

LA GAMIFICACIÓN Y LA FELICIDAD COMO IMPULSORES DE LA PRODUCTIVIDAD EN LAS EMPRESAS

U

no de los retos más importantes de las áreas de Recursos Humanos es contar con el talento adecuado, motivado y comprometido para asegurar la eficiencia y sostenibilidad del ROI, dentro de un marco de diferenciación, innovación y creatividad que contribuya a incrementar su desempeño, bajo un ambiente colaborativo y positivo a largo plazo.

Para lograrlo, las empresas recurren a innovaciones como la gamificación, tendencia disruptiva que ayuda a los expertos en Recursos Humanos a enfrentar satisfactoriamente dichos retos, incrementando la motivación, el compromiso y la participación activa de los colaboradores en el logro de la implementación de las estrategias.

La gamificación (del inglés *game*) es el empleo de mecánicas de juego en entornos no lúdicos que potencian la motivación, concentración, esfuerzo y fidelización de los colaboradores. Mediante una serie de tareas, los usuarios pueden ganar puntos e insignias, subir de nivel, completar y ganar retos, obtener premios y reconocimientos. La mecánica funciona debido a que promueve la competitividad que todos tenemos cuando jugamos, así nos motivamos por hacer un esfuerzo extra para obtener altos niveles de satisfacción, relacionados con el sentido de logro, recompensa y estatus.



Algunos de los objetivos que se logran con una estrategia de gamificación en Recursos Humanos son:

- ▶ Fidelizar a los colaboradores.
- ▶ Impulsar y generar interés en las tareas que antes parecían aburridas.
- ▶ Optimizar las actividades en las que no existe un incentivo.
- ▶ Contribuir a la mejora continua.
- ▶ Transformar el aprendizaje de forma creativa.
- ▶ Identificar competencias de los empleados o candidatos al enfrentarse a situaciones más confortables.
- ▶ Mejorar el clima organizacional y las relaciones entre los colaboradores.

Algunas aplicaciones de la gamificación:

Reclutamiento y selección: el candidato realiza diversas actividades con componentes lúdicos, por lo que se siente menos presionado, incrementa su grado de comodidad y olvida la tensión de encontrarse dentro de un proceso de selección. Esto permite a la

GOOGLE, PWC Y DELOITTE SON EMPRESAS QUE HAN IMPLEMENTADO CON ÉXITO ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN EN RECURSOS HUMANOS, OBTENIENDO PRINCIPALMENTE MAYOR MOTIVACIÓN, COLABORACIÓN, COMPROMISO Y BIENESTAR DE SUS COLABORADORES.

empresa conseguir mayor información que de otra forma el candidato no revelaría.

Capacitación: el entrenamiento tradicional se transforma en procesos de formación motivantes y dinámicos, con metodologías atractivas, ágiles, divertidas y gratificantes que mantienen a los empleados comprometidos, mejorando la asimilación de conocimientos y generando experiencias positivas; que resultan en el incremento de los niveles de participación, mayor compromiso y ánimo de superación.

Desarrollo: implementando mecánicas de juego se identifican las mejores habilidades y destrezas de los colaboradores, lo que permite descubrir las funciones para las que destacan mejor. Por otro lado, permite implementar actividades reales dentro de un proceso de formación controlado, minimizando la brecha de desempeño.

Cultura organizacional: la gamificación permite a los empleados trabajar en conjunto para lograr cierta meta, afianzando las relaciones entre ellos, fomentando un ambiente laboral de calidad y mejorando la motivación y la productividad.

Comunicación interna: la cultura, valores y objetivos de la empresa se transmiten de manera divertida e interesante, ya que provoca el involucramiento de los colaboradores con los resultados de la empresa y permite su participación en los procesos de mejora.

Salud y bienestar: la gamificación incentiva en los trabajadores una vida saludable, a través de la promoción del incremento de la actividad física, hábitos alimenticios, sueño adecuado y fortalecimiento de la fuerza de voluntad.

Para Implementar una estrategia de gamificación es importante tener en cuenta las claves identificadas por la *Consultoría Gartner*:

Reglas y metas bien identificadas: los colaboradores se sentirán más capaces de alcanzarlas si tienen claridad.

