



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

GAMIFICACIÓN EN ECUADOR: ¿LOS JUEGOS PUEDEN SER PARTE DE  
PROCESOS EDUCATIVOS Y LABORALES?

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciada en Periodismo

Profesora Guía  
Andrea Paola Miño Viteri

Autora  
Carolina Estefanía Ponce Lara

Año  
2017

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Andrea Paola Miño Viteri

1712994183

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Ramón Alberto Murillo Ortiz

0921759593

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Carolina Estefanía Ponce Lara

1722904461

## **AGRADECIMIENTOS**

En el proceso de mi formación profesional existen muchas personas a las que doy las gracias por estar a mi lado.

Agradezco infinitamente a mi madre, que me ha enseñado siempre a luchar por mis sueños y seguir adelante a pesar de cualquier obstáculo.

A mi hermana, por ser siempre mi compañía, mi apoyo en todo momento, y la razón querer convertirme en un ejemplo a seguir.

A la persona que ha estado a mi lado durante todo este tiempo, por su paciencia y apoyo para salir adelante.

A mis amigos, por su ayuda en todo momento de mi carrera y de mi vida.

A muchos de mis profesores, por ser francos y tener amor por enseñar. Gracias a ellos he llegado al final de este camino.

## RESUMEN

Este trabajo es una investigación sobre la situación actual de procesos de Gamificación y Ludificación en Ecuador. El objetivo se enfoca en dar a conocer las características e implicaciones de procesos y prácticas que se llevan a cabo en los centros educativos y empresas del país.

Para esto se realizaron entrevistas a compañías que se encargan de brindar talleres de Gamificación a empresas e instituciones y se entrevistó igualmente a quienes aplican este tipo de metodología en los talleres para sus colaboradores. De igual manera se entrevistó a empresas que han implementado ambientes lúdicos para el día a día de sus miembros.

Por otro lado, se hizo un acercamiento a la aplicación de la Gamificación y Ludificación a nivel de escuelas y colegios. Se entrevistó a directores y docentes que dirigen instituciones con metodologías lúdicas y gamificadas y se observó de cerca la implementación de las mismas. Por último, se realizó una clase modelo aplicando las mecánicas de la Gamificación a docentes universitarios, con el fin de inculcar y fomentar la metodología.

Como resultado de esta investigación se determinó que en Ecuador la Gamificación cada vez es más aceptada y se encuentra en marcha con proyectos que han ido expandiéndose de a poco gracias a los resultados positivos que han obtenido.

## **ABSTRACT**

This investigation is about the current state of Gamification and Ludification processes in Ecuador. The aim is to present the characteristics and implications of Gamification's processes and practices carried out in schools and companies in the country.

Companies that provide Gamification workshops to other companies and institutions; and workers, who apply this type of methodology in workshops, were interviewed for this investigation. The interviews were also applied to companies that have implemented playful environments for their workers daily activities.

On the other hand, there was an approach to the application of Gamification and Ludification in schools and colleges. Directors and teachers were also interviewed as a way to show institutions with these types of methodologies and observed their implementation. Finally, a model class was carried out to university teachers, applying the mechanics of Gamification, in order to introduce and foment the methodology.

In conclusion, Ecuador is a country where Gamification is becoming more accepted and is underway with projects that have gradually expanded, thanks to the positive results this methodology has achieved.

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN.....  | 1  |
| 1. Tema del reportaje.....   | 2  |
| 2. Objetivo del reportaje multimedia .....   | 2  |
| 3. Justificación de selección del tema.....  | 2  |
| 4. Antecedentes y contextualización del tema .....   | 3  |
| 5. Marco teórico.....  | 6  |
| 5.1 La Gamificación.....   | 6  |
| 5.1.1 La Gamificación como metodología.....  | 6  |
| 5.1.2 Gamificación del aprendizaje.....  | 7  |
| 5.1.3 Gamificación empresarial .....   | 7  |
| 5.2 La Ludificación.....   | 8  |
| 5.2.1 Comunidades de aprendizaje .....   | 8  |
| 5.3 Gamificación versus ludictadura .....  | 9  |
| 5.4 Enfoque praxeológico .....   | 9  |
| 5.4.1 Sistematización de experiencias educativas a través del enfoque<br>praxeológico..... | 9  |
| 5.4.2 Pedagogía praxeológica .....   | 10 |
| 5.5 Aprendizaje experiencial .....   | 11 |
| 5.5.1 Educación experiencial.....  | 11 |
| 6. Fuentes utilizadas .....  | 13 |
| 6.1 Fuentes documentales.....  | 13 |
| 6.1.1 M2 Research.....   | 13 |
| 6.1.2 BBVA-Innovation Center .....   | 13 |
| 6.1.3 The business of Gamification .....   | 14 |
| 6.2 Fuentes personales .....   | 14 |
| 6.2.1 Entrevista a Brandon Abril Ávila .....   | 14 |
| 6.2.2 Entrevista a Moisés Arcos. ....  | 14 |
| 6.2.6 Entrevista a Tobías Gorris.....  | 16 |

