



Game-Based Learning **en acción**



Una combinación
irresistible
cuando se pone
en práctica

2021

tabla de contenido

*Game-based
Learning en Acción*

El mercado del *game-based learning* ya se expandía a buen ritmo antes de la pandemia global de la COVID-19, pero lo ha hecho a un ritmo superior desde la aceleración digital desencadenada por esta. Las expectativas de crecimiento en los próximos años se multiplican y, en el ámbito corporativo, cada vez son más empresas las que prueban las ventajas de una metodología innovadora y adecuada al contexto actual.

En este *whitepaper* nos fijamos en los componentes que convierten al *game-based learning* en una apuesta ganadora no solo en ámbitos académicos, sino también corporativos. En estos últimos nos centraremos y citaremos a profesionales de algunas de las empresas que ya lo utilizan, para comprobar que esta opción realmente funciona, y con éxito, en la práctica.



presentación

¿Por qué hablar de *Game-based Learning* en las organizaciones?

la fórmula ganadora del *Game-based Learning* efectivo

1. El contenido: de calidad y aplicable
2. Una historia y elementos de gamificación que enganchen
3. Simulaciones que permitan un *feedback* personalizado

conclusiones

Una combinación irresistible cuando se pone en práctica

¿Por qué hablar de **Game-based Learning** en las organizaciones hoy?

La aceleración digital experimentada desde comienzos de esta década ha puesto en evidencia la necesidad de renovar los formatos virtuales con los que seguir desarrollando el talento de los equipos. Se ha confirmado, además, la brecha existente en muchas empresas entre lo que esperan sus empleados de la formación corporativa y lo que los departamentos de Recursos Humanos (RR. HH.) les ofrecen.

Muchas compañías han corroborado en este tiempo que la mera traslación de la capacitación presencial a una videoconferencia no es suficiente. Además, el *e-learning* tradicional ha dejado aún más clara su gran debilidad: la falta de *engagement*.

Dadas, por un lado, las preferencias de los empleados en cuanto a formatos digitales y, por otro, las restricciones de los profesionales de RR. HH. en cuanto a gasto y objetivos, está claro que uno de los desafíos esenciales para los responsables de capacitación en las organizaciones a partir de ahora será encontrar el equilibrio en ese tira y afloja.

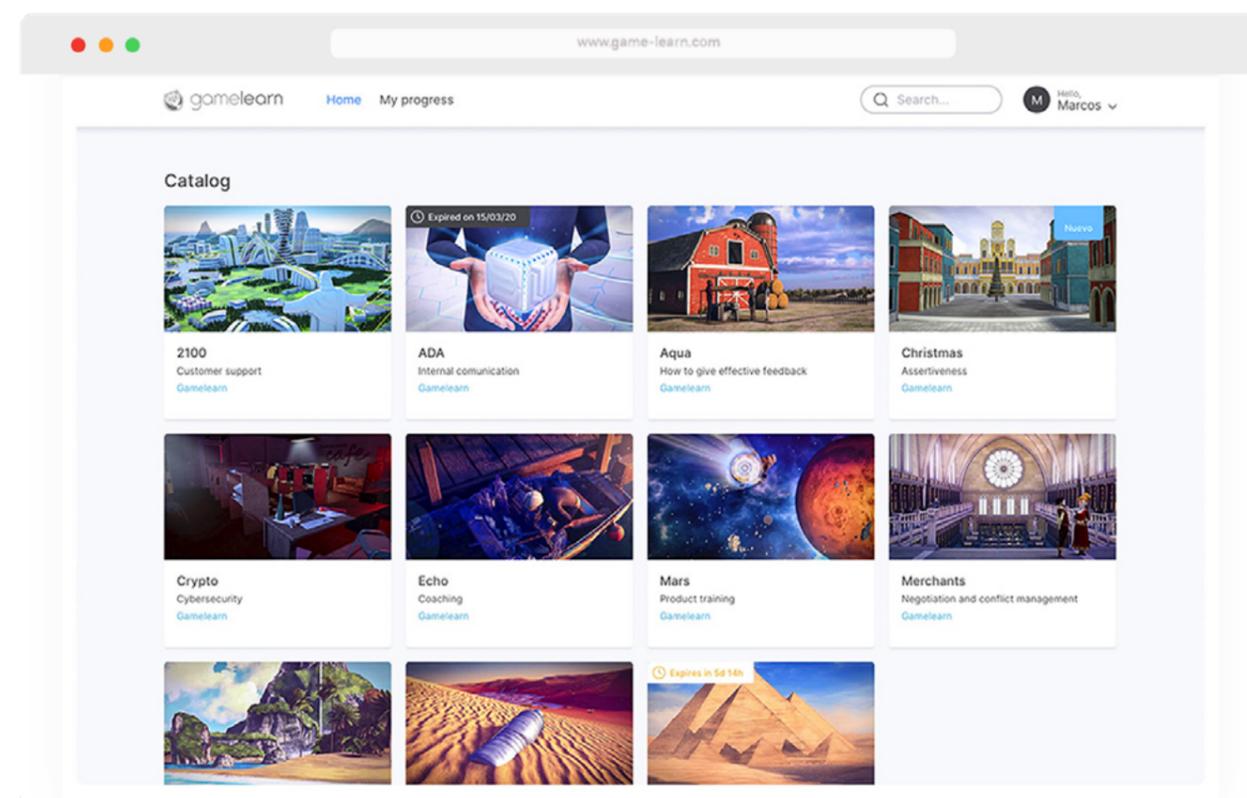
Tal y como explica el informe [Contradicciones de la formación corporativa 2021](#), para los empleados, la formación *online* que reciben tiene como principales desventajas su carácter aburrido (33%) y su falta de interactividad (19%) y de *feedback* inmediato (9%). Por otra parte, más de la mitad de los profesionales de RR. HH. encuestados considera que el aprendizaje sería más eficaz si incluyera simulaciones de situaciones reales.

