzamiento del programa de *game-based learning* (de esta forma lo podrás comparar con los resultados después del videojuego).

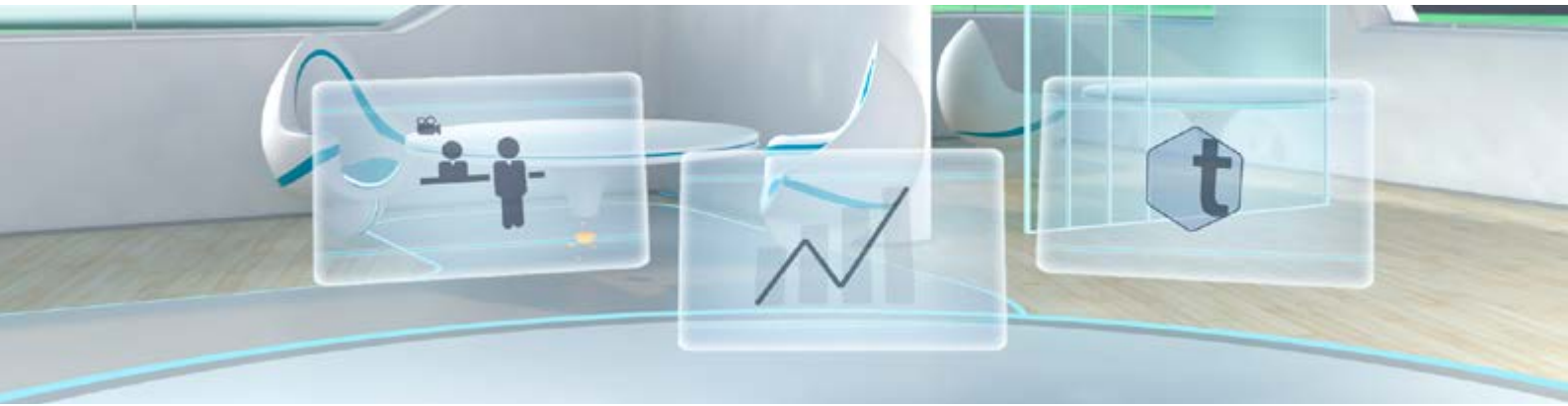
Durante la realización del videojuego...

Un lanzamiento perfecto es la primera piedra en el camino para una formación exitosa. Sin embargo, éste es solo el principio. Durante las horas, días o semanas que tus empleados están inmersos en la realización del videojuego, es necesario que les sigas motivando y ayudando a completar la formación.

Estas son algunas de las acciones que puedes llevar a cabo:

1. **Continúa tu estrategia de comunicación.** Para seguir animando a tus empleados a completar el videojuego, sigue enviando mensajes por email, teléfono, SMS, WhatsApp o cualquier otra herramienta de comunicación. El contenido puede ser un resumen diario con los puntos que el jugador ha obtenido, vidas extras para utilizar en ese momento, un resumen de las lecciones aprendidas la última semana o cualquier otro elemento que complemente la experiencia del videojuego. Todo esto enriquecerá el contenido de la formación, la hará más duradera y mejorará los ratios de finalización.
2. **Supervisa cualquier problema técnico.** Si has seguido nuestro consejo a la hora de elegir a un proveedor con un excelente servicio al cliente, probablemente ya habrás cumplido con esta tarea. Aun así, ayuda a los alumnos que tengan problemas técnicos con el videojuego, asegúrate de que todos pueden acceder sin dificultades y exige explicaciones a tu proveedor en caso de que algo falle.





3. **Utiliza los *rankings* y clasificaciones.** La competencia sana es uno de los mayores incentivos para los alumnos a la hora de seguir avanzando niveles y completar el juego. Es por eso que las clasificaciones y los *rankings*, ligados a personas que se conocen entre sí en el mundo físico, funcionan como una poderosa herramienta de motivación. Puedes enviar todas las semanas un resumen con la clasificación hasta ese momento en el videojuego o incluso poner una pizarra en la oficina para animarles a superarse.

4. **Monitoriza a tus alumnos.** Una de las ventajas del aprendizaje a través de videojuegos (al menos el de calidad) es que vas a poder monitorizar lo que hacen tus empleados durante la formación. Podrás saber en qué pantalla se encuentran, cuánto tiempo pasan en él y dónde tienen más dificultades. Aprovecha esta información para identificar los conceptos más difíciles de aprender (y reforzarlos con ellos en persona) y para ayudar a aquellos alumnos que tengan más problemas para completar el juego.