|  |    |
|--|----|
| 6.2.7 Entrevista a Edgar López. ....               | 16 |
| 6.2.8 Entrevista a Florencia Peker.....            | 16 |
| 6.2.9 Entrevista a Pamela Vinueza.....             | 17 |
| 7. Principales hallazgos de la investigación ..... | 17 |
| 8. Conclusiones de la investigación .....          | 28 |
| 9. Estructura del reportaje y sus elementos .....  | 31 |
| REFERENCIAS .....                                  | 39 |
| ANEXOS.....  | 42 |

## INTRODUCCIÓN

La Gamificación es un modelo metodológico que se realiza a través de técnicas de juego aplicadas a procesos de educación, ámbito laboral y otros. Desde hace aproximadamente 10 años, las grandes empresas empezaron a incursionar en este sector para lograr una mayor expansión de su marca, así como mejorar la producción. De igual forma, escuelas y colegios han aplicado técnicas de gamificación y ludificación en las aulas de clase. Estos métodos, junto con el aporte tecnológico, se han convertido en un cambio significativo en los métodos de enseñanza a nivel educacional y empresarial.

Esta investigación se centra en determinar y dar a conocer las características e implicaciones de los procesos de gamificación tanto en centros educativos, como en empresas del país. De esta manera podrán conocerse las ventajas y problemáticas que se han presentado a lo largo de su implementación a nivel nacional.

La investigación parte de la tendencia actual que ha llegado desde varios lugares del mundo hasta América Latina. Tal es el caso de que en países como Ecuador, México, Panamá, Colombia, Perú, Bolivia y Chile ya se han implementado procesos tanto de gamificación, así como de ludificación y aprendizaje experiencial en empresas. A pesar de que no se ha identificado un programa determinado dentro de las escuelas, existen proyectos independientes que están incursionando en metodologías basadas en juegos aplicables a las aulas de clase. En el Ecuador, este método está en un proceso de desarrollo e implementación.

## **1. Tema del reportaje**

Gamificación en Ecuador: ¿los juegos pueden ser parte de procesos educativos y laborales?

## **2. Objetivo del reportaje multimedia**

Esta investigación tiene como objetivo dar a conocer las características e implicaciones de procesos y prácticas de Gamificación y Ludificación en centros educativos y empresas del Ecuador. Así como evidenciar el debate actual de ventajas y problemáticas que se presenta en el país respecto a esta nueva tendencia. Para llegar a un nivel más profundo, este trabajo busca también experimentar las mecánicas de Gamificación al aplicarlas a una clase modelo.

## **3. Justificación de selección del tema**

La primera vez que apareció el término gamificación como tal fue en 2003 por Nick Pelling. Sin embargo, no fue reconocido hasta el 2010, año en el que las empresas empezaron a usarlo.

Alrededor del mundo, la Gamificación es actualmente considerada como el futuro del aprendizaje y la educación. Los estudios que se han realizado hasta ahora demuestran que, tanto en escuelas como en empresas, esta metodología de trabajo ha conseguido un mayor aporte por parte de estudiantes y empleados. Esta característica ha llevado a que varios países sigan el ejemplo de las grandes empresas que, hasta hoy, continúan teniendo ingresos de la implementación de estos procedimientos.

En el Ecuador, no se conoce de proyectos que hayan implementado la metodología de gamificación como tal. Sin embargo, existen varios métodos que han llegado tanto desde el exterior, así como otros que se han desarrollado de forma personal. Están ciertas empresas que han diseñado Apps o que han

decidido optar por viajes junto a sus miembros, para reducir el nivel de estrés y aumentar la productividad. Y, en cuanto a escuelas, la tecnología ha sido el principal indicador de un aprendizaje gamificado, además de pequeños emprendimientos dispersos. Por ello, es importante realizar la investigación sobre la Gamificación en el Ecuador por la falta de información al respecto y al ser un tema relevante en el ámbito de educación y a nivel empresarial.

#### **4. Antecedentes y contextualización del tema**

El término gamificación fue concebido por Nick Pelling en el 2002 como la “aplicación de diseño acelerado de interfaz de usuario similar a un juego para hacer que las transacciones electrónicas sean agradables y rápidas”. Pero fue en el 2010 cuando se dio a conocer a través de la gamificación en los negocios y empresas.

Grandes empresas utilizan la gamificación como estrategia de retención del consumidor. Un ejemplo es Nike, empresa que empleó la gamificación para promocionar su marca en el 2006. Nike + es una aplicación que mide la distancia recorrida, la velocidad y el tiempo al correr, y está diseñada para motivar a los usuarios a llevar un estilo de vida saludable. A partir de la incorporación de estos procedimientos, en el 2006 la marca Nike controló el 47% del mercado de zapatos para correr, en 2007 el 57% y el 61% en el 2009. Del 2007 al 2013, Nike+ pasó de tener 500 000 a 11 000 000 miembros, y las cifras continúan en aumento (Kuo, 2015).