Uno de los principales retos en la actualidad es, por tanto, dar con el punto medio ideal que satisfaga, por un lado, las expectativas de los empleados y, por otro, los objetivos y necesidades de los departamentos de RR. HH. Estos últimos son conscientes de que necesitan trabajar en formatos más eficientes para la capacitación corporativa, pero cuentan con diversas limitaciones, entre ellas sus presupuestos, habitualmente ajustados.



En ese sentido, muchas compañías que apuestan por la innovación y la digitalización en todos sus departamentos, ya han iniciado su camino y utilizan, desde hace más o menos tiempo, metodologías que avanzan hacia ese punto medio ideal en lo que a capacitación corporativa se refiere. La metodología con más potencial para lograrlo es, sin duda, el *game-based learning*. Con él, los equipos de RR. HH. pueden cumplir sus objetivos formativos y de impacto en el negocio, mientras que los empleados disfrutan de un formato que les engancha, siendo capaces de asimilar y retener lo aprendido mientras juegan.

El videojuego formativo es ya una realidad al alcance de cualquier organización que quiera capacitar a sus equipos de una manera atractiva y eficiente. Por eso, en este *whitepaper* queremos desgranar cuáles son los elementos esenciales que componen la fórmula ganadora del *game-based learning* y cómo la aplican ya muchas compañías. Para esto último, algunas empresas que han implementado o van a implementar los videojuegos de Gamelearn como parte de sus planes formativos han compartido su visión sobre los componentes del *game-based learning* con nosotros.



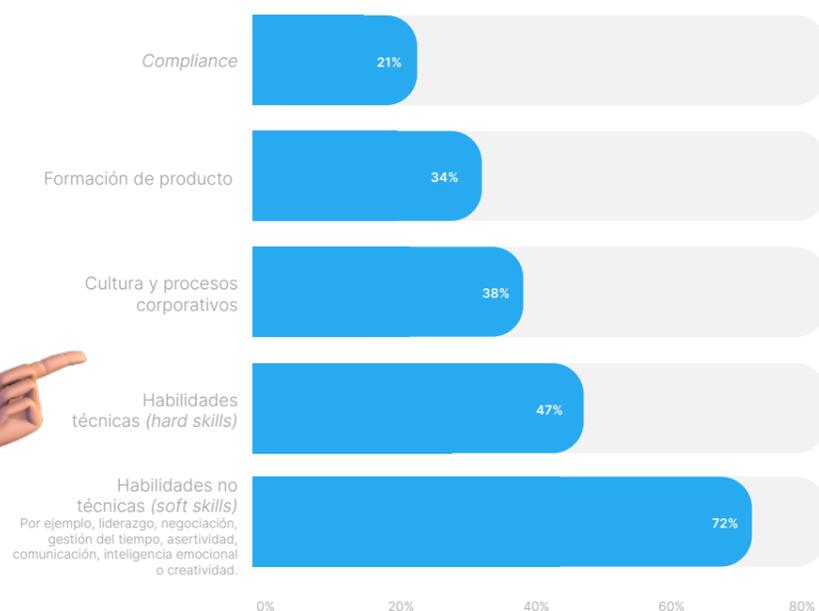
Captura del catálogo de *serious games* de la plataforma Gamelearn.