5. **Utiliza las redes sociales.** Si consigues unir la experiencia dentro del videojuego con el mundo de las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram...) habrás encontrado la receta perfecta del éxito. Sea en grupos privados o públicos, con menciones a la empresa o entre jugadores, si promueves que los alumnos compartan sus éxitos en las redes sociales, seguirás enriqueciendo la experiencia de tus empleados y animándoles a completar la formación.

Cuanto mayor sea la motivación e interacción de los empleados con el contenido, mayor será también su aprendizaje.



6. **Adapta tu videojuego.** Si has optado por un producto personalizado, puedes realizar mejoras en el videojuego en base a la experiencia de los jugadores. Utiliza las cifras que te ofrece la plataforma para identificar errores y mejorar aquellos contenidos donde los alumnos tengan más problemas.

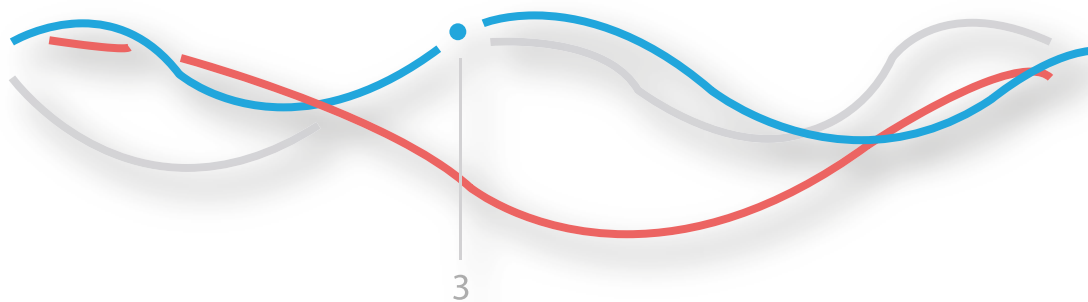
Las clasificaciones y los rankings funcionan como una poderosa herramienta de motivación.



Aprovecha la información que te ofrece el videojuego para identificar los conceptos más difíciles de aprender y para ayudar a los alumnos a avanzar en el juego.



Después del "game over"



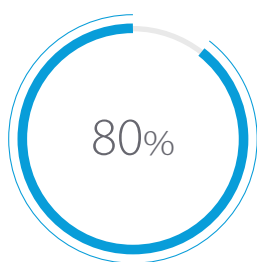
El fin de un programa de aprendizaje a través de videojuegos en tu empresa puede ser el principio de algo mucho más importante. Aprovecha todas las ventajas que ofrece el *game-based learning* para analizar el proceso de aprendizaje, sacar conclusiones y tomar decisiones en el medio largo-plazo. Esta última parte es vital para asegurar el éxito de tu formación.

Entre otras cosas, tras el "game over", no te olvides de:

1. **Hacer encuestas.** Aunque tu plataforma pueda ofrecerte datos, no dudes en hacer todas las encuestas que necesites. Puedes realizarlas nada más acabar el videojuego o algunas semanas después (para ver el impacto en el medio plazo), pero asegúrate de saber lo que piensan tus empleados. Una vez más, no te centres en el formato, sino en la capacidad pedagógica y en lo que han aprendido durante la formación.

2. **Mide los resultados.** Si a la hora de planear la formación ya tenías claro lo que querías enseñar y el impacto que querías producir en tu empresa, ahora ha llegado el momento de comprobar si lo has conseguido. Vuelve a medir los mismos indicadores de antes de la formación y compáralo con los datos después de la misma. También puedes medir las diferencias entre los departamentos que han realizado el programa *game-based learning* y aquellos que no. Estos números te servirán para evaluar el resultado de la formación, pero también para demostrar a tus superiores su efectividad.

Mide los indicadores antes y después de la formación para evaluar el impacto real que ha tenido en la empresa.



Si el 80% de los jugadores ha tenido problemas para pasar uno de los niveles del juego, está claro que debes reforzar esos conocimientos con otro tipo de formación.



Realiza una ceremonia de entrega de premios para recompensar a los que lo han hecho mejor.

3. Identifica nuevos retos y busca soluciones. Aparte de los números, también es importante que extraigas conclusiones de las lecciones que han resultado más difíciles para tus empleados o de aquellas donde se han obtenido las puntuaciones más altas. Si el 80% de los jugadores ha tenido problemas para pasar uno de los niveles (por ejemplo, donde se habla de procesos de devolución de un producto), está claro que debes reforzar esos conocimientos con otro tipo de formación.