De igual forma está la marca Starbucks, que en el 2009 lanzó *My Starbucks Rewards*, una aplicación móvil que ofrece un pago ágil e incentivos para el consumidor frecuente. Los incentivos se basan en monedas de oro e insignias que recibe el usuario por cada vez que realiza una transacción a través de la app, las cuales le permiten acceder a promociones como bebidas ilimitadas por un día. Esta estrategia le ha dado a la marca ingresos de \$2,65 billones hasta el 2016 (McEachern, 2016).

En México, a partir del 2013 se implementó *Credilikeme*, un proyecto de gamificación destinado al ámbito financiero y de seguros. *Credilikeme* es un servicio de préstamos 100% en línea que presta desde \$150 hasta \$1.000 con un máximo de seis meses de reembolso. La implementación del proyecto consiste en llamar a los clientes 'jugadores', incluso al momento de tratarlos dentro de la empresa. A través de una empresa desarrolladora de juegos, se realizó una App Financiera para web y para teléfono móvil que sea divertida, pero a la vez lo suficientemente seria como para representar a una compañía de crédito.

La estrategia de precios cambió para que, por ejemplo, los jugadores de nivel uno paguen una tasa mensual de 15% y los de nivel 6 del 5%. Con el tiempo, los usuarios van creando niveles de confianza entre los 6 existentes, a partir de ello cada usuario tiene su perfil con insignias, trofeos y el nivel de confianza alcanzado (Credilikeme, GWM, 2015).

*Bluerabbit* es otro proyecto de gamificación desarrollado en el 2015 en México que consiste en convertir al aprendizaje en una experiencia gamificada al transformar las clases en distintas aventuras. Es decir, hace que la clase tenga las cualidades de un juego, sin convertirlo en uno. La plataforma determina que dentro de la educación existen dos posibilidades para gamificar: el sistema de seguimiento de datos y el plan de estudios de las clases. *Bluerabbit* vincula ambas opciones y ofrece una plataforma con mecanismos de juego y la posibilidad para el profesor de agregar su currículo a su gusto (Bluerabbit, GWM, 2015).

Actualmente el proyecto cuenta con 420 estudiantes involucrados, cuyo desenvolvimiento se ha visto reflejado en un 300% más de entrega de proyectos en clase y un trabajo más rápido. De esta manera, la metodología a través de desafíos, misiones, etc., permite que el profesor se convierta en un guía para sus alumnos y que ambos sean responsables de su educación (Bluerabbit, 2015).

Por otro lado, en Brasil se desarrolló un proyecto de gamificación en base a recreación y entretenimiento que se lanzó en el 2014. *Street Crosser* consiste en un juego multijugador de tipo frogger donde el objetivo es cruzar una calle bastante traficada, consiguiendo puntos adicionales si ayudan a cruzar a otros peatones. La dificultad del juego va en aumento al incrementar la cantidad de coches, aumentando el peligro al cruzar las calles congestionadas. El objetivo de *Street Crosser* es concientizar a los usuarios sobre el riesgo de sufrir un accidente de tránsito con peatones, el cual es la causa número uno de muerte en São Paulo (*Street Crosser*, GWM, 2014).

Siguiendo con Latinoamérica, a partir del 2015 se implementó en Argentina una plataforma de gamificación enfocada en información y comunicación. *Uptivation* es una herramienta con soporte móvil que permite monitorear los logros individuales y de grupo dentro de una clase a través de la metodología de gamificación. La herramienta está disponible en la web para ingresar a través del teléfono móvil, la computadora o la tablet. El manejo de 'usuarios', 'aplicaciones', 'logros', etc., van de acuerdo a cada organización. De esta manera, el usuario puede acceder a apps con desafíos a cumplir, con los cuales obtiene puntos y, consecuentemente, aumenta el nivel (*Uptivation*, GWM, 2015).

En el Ecuador, el Ministerio de Educación propuso el uso de teléfonos celulares durante las clases con un fin educativo a partir del 2014. Una publicación del diario *El Comercio* indica que en Guayaquil, la Unidad Educativa Lemas, implementó iPads como herramientas de uso educativo desde el 2012 con el objetivo de garantizar la interiorización de contenidos. (*El Comercio*, 2014)

De igual forma, el Centro de Tecnologías de la Información de la Espol señala que programas como Moodle y Canvas permiten la creación de comunidades de aprendizaje. El departamento de Educación de Microsoft Ecuador aseguró que este tipo de herramientas facilitan el proceso de aprendizaje a través de experiencias didácticas. Microsoft cuenta con programas como Microsoft Math, para ciencia y matemáticas. Apple cuenta con más de 65 000 aplicaciones

empleadas en aprendizaje, tales como DragonBox Algebra (prácticas) y Heart Pro III (anatomía).

