

TENDENCIAS

TRIBUNAS

Gamificación como facilitador y driver de los procesos de gestión de personas

Todo el mundo ha oído hablar ya de la gamificación. Está en boca de todos y todos quieren implantarlo en sus compañías. Y, a pesar de todo lo que se habla de la gamificación, es cierto que todavía suscita algunas dudas, como por ejemplo: ¿cómo y en qué puede aportar valor a mi empresa?, ¿para qué colectivos lo aplico?, ¿realmente funciona?

Camilla Hillier-Fry

Socia

**Ana Lostalé**

Consultora Senior, de PeopleMatters



La respuesta fácil a todas estas preguntas y lo que nos estamos encontrando en la mayoría de las organizaciones es que únicamente aplican la gamificación en la formación. Es decir, se gamifican cursos de formación, ya sean de habilidades o formaciones más técnicas, que se imparten en las empresas a través

de diferentes metodologías como puede ser cómo incluir un sistema de puntos, fomentar cierta competitividad sana entre empleados, incorporar juegos asociados para entrenar determinadas competencias en formato simulación, etc.

Algunas organizaciones, más avanzadas en estos temas, se han metido también a gamificar procesos concretos de gestión de personas como la selección, e incluso la acogida, siguiendo el mismo sistema, en el que el nuevo candidato o empleado puede acceder a una herramienta, por lo general en formato web o app, que le va guiando en el proceso y formando en lo que va a ser su nueva aventura laboral, fidelizando y comprometiendo desde el inicio, mejorando su experiencia de empleado.

Pero es cierto que son pocas las compañías que se plantean llevar la gamificación un paso más allá y replantearse los procesos de recursos humanos en los que cueste más, por norma general, involucrar a la mayoría de los colaboradores. ¿Hasta dónde podemos hacer uso de la gamificación? Estamos hablando de la posibilidad de comprometer y motivar a los empleados con su propio desarrollo, de incrementar la participación y la celeridad a la hora de hacer las evaluaciones de desempeño de los equipos, de trabajar la cultura corporativa y la identificación con los valores e infinidad de posibilidades que nos permite esta metodología.



¿EN QUÉ CONSISTE REALMENTE LA GAMIFICACIÓN?

La gamificación no es más que el proceso de coger algo que ya existe, ya sea un proceso, una web o una app e integrar en ello mecánicas de juego que aumenten la motivación y, por tanto, la participación y el compromiso. La gamificación recoge técnicas basadas en datos que las personas que diseñan juegos utilizan para implicar a los jugadores, aplicando estas técnicas a estas experiencias para conseguir acciones o conductas diferentes que aporten valor. Y todavía podemos ir más allá, ya que la gamificación sirve y está transformando los modelos de negocios, llegando a crear nuevas formas de generar fidelización y un compromiso a largo plazo, impulsando la lealtad de los clientes y empleados. El por qué funciona, engancha y a todo el mundo gusta es muy sencillo: aprovecha la necesidad de motivación, reconocimiento y socialización que existe en las personas de forma innata. Es decir, se trata de una forma atractiva de involucrar.

¿Qué cosas tenemos que tener en cuenta a la hora de gamificar nuestros procesos para que funcionen de manera adecuada? Aquí os damos algunas claves:

1. **Proponer objetivos claros:** establecer objetivos concretos y claros tanto a corto, como a largo plazo para alcanzar las misiones o los desafíos que les dan a los usuarios un propósito para continuar con la interacción y les transmite qué cosas se valoran y son importantes, anclando comportamientos y formas de hacer. Además, esto también nos permite establecer objetivos más allá de los acordados con los managers en cuanto al trabajo del día a día de las personas, ligándolo más a cuestiones sobre valores, cultura, desarrollo, etc.
2. **Evidenciar los logros:** establecer un indicador de logro o dominio de una habilidad es especialmente significativo dentro de una comunidad que entiende su valor. A menudo se utiliza para identificar habilidades y experiencia dentro de un grupo y también nos puede permitir desbloquear niveles más avanzados, misiones, insignias, actividades y recompensas. Adicionalmente, el hecho de recompensar con un sistema de puntaje (puntos, monedas virtuales...) permite al usuario conocer el acumulado, pudiendo tener la opción de comprar bienes virtuales o reales (formación presencial, desbloquear nuevas formaciones, experiencias, etc.). Podemos, además, establecer la ganancia de puntos a través de aquello que queramos fomentar como, por ejemplo, el compartir el conocimiento aprendido con el resto de la compañía, generando comunidades de aprendizaje. Esto, además de posicionar a las personas como referentes o expertos en materias concretas, nos permite como profesionales de los Recursos Humanos, entre otras cosas, obtener un mapa de talento de las competencias o conocimientos que necesitamos en un momento dado, ya que obtenemos el agregado de los resultados de todos los participantes en el sistema.

La gamificación no es más que el proceso de coger algo que ya existe e integrar en ello mecánicas de juego que aumenten la motivación, la participación y el compromiso.

3. **Proporcionar *feedback* rápido:** como usuarios, conseguir respuestas rápidas a nuestras acciones nos anima a continuar e ir ajustando nuestra forma de actuar en función de lo que vaya indicando el sistema gamificado, ya sea a través de notificaciones, mails, etc. Además de las modificaciones que sugiera el sistema, conseguir un *feedback* positivo o una felicitación por lograr un objetivo engancha al usuario hacia próximos hitos, en busca de nuevas recompensas.
4. **Fomentar la transparencia:** la transparencia a la hora de mostrar el nivel de consecución de los objetivos en tiempo real, tanto a nivel individual como a nivel de equipo, no solo fomenta una sana competitividad entre compañeros, sino que también refuerza la conducta para continuar con el proceso. Por otro lado, la transparencia también nos permite mostrar a los miembros del equipo cómo están contribuyendo al éxito del grupo, fomentando la colaboración y el sentimiento de comunidad, dándonos la posibilidad, como gestores de personas, de conectar a los usuarios como un equipo para realizar tareas más retadoras, impulsar la competencia y fomentar el intercambio de conocimientos.
5. **Aprender jugando, aprender haciendo:** quizás este sea uno de los puntos más conocidos y a la vez de los más importantes, ya que se trata de la clave que hace que todo funcione. La gamificación te enseña mientras juegas: los usuarios aprenden haciendo. Las misiones sencillas ayudan a los nuevos usuarios a involucrarse de inmediato a medida que dominan las tareas básicas, en lugar de sentirse confundidos por una interfaz desconocida o un manual detallado, de los que ya están cansados de encontrarse diariamente. Esto nos da la posibilidad de involucrar a la gente con procesos de gestión

que parecen farragosos que muchas veces se quedan abandonados en los cajones por la falta de atractivo, por ejemplo: códigos éticos, código de conducta, manuales de prevención de riesgos, distintos procedimientos corporativos, etc. No podemos olvidar tampoco que para las personas es muy atractivo el poder tomar decisiones, algo que nos permite la gamificación, ya que te compromete con lo que estás haciendo, corresponsabilizando a la persona con el objetivo y dándole la posibilidad de llegar al lugar correcto teniendo cierta libertad a la hora de escoger el camino.

La gamificación tiene infinidad de posibilidades que nos permiten, no solo volver el entorno laboral más atractivo, sino conseguir involucrar más a los colaboradores, generando compromiso y, por tanto, UN impacto positivo en los resultados.