La fórmula ganadora del Game-based Learning efectivo

- 1 El contenido: de calidad y aplicable
- 2 Una historia y elementos de gamificación que enganchen
- 3 Simulaciones que permitan un *feedback* personalizado

En la encuesta realizada a 1500 profesionales de RR. HH. y trabajadores de distintos sectores a partir de la se elaboró el informe *Contradicciones de la formación corporativa 2021*, se incluyó una pregunta para los em-

pleados relativa al contenido de la formación que recibían en sus compañías. La mayoría de ellos (72%) afirmó haber recibido sobre todo capacitación para desarrollar *soft skills* o habilidades no técnicas. [ver gráfica]



⬆ Datos obtenidos de la encuesta realizada por Gamelearn en diciembre de 2020, a 1500 profesionales de RR. HH. y a empleados de múltiples sectores.



Natasa Basic
FastForward and Management Trainee Program Manager



“Es la combinación de todos los ingredientes lo que hace que los juegos serios sean impactantes, tanto en la experiencia como en el desarrollo del alumno. Empezando por el contenido de calidad para cada habilidad que se está desarrollando, entrelazado con una historia interactiva y gamificación, que hace que el aprendizaje sea más atractivo y divertido, así como el feedback personalizado y los materiales que el alumno puede guardar para referencia futura como recordatorio e inspiración para una aplicación posterior en el trabajo de lo que ha estado aprendiendo y practicando en el entorno simulado”.

Como señala un estudio de IBM citado por el experto en RR. HH. y gestión del talento, [Josh Bersin](#), alrededor de 120 millones de profesionales van a necesitar volver a capacitarse en estos años para enfrentarse al nuevo entorno corporativo. Y la gran brecha no afecta tanto a las habilidades técnicas (principalmente digitales), como a las que tienen que ver con el comportamiento personal o *soft skills*. Los profesionales, por tanto, se ven abocados a trabajar conocimientos cada vez más transversales, como lo son el pensamiento analítico, el aprendizaje activo, la creatividad, el pensamiento crítico, la resolución de problemas complejos, la inteligencia emocional, etc. En definitiva, los que hacen posible atacar las tareas donde las máquinas se muestran aún menos eficaces.

El *game-based learning* es un formato capaz de ayudar como ningún otro a conseguir el

objetivo de desarrollar estas habilidades más demandadas por la mayoría de organizaciones. Los videojuegos formativos de calidad son capaces de favorecer el aprendizaje experiencial de un contenido didáctico de calidad, con una base teórica sólida y casos prácticos relevantes.

Para lograr que los contenidos sean prácticos y útiles para cualquier plantilla de trabajadores es esencial convertirlos en directamente aplicables a la vida real. De ahí que sea clave contar con un buen sustento teórico que nutra y de sentido a las simulaciones de situaciones reales que permitan al ‘jugador’ aprender mientras se sumerge en el videojuego.

En el proceso de aprendizaje no podemos olvidar que los contenidos reinan y los objetivos de aprendizaje siempre estarán ahí, ya sean cognitivos, si se trata de aprender habilidades relacionadas con nuestra com-

preensión de las situaciones; psicomotores, si se trata de aprender una habilidad que requiere de nuestra capacidad motriz, como ocurre en los simuladores de vuelo, o emocionales, cuando nos involucramos afectivamente para trabajar nuevas actitudes.