En Cuenca, Ecuador, Brandon Abril Ávila, docente de la Unidad Educativa Particular CEBCI, propuso como proyecto 'El uso del diseño de juegos en un contexto educativo'. Este proyecto, aplicado a sus clases, tiene como objetivo contextualizar e implementar las herramientas y métodos empleados en el diseño de juegos.

La propuesta nace a partir de la necesidad que tienen los profesores de desarrollar las destrezas y habilidades de sus estudiantes a través de nuevos métodos de enseñanza. De esta forma, la motivación de los estudiantes por aprender se consigue a partir del uso de recursos pedagógicos y las TIC. El diseño de juegos es entonces enfocado en el usuario y busca crear experiencias mediante mecánicas y pensamientos de juego. Finalmente, se genera un modelo de clase en el que el objetivo pasa a ser generar experiencias para el estudiante.

## **5. Marco teórico**

### **5.1 La Gamificación**

#### **5.1.1 La Gamificación como metodología**

Esta investigación se enfoca en la metodología de gamificación que actualmente se aplica dentro de ciertas empresas e instituciones educativas. Para ello es importante entender qué implica un proceso gamificado. La Gamificación es definida como "el uso de mecánicas y dinámicas de juego con el fin de conseguir un comportamiento determinado" (MacMillan en Lee y Hammer, 2011, p.1) Es decir, aplicar las reglas de un juego ya sea dentro de un aula de clase para el aprendizaje, así como para motivar a los trabajadores de una empresa en sus tareas.

### 5.1.2 Gamificación del aprendizaje

En lo que respecta a la gamificación del aprendizaje, para Lee y Hammer (2011) las escuelas tienen en sí mismas elementos pertenecientes a un juego. Por ejemplo, los puntos que reciben los estudiantes por realizar bien un trabajo que, luego, completan una nota que requieren para aprobar el curso. Dentro de los reglamentos, los estudiantes son igualmente premiados o castigados según su conducta. Así, al final del año “suben de nivel” al curso respectivo. Sin embargo, existe un factor que falla al momento de transformar este aprendizaje en algo llamativo para quienes participan de él a diferencia de los videojuegos y la realidad virtual (McGonigal en Lee y Hammer, 2011, p.2)

A partir de esto, se determina que el efecto de la metodología no radica en formalidad, sino en el impacto emocional y social que produce. Por ejemplo, si se lee un libro sobre un tema determinado el “jugador” (estudiante) recibe puntos de lectura, si hace las mejores preguntas de ciencia es asignado como el detective principal. Así, los estudiantes se involucran más en sus responsabilidades dentro de la clase y cambian su posición frente al hecho de alcanzar un mayor nivel de conocimiento (Leblanc en Lee y Hammer, 2011, p.2).

Dentro del ámbito de aprendizaje se pueden distinguir dos visiones según Gallego: la visión clásica, en donde el uso de estrategias y dinámicas de juegos busca transmitir un mensaje o comportamiento con experiencias motivantes para el individuo; y la visión *game thinking*, en la que se plantea un proceso de juego donde los participantes son jugadores y deben decidir sus acciones a la vez que progresan y son reconocidos por sus logros (2014,p.2).

### 5.1.3 Gamificación empresarial

En cuanto a la gamificación en empresas, es considerada como una práctica empresarial a través de una metodología de juego, que permite la creación de experiencias atractivas para el usuario o cliente (M2 Research en Gallego y De

Pablos, 2012). En conjunto con desafíos, reglas y recompensas, el objetivo es lograr que el cliente se divierta y a la vez cumpla con una meta específica de manera completa y efectiva. Específicamente en compañías, esta práctica es útil al momento de “identificar tendencias humanas, atraer y retener audiencias y clientes y minimizar los tiempos de adopción de productos y/o servicios” (2012, p.802-803).

## **5.2 La Ludificación**

### **5.2.1 Comunidades de aprendizaje**

Para el desarrollo de un ambiente lúdico es necesario empezar por las comunidades de aprendizaje. Simko define una comunidad ideal como “aquella a la cual los alumnos acuden de manera voluntaria para pasar su tiempo libre y ayudarse mutuamente” (2014). En relación a esto, la motivación para hacerlo radica en ampliar su conocimiento y desarrollar habilidades al interactuar con otras personas. Es decir, su actitud positiva se genera según lo satisfechos que se sientan por pertenecer a un grupo en específico. Para cumplir con este objetivo se emplea lo que se conoce como “Ludificación”.