Retroalimentación continua: los ciclos se acortan por lo que el seguimiento del progreso es puntual y específico.

Teoría del flujo: el desafío definido debe situarse en el estado de flujo para que el colaborador se sienta motivado; ya que si es muy sencillo desistirá y se aburrirá, y si es demasiado complicado acabará desmotivándose.





¿QUÉ ES LA GAMIFICACIÓN?

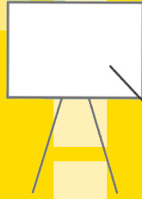
- ▶ Uso de elementos de juego en un contexto no lúdico
- ▶ El juego ayuda a las personas a completar los retos
- ▶ Proporciona incentivos que promueven la participación

¿CÓMO FUNCIONA?

- ▶ Retos y puntos
- ▶ Logros
- ▶ Niveles y *rankings*
- ▶ Tiempo límite
- ▶ Premios

¿POR QUÉ FUNCIONA?

- ▶ Retroalimentación inmediata
- ▶ Divertido e interesante
- ▶ Progreso y motivadores visibles
- ▶ Reta al logro de las metas
- ▶ Conocimiento del equipo



¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS?

- ▶ Incrementa la productividad
- ▶ Es divertido, el premio es el juego
- ▶ Contribuye a la felicidad
- ▶ Alienta la participación
- ▶ Estimulante y desafiante
- ▶ Aprendizaje sin esfuerzo mediante la participación de todo el cerebro
- ▶ Las recompensas conducen a la motivación
- ▶ Permite que se cometan errores



ALGUNOS HECHOS

- ▶ El mercado global de herramientas, servicios y aplicaciones de gamificación se prevé que sea de **5.5 billones** para el 2018 (M2 Research).
- ▶ **63%** de los adultos están de acuerdo en que hacer labores diarias con actividades que incluyan el juego, haría que el trabajo fuera más **divertido y gratificante** (JW Intelligence).
- ▶ Más de dos terceras partes de los empleados consideran a la gamificación como una estrategia para **motivar y mejorar su salud** (Buck Consultants).



Entorno convincente: se debe construir un relato en el que el capital humano se sumerja, permitiendo que se involucren para superar los retos propuestos.

La gamificación contribuye con la felicidad organizacional y personal: sabemos que la felicidad de nuestro personal no depende al 100% de la organización, sin embargo, un colaborador feliz está motivado, es más positivo, desarrolla su talento, es proactivo, da mucho más de sí mismo, se adapta mejor al equipo y a los cambios, es más creativo para solucionar problemas e implementar mejoras, se involucra menos y es saludable. La gamificación contribuye con la felicidad de los colaboradores al reforzar diversos componentes de la psicología positiva que —según Martín Seligman— las personas tienen presentes al sentirse felices, entre ellos:

Compromiso: la felicidad se alcanza a través de experiencias de flujo (*flow*), las cuales se entienden como un estado mental en el que la persona está totalmente inmersa en lo que hace, se siente llena de energía, implicada y capaz de ejecutar la tarea con éxito, además de disfrutarlo enormemente.

Relaciones positivas: se fortalecen las relaciones entre los empleados, fomentando una sensación de apoyo y colaboración, lo cual influye directamente en la percepción de bienestar.

Sentido de logro: los seres humanos tenemos la necesidad de actuar con autonomía y sentirnos competentes, es por ello que establecemos metas. Desarrollar autocontrol y disciplina en busca del éxito nos ayuda a alcanzar la superación y a sacar nuestro máximo potencial.

Una empresa que implementa estrategias adecuadas de gamificación, no sólo contribuye a incrementar la felicidad de los colaboradores, sino que lo convierte en un aliado estratégico que impulsa la productividad de forma innovadora, disruptiva y divertida.



NANCY MARTÍNEZ NAVARRO es Directora General de Live 13.5°. Tiene maestría en Recursos Humanos por la Universidad Tecmilenio.

LIVE 13.5° fue fundada en 2014. Sus áreas de especialidad son felicidad y bienestar organizacional, y gamificación en Recursos Humanos y capacitación.
www.live13punto5.com