Los *serious games*, además de una historia que aporte un hilo de seguimiento, de la que hablaremos en el capítulo siguiente, deben contar, por tanto, con contenido pedagógico que el alumno sea capaz de asimilar para cumplir los citados objetivos de aprendizaje. Solo así este mejorará las habilidades profesionales y personales que el programa formativo pretende abordar. La meta es equilibrar la diversión con la función didáctica, el aprendizaje se “encapsula” así en un formato de entretenimiento irresistible. Ese es el secreto.



Darrin Martin
Training and Development Manager
en Volkswagen of America Inc



“El contenido de calidad es lo más importante para un aprendizaje eficaz. Sin contenido de calidad, creo que cualquiera de los otros elementos no tendrá el impacto deseado”.

“Creo que contar historias es el ingrediente más poderoso del *game-based learning*, en mi opinión, y podría tener un impacto increíble para nuestros alumnos. En la industria automotriz, cada recorrido del cliente tiene una historia, y el trabajo de cada empleado es comprender mejor esa historia para poder vender, diagnosticar y dar servicio a los vehículos de manera adecuada. Cuanto mejor trabajemos ayudándoles a familiarizarse con estos conceptos de ‘historia’, ¡más eficaces podrán ser en sus trabajos!”.

La fórmula ganadora del *Game-based Learning* efectivo

- 1 El contenido: de calidad y aplicable
- 2 Una historia y elementos de gamificación que enganchen
- 3 Simulaciones que permitan un *feedback* personalizado

La gamificación y el hilo narrativo están intrínsecamente ligados en el *game-based learning*. Cada juego tiene una historia. ¿Cómo puede un juego de mesa mantenernos ocupados durante horas, moviendo piezas por un tablero, intercambiando fichas o siguiendo pistas? Porque cuenta una historia y queremos saber cómo acaba. El comienzo de la historia ya está definido, pero el final lo determinas cuando juegas.

En Gamelearn, solo hemos tomado ese mismo principio y lo hemos aplicado al mundo *online*. Creamos historias potentes y las gamificamos. Eso es lo que consigue que nuestra amplia variedad de alumnos, con distintos perfiles profesionales y nacionalidades, se involucren en nuestros cursos de capacitación.



Ibrahim Jabary,
CEO of Gamelearn



“En pocas palabras, la gamificación es la introducción de diferentes elementos de juego, como la puntuación, la competencia con otros o las reglas en un entorno tradicionalmente ajeno para fomentar la participación de los usuarios”

LA GAMIFICACIÓN PUEDE CAMBIAR EL COMPORTAMIENTO Y LOS HÁBITOS DE LAS PERSONAS

La mecánica del juego puede convertir cualquier tarea aburrida en una aventura. Cuando se usa correctamente, la gamificación puede incluso [cambiar el comportamiento y los hábitos de las personas](#). Añade una historia atractiva a eso y tendrás una manera infalible de mantener a tus empleados comprometidos y motivados, además de ayudarles a aumentar su productividad y su compromiso con la organización.

La gamificación se ha intentado integrar desde siempre en la educación porque aborda el desafío de hacer que el aprendizaje sea divertido. Esto ocurre porque, siendo realistas, la formación puede ser aburrida. Ver una larga presentación de PowerPoint o leer un enorme texto no son exactamente actividades emocionantes. Sin embargo, no tiene por qué ser así.

La gamificación, como uso de técnicas del juego, hace posible divertirse mientras se aprende. [De hecho, existen estudios que reflejan que el 95% de los empleados disfrutaban utilizando herramientas de gamificación en el trabajo.](#)

Diana Cubero
Talent & People Experience Manager

KIABI
la mode à petits prix

“Las historias, el *storytelling*, es muy importante a la hora de captar la atención de nuestros *kiabers*, para que vivan como protagonistas los juegos. De esta manera, cuando lo aplican en su día a día, con sus compañeros, clientes o equipos, el aprendizaje ha sido interiorizado en primera persona y es más rápido el retorno (personal y profesional)”.



La evidencia en numerosas empresas es clara: la gamificación aumenta el tiempo dedicado a la formación y la tasa de finalización de cursos. Al hacer que el aprendizaje sea divertido e incorporar una historia interesante, los empleados se involucran más en el curso. Quieren conocer el final, seguir jugando hasta terminarlo. El resultado es que pasan más tiempo aprendiendo y retienen más conocimientos, lo que impacta directamente en los resultados de la organización.