A partir de la motivación que ejercen los juegos en quienes los practican, con el fin de captar la atención y promover el disfrute del mismo, nace la “ludificación”, la cual Simko refiere a “los elementos, mecanismos y principios inherentes a los juegos” que permiten atraer al individuo y, por consiguiente, que éste los use en distintos ámbitos fuera de los juegos. El aprendizaje se torna entonces en uno de los principales motivos para aplicar esta técnica, siendo esta la razón de que en los últimos años haya existido un aumento constante de componentes lúdicos en el mismo. Existen actualmente algunos proyectos implementados que han tenido éxito, tales como Quest to Learn, Khan Academy o Classcraft, a través de los cuales se ha fomentado la motivación y el compromiso al momento de realizar tareas cotidianas (Simko, 2014).

### **5.3 Gamificación versus Ludictadura**

En algunos casos, los procesos de gamificación pueden perder la esencia de voluntariedad y pasar a convertirse en una metodología impuesta, ya sea dentro del aprendizaje o en el ámbito empresarial. Los procesos de gamificación están en su mayoría acompañados de experiencias lúdicas. Sin embargo, para Escribano (2013) en su trabajo “Gamificación vs Ludictadura”, esta última viene a ser el camino fácil al momento de implementar un proceso de gamificación. Escribano determina una nueva corriente que incluye una Gamificación o Gamificación Forzosa/Ludictadura “que intentan imponer los mercados a través de su centralización, capitalización, institucionalización e instrumentalización de las herramientas lúdicas en contextos laborales o de obtención de bienes” (p.67).

Una Ludictadura sucede cuando la Gamificación es utilizada para un fin deseado y sin la consideración e inclusión de todas las personas involucradas. Es decir, cuando los comportamientos son generados bajo órdenes estrictas en una especie de “dictadura”. Actualmente la gamificación es incluida casi exclusivamente en el ámbito académico, empresarial y de marketing. Sin embargo, la capacidad de discusión y reflexión de esta metodología debería ser integrada en espacios más públicos con el fin de mejorar la “distribución racional y justa del poder” (Escribano, 2013, p.68).

### **5.4 Enfoque praxeológico**

#### **5.4.1 Sistematización de experiencias educativas a través del enfoque praxeológico**

En general, un proceso experiencial exitoso se da con aplicación de la praxeología. Dentro de la sistematización de un proceso educativo a través de la praxeología se establece un modelo didáctico que fomente la investigación educativa. Ésta última busca formar al individuo en un espacio de fomento de una cultura científica y tecnológica mediante un proceso de reflexión que permita

el seguimiento de temas relacionados con la naturaleza, la ciencia, historia, tecnología y otros. (Pineda, Juliao, 2015)

El enfoque praxeológico parte de un sistema de investigación formativa, el cual busca dirigir el proceso educativo hacia un cambio social. El profesor es el encargado de determinar una reflexión, a partir de su propia experiencia, que conlleve a abordar a las realidades sociales. Se entiende de esta forma al proceso de sistematización desde el enfoque praxeológico como:

-La pedagogía praxeológica es un modo de investigación que compromete al practicante, a la vez como investigador y como objeto de la investigación.

Esta persona realiza una intervención sobre su propia práctica educativa, haciendo un análisis retroactivo de sus acciones como profesional. El objetivo último es el perfeccionamiento del practicante y de su práctica profesional, de sus gestos, discursos, técnicas y habilidades profesionales, y, obviamente, como consecuencia del contexto en el que se realiza (Juliao, 2014, p.302).

#### **5.4.2 Pedagogía praxeológica**

El enfoque praxeológico es introducido por Juliao como una teoría pedagógica con el término “pedagogía praxeológica”, directamente relacionada con una educación crítico-transformadora que permite un compromiso consciente y crítico de los ciudadanos. De esta manera, Juliao determina que “no hay educación liberadora si no sentimos la necesidad de liberarnos de algo o alguien, no hay educación transformadora si no se experimenta un deseo y una posibilidad de cambio personal y social”. (Juliao, 2014, p.69) Es decir, el modelo ideal que se tiene de la educación no representa necesariamente el camino a seguir para conseguir una transformación social.

## **5.5 Aprendizaje experiencial**

### **5.5.1 Educación experiencial**

Para comprender mejor el concepto de la aplicación de la praxeología alrededor de la gamificación y ludificación es necesario abordar lo que se conoce como aprendizaje experiencial. A través de los años muchos aspectos del aprendizaje a nivel educativo han permanecido intactos en cuanto a metodología de enseñanza.

Por ello, en su libro “Experiencia y educación”, Dewey considera necesario que se introduzca un nuevo orden que conduzca a nuevas acciones. Para entender mejor la situación es necesario definir cómo se trabaja desde la educación tradicional y la educación progresista (Abbagnano, Visalbergui, 1992).

