

La gamificación aterriza en el Ibex 35

Empresas líderes como BBVA, Bayer, Heineken o Indra comienzan su andadura en el mundo de los videojuegos corporativos con un objetivo claro: mejorar el rendimiento de sus profesionales

Crear experiencias virtuales que permitan sacar a sus profesionales de la zona de confort. Esto es lo que se han propuesto varias empresas del Ibex 35 para incrementar las habilidades y competencias de las personas que conforman sus plantillas.

Los procesos de gamificación están en auge dentro del mundo empresarial. Esta técnica de aprendizaje/desarrollo traslada la mecánica de los videojuegos al ámbito profesional con el fin de conseguir mejores resultados, ya sea para que sus participantes adquieran unos conocimientos concretos, o para que desarrollen alguna habilidad, entre otros muchos objetivos.

Gamificación corporativa a medida y desarrollada en España

Psicosoft es la consultora española de RRHH que se sitúa actualmente a la vanguardia de la creación y el diseño de soluciones de gamificación para empresas. “Nos apasiona acompañar a nuestros clientes en el actual entorno de incertidumbre y cambios constantes, siendo fieles a nuestro propósito: crear soluciones de valor, innovadoras y sencillas, de implementar para sacar lo mejor de los mejores, transformando a las personas”, explica Jacobo Quintáns, Director de Tecnología de Psicosoft.

Psicosoft diseña todo tipo de soluciones de gamificación como, por ejemplo, el apasionante Escape Room online que se creó para Heineken a modo de onboarding online (proceso de acogida corporativo). En este juego corporativo, la ficticia Doctora Beer, se convertía en la anfitriona que guiaba a los nuevos profesionales a resolver todos los enigmas propuestos y que, al mismo tiempo, éstos pudiesen familiarizarse y conocer toda la historia y esencia de la empresa cervecera holandesa.

Otro gran ejemplo se encuentra en el videojuego diseñado para BBVA, que tenía como objetivo concienciar a sus profesionales sobre la importancia de la ciberseguridad en todos los procesos laborales. El videojuego se ambientó en un mundo vikingo y resultó ser un éxito absoluto para la empresa, que mejoró sus prestaciones a nivel de seguridad informática.

Para las empresas financieras se han diseñado también soluciones gamificadas con formato storytelling, en los que el protagonista profundiza en el ámbito de la prevención del blanqueo de capitales.

Las claves del éxito en las soluciones de gamificación

Jacobo Quintáns, Director de Tecnología de Psicosoft, comparte que “en nuestra empresa se trabaja sobre 3 ámbitos: elearning (siendo uno de los principales proveedores a nivel mundial de BBVA), presencial (incorporando la gamificación en escenarios físicos como workshops o convenciones) y remoto (enriqueciendo con diferentes recursos las herramientas existentes en el mercado tipo TEAMS,

ZOOM, WEBEX... y logrando que los eventos virtuales sean cercanos, emocionantes e interactivos”).

“En ese sentido, y a modo de ejemplo, la compañía ha dinamizado una reunión de ciclo virtual con la farmacéutica TEVA con más de 130 delegados empleando un Escape Room en remoto. En este caso, los participantes avanzan a lo largo de una serie de habitaciones, conducidos por la figura de un ‘GameMaster’ de Psicosoft, resolviendo enigmas y compitiendo por ser los primeros en el ranking”.

Además, Quintáns descubre que “a lo largo del mes de diciembre tenemos previsto gamificar diferentes eventos navideños digitales. Más de 300 profesionales de AVON de España y Portugal van a vivir un momento lúdico y de socialización en un evento virtual con efecto WOW!”.

Al servicio de la innovación tecnológica

Psicosoft trabaja actualmente sobre otras herramientas vanguardistas. La consultora de RRHH ha desarrollado una experiencia inmersiva en la que el participante se convierte en el director de una compañía, mediante el uso de la tecnología de Realidad Virtual.

El participante debe tomar decisiones en tiempo real de manera interactiva en este entorno simulado. Sus decisiones son registradas y evaluadas a través de la metodología Etray, aportando al finalizar la experiencia un informe en el que se pueden visualizar las fortalezas y áreas de mejora del profesional en determinados comportamientos en función de sus respuestas.

Quintáns destaca que “en Psicosoft ponemos nuestra creatividad al servicio de las compañías. Por ejemplo, con la solución de Voice Assessment situamos al profesional en un entorno nuevo, de bajo conocimiento y experiencia. Se trata de una prueba de interacción con el dispositivo Alexa que respeta los criterios de fiabilidad y validez, tanto aparente como predictiva, y que forma parte de la resolución de un Business Case, otorgando un mayor realismo a la situación por su cercanía con la nueva realidad de las organizaciones.

El participante debe conversar con el Asistente Virtual para conseguir información del Caso, con la que posteriormente dará solución al mismo. Recientemente, profesionales de ING afrontaron esta experiencia extrayendo como feedback que es una fórmula muy potente para comprobar la respuesta emocional y adaptabilidad de sus profesionales ante entornos nuevos, digitales y disruptivos.

Las empresas están más concienciadas que nunca

Esta apuesta por la innovación y la búsqueda constante de nuevos formatos y metodologías ha enganchado a miles de profesionales de grandes compañías a nivel mundial como BBVA, Mediaset, Indra, Bayer, Bankia o EY. Invierten en cada solución una media de 1000 horas en conceptualización, diseño instruccional, diseño gráfico, programación y pruebas. Esto les permite ser muy fiables y muy rápidos en la entrega de proyectos.

El hecho de trabajar de manera virtual y multiidioma favorece que la consultora Psicosoft, con más de

34 años de experiencia, pueda desarrollar proyectos virtuales con compañías de diferentes continentes. De ahí que actualmente Psicosoft esté inmersa en un intenso proyecto de internacionalización y ya haya llegado a alianzas con consultoras de Estados Unidos, Portugal, Brasil, Reino Unido, Italia o Perú. “Nuestras soluciones digitales hacen protagonistas de las mismas a los profesionales independientemente de donde se encuentren físicamente. Hemos logrado darle color y ‘calor’ a este tipo de escenarios en remoto que han venido para quedarse”, explica Jacobo Quintáns.

Datos de contacto:

Raquel Gómez - Kohl Comunicación
915980840

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

Categorías: [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Gaming](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>