No hay duda de que la capacitación que utiliza gamificación y *storytelling* favorece la motivación de los equipos, los hace más comprometidos, capacitados y productivos. Es por eso que muchas compañías ya están empleando esta metodología disruptiva para transformar sus programas de formación corporativa.

Diana Cubero
Talent & People Experience Manager

KIABI
la mode à petits prix

“Cuando una persona se interesa por Kiabi y entra en nuestra web de empleo, lo primero que va a hacer es jugar. En esos juegos calibramos el *fit* cultural de los candidatos a través de su interacción en diferentes mini-juegos. Y una vez que ya son *kiabers*, ponemos a su disposición la gamificación como una alternativa al desarrollo de *soft skills* tradicional”



La fórmula ganadora del Game-based Learning efectivo

- 1 El contenido: de calidad y aplicable
- 2 Una historia y elementos de gamificación que enganchen
- 3 Simulaciones que permiten un *feedback* personalizado

Los últimos componentes del *game-based learning* eficaz son las simulaciones y el *feedback* personalizado. Y en torno a ambos se encuentra el concepto de aprendizaje experiencial: aprender haciendo. El aprendizaje experiencial, como su nombre indica, implica aprender de la experiencia y de la práctica.

Es la evolución del famoso modelo 70:20:10 que se ha consolidado en el sector de la formación en los últimos años. Este modelo fue desarrollado por Michael M. Lombardo y Robert W. Eichinger y su principal premisa es que el desarrollo de una persona puede dividirse en las siguientes tres proporciones:

70%

Aprendizaje experiencial

El 70% del aprendizaje viene de la experiencia.



20%

Aprendizaje social

El 20% se adquiere a través de la observación de los que nos rodea y de los demás.



10%

Aprendizaje formal

El 10% viene de cursos, lecturas y programas estructurados.



Las simulaciones representan el núcleo del “aprender haciendo” porque permiten que el destinatario de la formación se sumerja completamente en el material del curso y experimente las consecuencias o las recompensas de sus acciones, mientras permanece en un entorno seguro. Eso significa que los alumnos son libres de cometer errores y experimentar, pero sin provocar ningún daño real. En última instancia, esto conduce a una comprensión más profunda del contenido y crea una sensación de seguridad y confianza para aplicar ese conocimiento en la vida real.

Las simulaciones promueven el uso del pensamiento crítico y evaluativo. Dado que los resultados dependen de las decisiones que tome el usuario, se anima a este a contemplar las implicaciones de un [escenario](#). La simulación se siente como algo real y conduce a niveles más altos de participación de dicho usuario. Esto le ayuda a comprender mejor los aspectos más complejos del material del curso, al experimentar de primera mano los resultados de determinadas situaciones.



José Antonio Armendáriz
Líder de Capacitación y Desarrollo



“Creo que el *feedback* personalizado es una herramienta útil para llevar a las personas a reflexionar sobre su comportamiento. Practicar una y otra vez, recibiendo *feedback*, permite al usuario adquirir los mensajes clave para ser consciente del cambio de una conducta”.



feedback personalizado

Cuando aprendemos haciendo, es más fácil recibir comentarios personalizados. Como las simulaciones son abiertas, hay muchos resultados posibles. Cuando un jugador toma una decisión, inmediatamente recibe observaciones basadas en esa decisión. Esto significa que el *feedback* que reciben se adapta a esa situación particular en el juego, haciéndolo más relevante para la experiencia personal del usuario.

[Se ha demostrado que el feedback personalizado influye positivamente en los resultados del aprendizaje](#) y aumenta la motivación de los alumnos. Recibir *feedback* personalizado sobre sus decisiones y, especialmente sobre sus fortalezas y debilidades, es clave. Esto refuerza lo aprendido y corrige inmediatamente las equivocaciones, evitando la posibilidad de interiorizar esos comportamientos incorrectos.

Al sumergirse en una simulación realista, los alumnos pueden practicar lo que aprenden y así estar más preparados cuando necesiten implementarlo en el mundo real. Las simulaciones de la realidad son muy importantes en entornos corporativos porque los empleados quieren que lo que aprenden sea aplicable a sus trabajos. Una simulación es la implementación de contenido aplicable dentro de un escenario realista. Esto es fundamental en la formación empresarial, ya que es necesario que los empleados puedan utilizar y tener confianza en las habilidades que aprenden.