Para empezar, la historia ha considerado a la pedagogía como una educación tradicional que implica un desarrollo desde dentro, una formación desde fuera, una base en dotes naturales y hábitos adquiridos por presión externa. El principal objetivo de este tipo de educación es preparar a un individuo para responsabilidades futuras a través de un conocimiento establecido y estático frente al cual su actitud es de docilidad y obediencia. Así como los profesores representan al único agente comunicador de conocimiento en un ambiente opuesto a una actividad libre (Abbagnano, Visalbergui, 1992, p.443).

Por otro lado, en la educación progresista se incluye mucha improvisación y existe una desconfianza hacia la rutina, por lo que los hábitos institucionales articulados a manera de ideas forman una filosofía de educación. A través de la filosofía de la experiencia se establece el principio del hábito, que indica que toda experiencia vivida implica un cambio en quien la vive, por lo que el principio del hábito es más profundo que una concepción del mismo. El resultado de una buena experiencia despierta la iniciativa de crear propósitos que en un futuro ayudan a la persona a sobrepasar “puntos muertos”. Es decir, toda experiencia

prepara a un individuo para futuras experiencias de mayor profundidad, conllevando así a un continuo crecimiento y reconstrucción de la experiencia (Abbagnano, Visalbergui, 1992).

En lo que respecta a educación experiencial, Laura Joplin (1981) define a todo aprendizaje como experiencial en el sentido de que cada vez que se aprende algo, la persona lo experimenta. Sin embargo, esto no significa que toda experiencia implique el aprendizaje de algo en específico, así como no todo lo que está incluido dentro de la educación significa necesariamente aprender. A partir de ellos, Joplin habla sobre ciertas conductas que permiten identificar cuándo un aprendizaje es experiencial.

Una experiencia necesita de una reflexión posterior para ser catalogada como educación experiencial. A esto se lo conoce como un proceso de “acción-reacción” para lo cual Joplin determinó el modelo de cinco etapas (Five-stage model, Joplin, 1981, p.17) que incluye una etapa de concentración, en la que presenta el tema y se consigue la concentración del aprendiz, la etapa de acción, donde el individuo entra en una situación de estrés en la que ya no puede dejar de lado la cuestión planteada, la etapa de retroalimentación y soporte, que se dan a lo largo de la actividad y aseguran que el aprendiz continúe intentando, siempre y cuando se le brinde toda la información requerida y, finalmente, la etapa de interrogación, donde se evalúa el aprendizaje.

Dentro de esta investigación es importante aclarar que, como en cualquier aprendizaje experiencial, tanto modelos como prácticas sean implementados tomando siempre en cuenta las características, percepciones y metas de cada individuo, sin importar si es destinado a los aprendices o a los profesores. (Joplin, 1981, p.20) El uso correcto de cada uno permitirá conseguir el resultado deseado a través de una motivación propia y sin la necesidad de establecer forzosamente cualquier tipo de metodología.

## **6. Fuentes utilizadas**

El proceso para buscar fuentes se basó en explicar la situación actual de la Gamificación y Ludificación en el Ecuador en relación a la tendencia mundial. Para esto se entrevistó a proveedores de este tipo de servicios, así como a las personas que los reciben, con el fin de abordar un panorama completo de los resultados hasta ahora.

### **6.1 Fuentes documentales**

#### **6.1.1 M2 Research. (2011). Gamified Engagement.**

El estudio realizado permite entender el crecimiento acelerado que ha tenido esta tendencia en los últimos 10 años y las grandes expectativas que se tenían en aquel entonces para el 2016. Para el 2011 se estimaba al mercado de gamificación en Estados Unidos en unos \$100 millones, aumentando para el 2016 hasta \$2,8 billones. Los vendedores de Gamificación tuvieron un crecimiento de 155% en el 2011 con una proyección del 197% para el 2012.

De igual manera, se reportó en ese entonces los mayores índices en cuanto a compromiso, fidelidad y conocimiento de una marca y que estarían enfocados en lograr la motivación y el entrenamiento de los empleados. En la actualidad el negocio de la Gamificación ha crecido sin parar y continúa extendiéndose a lo largo del mundo. Estas características se han reforzado y actualmente se lo emplea tanto a nivel empresarial como educacional.

#### **6.1.2 BBVA-Innovation Center. (2012). Gamificación, el negocio de la diversión.**

Esta fuente es fundamental para tener una visión panorámica del desarrollo de la Gamificación, mostrando su crecimiento de 155% a 197% del 2011 al 2012. Entre los datos relevantes que se encuentran está el manejo del flow, que

consiste en mantener la satisfacción del usuario al momento de realizar una actividad; y explica cómo a través de él los videojuegos han ayudado en la educación y en el trabajo. Además, explica cómo se da el compromiso del usuario con las tareas que realiza.

### **6.1.3 The business of Gamification. (2013).**

Esta fuente fue muy útil en cuanto a recolección de datos y estadísticas sobre la Gamificación. Permitió determinar los elementos empleados en ella, sus beneficios y los usos empresariales de la misma.