4. Recompensa a los ganadores. Como prometiste en el lanzamiento, aquellos que hayan acabado en las primeras posiciones del videojuego deben recibir algún tipo de recompensa: puede ser un pequeño trofeo físico, un viaje con su familia o un cupón de compras en cualquier gran superficie. La idea es fomentar una competitividad sana y recompensar de forma pública el esfuerzo de tus empleados por aprender. Esta entrega de premios puede convertirse en la excusa perfecta para realizar un evento que sirva para cerrar de forma oficial la formación.



5. Debate sobre los contenidos del curso. Los estudios científicos demuestran que los *serious games* aumentan su efectividad si a continuación se organiza un debate entre los jugadores. Las preguntas de partida pueden ser de lo más variadas ("¿Qué has aprendido en esta formación?", "¿Cómo lo aplicarías en tu trabajo?", "¿Qué harías si te encontraras en el mismo lugar que ese personaje?"), pero deben hacer énfasis en su utilidad en el día a día. Este tiempo de análisis y reflexión puede aumentar todavía más el impacto de la formación.

6. Planifica tu próximo programa. Desde la elección de un proveedor de juegos serios hasta el lanzamiento, el seguimiento de la formación o el análisis de los resultados, todo esto debería servirte para sacar conclusiones y pensar en tu próximo plan de capacitación. ¿Se han obtenido los resultados esperados? ¿Se puede mejorar el lanzamiento de alguna forma? ¿Has podido medir los indicadores clave de tu programa de *game-based learning*? En base a éstas y muchas otras preguntas, piensa en si merece la pena repetir esta misma formación, si puedes personalizar de alguna forma los videojuegos o si puedes mejorar su implementación.

Checklist

Implementa con éxito un programa de formación con videojuegos en tu empresa.



1. Cuando elijas tu programa de game-based learning, asegúrate de que...

- ☐ Se **adapta** a tus necesidades
- ☐ Encaja con tu **plan de formación global**
- ☐ Haz un **programa piloto**
- ☐ Se integra en tu **LMS**
- ☐ Está en **todos los idiomas** que necesitas
- ☐ Tiene **servicio técnico y de atención al cliente**
- ☐ Dispone de materiales de **promoción y marketing**
- ☐ Encaja con tu **presupuesto y timing** para la formación
- ☐ ¿Necesitas **personalizarlo**?



2. Para lanzar el programa...

- ☐ Céntrate en el **aprendizaje**
- ☐ **Explica** el funcionamiento del videojuego
- ☐ Lanza una **campaña de comunicación**
- ☐ Crea **grupos**
- ☐ Establece un **límite de tiempo** para acabar el videojuego
- ☐ Establece reglas para conceder **premios**
- ☐ Ten muy claro **dónde** quieres impactar en tu empresa **y cómo lo vas a medir**



3. Mientras tus empleados realizan la formación

- ☐ Continúa la **estrategia de comunicación** en torno al juego
- ☐ **Supervisa** cualquier problema técnico
- ☐ Utiliza **rankings y clasificaciones**
- ☐ **Monitoriza** a tus alumnos
- ☐ Utiliza las **redes sociales**
- ☐ **Mejora o adapta** el videojuego



4. Al concluir la formación...

- ☐ Realiza una **encuesta** para conocer la opinión de tus empleados
- ☐ **Mide los resultados** que ha tenido la formación
- ☐ **Identifica problemas** y busca soluciones
- ☐ **Recompensa** a los ganadores
- ☐ **Planifica** tu próxima formación

Sobre Gamelearn

Gamelearn es la empresa líder mundial en la formación de habilidades a través de videojuegos y pionera en el desarrollo de soluciones *game-based learning*. Con 10 años de experiencia, ha trabajado con más de 1.000 empresas en más de 50 países.

A través de sus soluciones formativas, Gamelearn lleva el aprendizaje al siguiente nivel al garantizar una mayor efectividad de la formación mediante la integración de contenidos teóricos de máxima calidad, avanzados simuladores y elementos de gamificación en un único formato: un curso-videojuego.

Entre los productos que ofrece, están:

Navieros: un completo curso basado en la negociación y la resolución de conflictos.

Triskelion: un sistema para la gestión del tiempo y la mejora de la productividad.

Pacific: un manual, paso a paso, para la gestión de equipos de alto rendimiento.

2100: gestiona hasta 27 situaciones reales de atención al cliente en un serious game 100% customizable.

Si has llegado al final de este *paper*, probablemente te interese:



◇ Descubre más sobre Gamelearn:

<https://game-learn.com/>



◇ Conoce nuestros productos:

<https://game-learn.com/game-based-learning-formacion-corporativa/>



◇ Prueba gratis ahora los videojuegos de Gamelearn:

<https://game-learn.com/solicitar-demo/>



gamelearn

www.game-learn.com