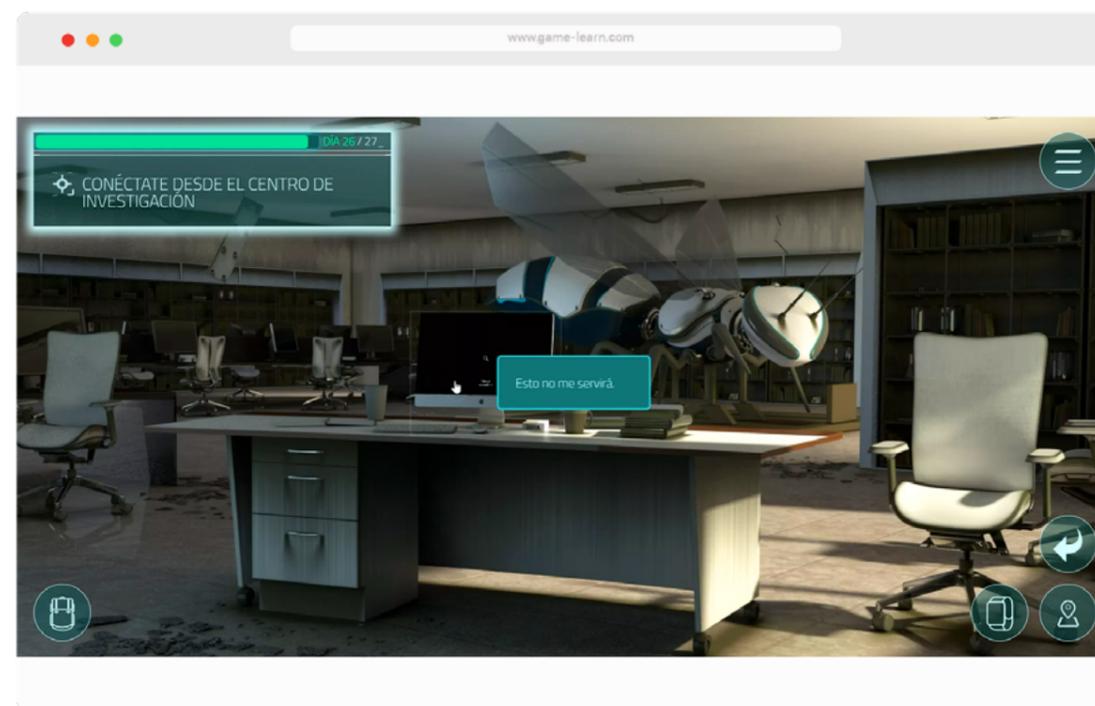
El *feedback* personalizado que acompaña a estas simulaciones sirve para corregir el rumbo. Fomenta el cambio de comportamiento que es necesario para aprender nuevas habilidades e impactar en la organización de manera eficaz.

Claudia Ivette Zepeda Guerrero
Coordinadora de Capacitación

abbvie

“El *feedback* personalizado es uno de los elementos más útiles en la capacitación, ya que es un elemento adicional que los empleados tienen en el momento en que están jugando. Su respuesta a los simuladores de los juegos también ha sido muy positiva; realmente han interiorizado este estilo formativo.”

Una combinación irresistible cuando se pone en práctica



Captura del videojuego formativo ADA, desarrollado por Gamelearn.

En las secciones anteriores hemos comprobado el poder de la fusión de los ingredientes que componen el *game-based learning*, consolidando en sí mismos una metodología que lleva abriéndose paso desde hace años en distintos entornos, incluido el corporativo; pero que en la actualidad experimenta una aceptación y un crecimiento sin precedentes.

El continuo avance tecnológico, que ha permitido perfeccionar los simuladores y la capacidad de interacción de los videojuegos, ha contribuido a democratizar su acceso. Si es evidente la explosión del mercado de los videojuegos de

ocio, es reseñable también la acogida del mismo formato con objetivos didácticos en entornos académicos y profesionales.