## **6.2 Fuentes personales**

### **6.2.1 Abril, B. (mayo de 2017). Docente en la Unidad Educativa Particular CEBCI. Cuenca-Ecuador.**

Brandon Abril Ávila ha tenido desde siempre un conocimiento amplio sobre juegos. Al ver que el aprendizaje tradicional no estaba funcionando en sus alumnos, decidió optar por una metodología distinta y fue así como empezó a estudiar sobre la Gamificación, una tendencia que ya se había aplicado en otras partes del mundo en el ámbito educacional. Esta fuente es importante ya que permite evidenciar el procedimiento de una clase gamificada y la dinámica aplicada en relación a una clase tradicional.

### **6.2.2 Arcos, M. (mayo de 2017). Director y docente de la Comunidad Educativa Nina Pacha. Quito-Ecuador.**

Moisés Arcos es director y profesor de la Comunidad Educativa Nina Pacha, una escuela donde se aplica la pedagogía Waldorf. Esta pedagogía se enfoca en el crecimiento de un ser humano, buscando que se valga por sí mismo en base a conocimientos útiles y de su vida cotidiana, es por eso que esta metodología utiliza a la naturaleza como herramienta de aprendizaje. Esta fuente es

importante ya que permite evidenciar el crecimiento que actualmente están teniendo este tipo de métodos de aprendizaje y el desarrollo específico que tienen los niños en contraste a una enseñanza tradicional.

**6.2.3 Chávez, R. (abril de 2017). Sub Gerente de Talento Humano en Kruger. Quito-Ecuador.**

Ricardo Chávez es el encargado de ubicar falencias en el sistema de funcionamiento de la empresa y optar por una solución que siempre permite el bienestar de los colaboradores. Esta fuente sirvió de introducción al tema de ludificación de espacios empresariales. De esta forma se ubicó el propósito de los mismos y los tipos de ambientes que puede tener una empresa en relación a los ejemplos de grandes compañías a nivel nacional.

**6.2.4 Dueñas, I. (abril, 2017). Jefe de RGM e Inteligencia Comercial, encargado del área de Planificación Estratégica en Arca Continental. Quito-Ecuador.**

Israel Dueñas ha recibido varios talleres de capacitación, entre ellos lo que incluyen procesos de Gamificación. Esta fuente es importante debido a que permite conocer los resultados de la gamificación desde una perspectiva más personalizada. Para él ha sido un cambio importante en cuanto a la mejora en la comunicación entre colaboradores; sin embargo, como participante de ellos no tiene muy clara la metodología, por lo tanto considera que estos espacios son similares a un curso “motivacional”.

**6.2.5 Flores, K. (abril, 2017). Área de Capital Humano, reclutamiento y selección en Arca Continental. Quito-Ecuador**

Karina Flores es la encargada de contratar a proveedores para la capacitación de los colaboradores de la empresa. Actualmente trabaja con Grupo Macro para cerrar las brechas técnicas y de competencias en los miembros de la empresa.

Esta fuente es importante puesto que evidencia que el uso de proveedores de Gamificación ha logrado una unificación de los directivos de la empresa y la motivación de los colaboradores.

**6.2.6 Gorris, T. (mayo de 2017). Director y profesor del Colegio Pachamama. Quito-Ecuador.**

Tobías Gorris es director y profesor en el Colegio Pachamama, en donde se aplica una metodología europea basada en el método Montessori. Esta pedagogía se enfoca en el desarrollo del estudiante a través de la autoeducación y auto-responsabilidad con ambientes lúdicos preparados y el acompañamiento constante de un adulto. Esta fuente es importante ya que promueve uno de los enfoques principales de la gamificación: realizar actividades por voluntad propia, con la ayuda de la ludificación.

**6.2.7 López, E. (abril de 2017). Gerente de Grupo Macro. Quito-Ecuador.**

Edgar López es el gerente de la empresa encargada de realizar capacitaciones gamificadas a grandes empresas en el país. De esta manera, el proyecta esta metodología tanto a nivel nacional como internacional. Es una fuente importante pues permite contextualizar la situación actual de la Gamificación en el Ecuador a un nivel de empresas.

**6.2.8 Peker, F. (abril de 2017). Editora general en Grupo Macro. Quito-Ecuador.**

Florencia Peker es editora general en Grupo Macro, una empresa especializada en capacitaciones a través de una metodología gamificada y aplicaciones móviles. Esta fuente es importante pues representa a la empresa que ha cambiado la forma tradicional de realizar capacitaciones empresariales. Grupo Macro hace uso de una metodología gamificada al momento de capacitar a grandes compañías en el Ecuador. Estas capacitaciones pueden realizarse

presencialmente o con un seguimiento a través de una aplicación móvil.

