

## **El trabajo es un juego mal diseñado y algunas empresas ya se han dado cuenta**

**En la 5ª edición de GWC Conference se presentan las principales innovaciones de la Gamificación aplicada a los Recursos Humanos. Empresas y organizaciones como Belron, KFC, Boehringer Ingelheim, Leroy Merlin, Euroresearch o Aiwin presentarán los resultados de la utilización de la Gamificación con sus empleados.**

La quinta edición de GWC Conference acoge a los principales expertos mundiales en Engagement y Gamificación en Madrid los días 26 y 27 de Octubre. Dentro del programa de esta edición destacan las aplicaciones de la Gamificación y nuevas técnicas de engagement a los Recursos Humanos, con aplicaciones y enfoques pioneros que están demostrando que la Gamificación es capaz de mejorar al aprendizaje y desarrollo de los trabajadores, optimizar los procesos internos de las compañías y crear un entorno laboral más saludable.

El caso de KFC (Kentucky Fried Chicken) en Turquía no es un caso aislado, y muestra una solución innovadora a un problema común en muchas compañías. Ercan Altu? Y?Imaz, experto en tecnologías del aprendizaje en KFC, explicará cómo han utilizado la Gamificación y el juego integrados dentro de una app móvil para facilitar que los nuevos empleados puedan acceder a la información cambiante de la empresa de una forma más ágil. La aplicación, llamada CSL QuizGame, permite a los empleados de KFC mostrar sus conocimientos sobre los procesos de la compañía y ha tenido un impacto muy positivo sobre las métricas de conocimiento de procesos entre los trabajadores de la generación Y de la compañía.

Paul Cornelissen (Training & Development Manager de Belron, el mayor grupo multinacional de reparación de lunas de vehículos), también estará presente en GWC Conference, explicando cómo han combinado el aprendizaje virtual con el aprendizaje en el mundo real a escala global, minimizando costes gracias a un serious game que ha tenido un gran impacto en los más de 26.000 empleados de la compañía en todo el mundo.

La dinamización de procesos de Recursos Humanos a través de la gamificación no es igual en todas las empresas pues depende del perfil y cultura del colectivo de empleados. Es por ello que Euroresearch ha desarrollado Play&ER, una herramienta capaz de generar un mapa motivacional de cualquier organización, permitiendo determinar retos, misiones y emociones que generan compromiso o motivación en los empleados. Euroresearch presentará esta útil herramienta en GWC Conference aplicándola sobre los propios asistentes de la conferencia, permitiendo generar un perfil motivacional de los asistentes. Según palabras de Sonia de Ansorena, de Euroresearch, "en nuestros proyectos gamificados, el protagonista no es el juego, sino nuestros players o empleados. Conocer el colectivo con el que vamos a trabajar, su motivación intrínseca, su cultura, su grado de aceptación y manejo de las nuevas tecnologías, incluso su negocio y procesos de trabajo, es fundamental para que el diseño suponga un verdadero enganche hacia la consecución de los retos del negocio. Trabajamos con elementos de juego que generan motivación intrínseca, huyendo de aquellos elementos de efecto a corto plazo y que solo generan motivación extrínseca (puntos, premios, rankings, etc)".

Otra de las aplicaciones que se presentarán en el GWC Conference 2016 es retaME, un juego tipo trivial, utilizado por más de 200 empresas en todo el mundo, en sectores muy diversos como Farma, Retail, Moda, Cosmética, Alimentación, Banca y Seguros, entre otros. La principal finalidad del juego es aumentar el conocimiento del jugador, de una forma divertida y medible. Los jugadores son, en ocasiones, todos los empleados de la compañía, los cuales se forman en valores y cultura de la misma. En otras es la fuerza de ventas de la propia empresa o del canal de distribución. Y cada vez más es el consumidor final, el cuál conecta de una forma más atractiva y remarcable con la marca o producto, lo que hoy en día se conoce como "consumer engagement". "Los números hasta la fecha son sorprendentes: más de 50.000 jugadores con más de 20 millones de preguntas contestadas", según palabras de Jaume Juan (CEO de Compettia).

La farmacéutica Boehringer Ingelheim también apuesta por la digitalización de la industria de forma pionera, proponiendo nuevas fórmulas para la utilización adecuada de nuevos canales de interacción con clientes y a través de sus empleados. Centrados en "focus on people" (el foco en las personas). Rosa María Lopez, Multichanneling Manager de Boehringer Ingelheim será la encargada de presentar las propuestas de este enfoque.

Según palabras de Sergio Jimenez (CEO de Aiwin y co-fundador de GWC Conference), "el trabajo es un juego mal diseñado y algunas empresas ya se han dado cuenta, es por ello que los Recursos Humanos es una de las áreas donde se está aplicando la gamificación con una mayor tasa de éxito". "Motivar el talento de las organizaciones no es dar palmaditas en la espalda, es dar motivos, y en el juego encontramos nuestra inspiración, y con ese enfoque, desde Aiwin en este último año hemos implantado soluciones basadas en el juego en las principales empresas españolas con distintos objetivos que van desde el desarrollo del talento hasta la mejora del compromiso de los empleados. Nuestras previsiones apuntan a que para 2020, más del 50% de las grandes empresas en España habrán integrado algún tipo de solución basada en el juego en sus procesos relacionados con los Recursos Humanos".

Durante el GWC Conference 2016 también se tratarán otros temas relacionados con los Recursos Humanos y la gamificación, como un taller impartido por Pete Jenkins (Gamification+ Ltd) acerca de cómo la gamificación puede mejorar el modelo 70/20/10 de aprendizaje corporativo, o el taller impartido por An Coppens (Gamification Nation) acerca de cómo debemos de tener en cuenta las diferencias entre géneros a la hora de definir experiencias basadas en el juego u otro tipo de experiencias de usuario.

#### Sobre GWC Conference

GWC se fundó en 2011 por las empresas Aiwin y BrainSINS, como punto de encuentro internacional para empresas y profesionales interesados en el uso del juego en áreas como el engagement con clientes, la mejora de productividad de los trabajadores, la innovación en educación y salud. Tras 4 exitosas ediciones anuales, GWC se ha establecido como el punto de encuentro internacional tanto en número de asistentes (1.200 en la edición de 2015) como en generación de oportunidades de negocio, desarrollo de nuevas soluciones y exposición de casos de éxito y know-how.

En esta nueva y 5º edición, recogiendo las sugerencias de asistentes y empresas participantes y asistentes de ediciones anteriores, han avanzado para convertirse en GWC, la mayor conferencia internacional focalizada en digital engagement.

En esta edición se expande el alcance e interés desde la Gamificación a otras áreas relacionadas como el CRM, otras aplicaciones de los juegos en negocios, Marketing Automation, etc y todo lo relacionado con employee engagement, customer engagement, social engagement and society engagement, incluyendo Educación y Salud.

Datos de contacto del GWC16

- Correo electrónico: [press@gamification.world](mailto:press@gamification.world)
- Web: <http://www.gwc-conference.com>
- Twitter: <https://twitter.com/gamiworldcon>
- Hashtag oficial de esta edición para las redes sociales: #GWC16
- Fotografías y material gráfico del #GWC15: <https://goo.gl/W0xl2C>

**Datos de contacto:**

José Carlos Cortizo Pérez  
679950776

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>