Como ya explicamos hace algunos años, el *game-based learning* se ve sometido, al igual que otras aplicaciones tecnológicas innovadoras, a un [proceso progresivo de aceptación](#). Tras la indiferencia, la negación y el período de prueba, llega la aceptación, apoyada por la demostración empírica de la sustancial mejora del *engagement* y de la retención de lo aprendido que recogen numerosos estudios.

MUCHAS ORGANIZACIONES YA ESTÁN COMPROBANDO LAS VENTAJAS DEL GAME-BASED LEARNING.

Los videojuegos formativos se han convertido, así, en una apuesta sólida con la que renovar los programas de capacitación corporativa en entornos cada vez más digitalizados. Muchas organizaciones ya están comprobando por sí mismas sus ventajas. Algunas de ellas, lo dejan patente en este *whitepaper*, a través del testimonio de sus responsables de capacitación, que han visto superada la etapa de aceptación para alcanzar de lleno la del éxito. Ya son capaces de hacer suyo el *game-based learning* digital y adaptarlo a sus necesidades. Reconocen los ingredientes de la fórmula que hemos descrito en detalle y los llevan a su terreno, aprovechando todo lo que esta metodología puede ofrecerles.

El *game-based learning* no es ahora una quimera inalcanzable en la capacitación interna de la mayoría de empresas; todo lo contrario, es una opción realista y asequible que responde a las demandas de los profesionales de RR. HH y a las de sus plantillas, cada vez más digitalizadas, que reclaman una formación virtual que les motive y les sumerja en un aprendizaje experiencial, del que se sientan más protagonistas.



José Antonio Armendáriz
Líder de Capacitación y Desarrollo



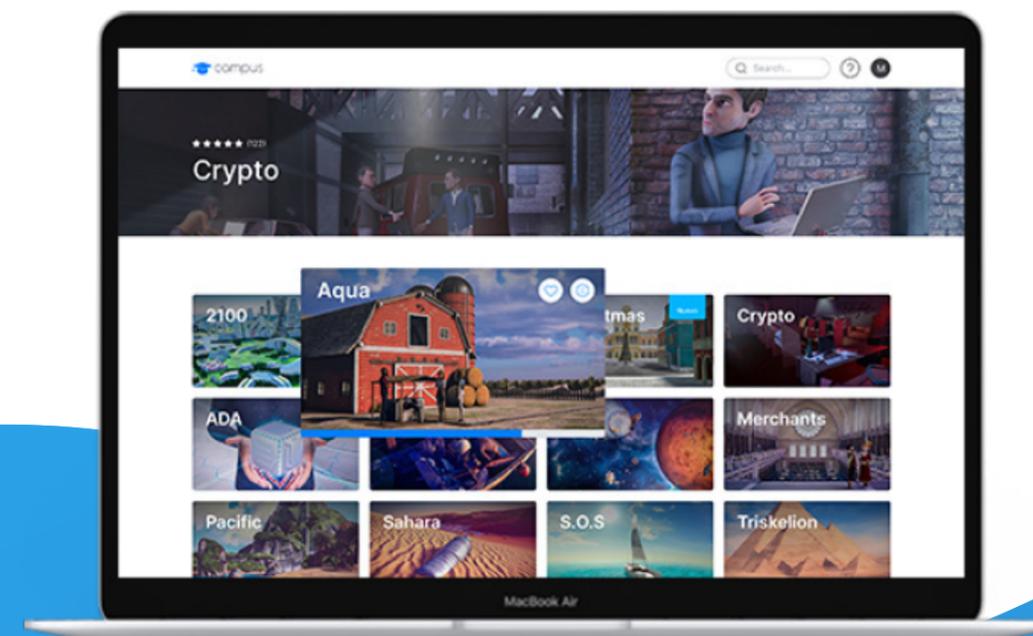
“La mezcla de la práctica con el *feedback*, así como la teoría sobre la que se basan los simuladores, ofrecen una solución 100% adaptada al proceso de desarrollo del usuario, a través de una experiencia de aprendizaje distinta.”



OFRECE A TUS EMPLEADOS
la formación que
esperan ...

... Y A TU ORGANIZACIÓN
los resultados que
necesita

con la plataforma
líder de *game-based learning*



Contacta con nosotros en: info@game-learn.com



gamelearn

www.game-learn.com