### **6.2.9 Vinueza, P. (mayo de 2017). Asistente de Marketing en Kruger. Quito-Ecuador.**

Pamela Vinueza es asistente de marketing en Kruger, una empresa reconocida internacionalmente por fomentar un ambiente creativo y de bienestar a través de la ludificación del espacio. Esta fuente es importante pues permite evidenciar un ambiente lúdico en un espacio formal, como es una empresa, y a la vez comprobar la efectividad de este tipo de lugares en impulsar la creatividad y la innovación en los colaboradores.

## **7. Principales hallazgos de la investigación**

El proceso de investigación se inició a la par de la realización del anteproyecto. El tema se investigó a partir de un contexto global de la Gamificación, luego de lo cual empezó la búsqueda de entidades o personas que se dediquen a este negocio. Así, el reportaje se enfocó en demostrar la situación actual de procesos de Gamificación y Ludificación en el Ecuador.

Al iniciar la búsqueda se encontró que en el Ecuador la Gamificación es un proceso que empieza a implementarse desde una visión más lúdica que metodológica. Es decir, desde un entorno físico que influye directamente en el ser humano y no desde las mecánicas o dinámicas propias de la Gamificación.

Como resultado se determinó que en el ámbito laboral, la empresa Grupo Macro ocupa el puesto principal en cuanto a capacitaciones gamificadas. Empresas importantes en Ecuador como Arca Continental, Produbanco, Banco del Pacífico, Seguros Equinoccial, y otros, han podido desarrollar aspectos como cultura de servicio, proyectos empresariales y ventas, a través de capacitaciones gamificadas.

En cuanto al ámbito educativo, se conocía con anterioridad el proyecto llevado a cabo por Brandon Abril, docente de la Unidad Educativa Particular CEBCI en Cuenca. En un principio, la metodología aplicada a sus clases consistía en la



aplicación de su conocimiento sobre videojuegos, el cual poco a poco fue desarrollándose en base a la Gamificación y al aprendizaje a través de experiencias.

Para comprender un poco mejor un proceso gamificado se recurrió a una recopilación de datos importantes sobre la Gamificación. En la Figura 1 se pueden apreciar las claves para entender el funcionamiento del proceso.

*Figura 1.* Funcionamiento de la Gamificación

Volviendo a lo empresarial, después de la entrevista realizada a Edgar López, gerente de Grupo Macro, se determinó que esta consultora brinda capacitaciones gamificadas, tanto presencialmente con los colaboradores de la empresa, así como a través de un monitoreo con una plataforma y una aplicación móvil desarrolladas para cada cliente.

Una vez analizado los principales casos de éxito se procedió a contactar a uno de sus clientes: Arca Continental. En la empresa se entrevistó a Israel Dueñas, encargado del área de planificación estratégica, y a Karina Flores, del área de capital humano. Esto con el fin de identificar el desarrollo de la estrategia gamificada tanto de parte de la persona que contrata a los proveedores de capacitación, Karina, así como a quien recibe dichos talleres, Israel Dueñas.

En este caso se encontraron coincidencias y diferencias. Por un lado, Karina e Israel decían estar satisfechos con los resultados de las capacitaciones al permitir establecer una mejor comunicación entre los jefes de cada departamento y los colaboradores, lo cual le permite a la empresa progresar de una manera eficiente con una toma de decisiones grupal.

Por otro lado, tanto Karina como Israel afirmaron que estas capacitaciones, a pesar de tener un seguimiento de los colaboradores y de promover la motivación en el trabajo, aún no son consideradas en sí como una metodología de gamificación, sino como una capacitación común de motivación. En cuanto a esto último, Karina Flores afirmó que esto sucede por el hecho de que en el país la Gamificación aún no es un área explorada a nivel empresarial, por lo que quienes reciben capacitaciones de este tipo evidencian su efectividad, pero no la reconocen como el proceso en sí mismo.

En el caso de Arca Continental, la metodología de Juego empleada llamada PIPPA, permitió el entrenamiento de casi 600 personas en ventas. La supervisión y monitoreo constante permitió un incremento del 10% al 15% en indicadores de ejecución en los puntos de ventas. Tanto colaboradores como los que contrataron este tipo de capacitación afirman la existencia de un cambio a nivel de comunicación interna, de servicio y de motivación en la empresa.

Para conocer un poco más sobre el funcionamiento de la plataforma y la aplicación móvil de Grupo Macro, se acudió a la persona encargada de las capacitaciones: Florencia Peker, editora general en Grupo Macro. Con la información obtenida se determinó que la implementación de sus herramientas está basada en Gamificación, complementada de *flow* y lo *autotélico*, que consiste en lograr la satisfacción del usuario al realizar una tarea y la motivación que recibe para realizarla por sí mismo, respectivamente.

De esta forma, esta herramienta llamada 'flow' permite un entrenamiento de la habilidad en cualquier momento del día, con una supervisión adaptada según su

experiencia y una retroalimentación inmediata. Esto se logra a través de vídeos enviados a la plataforma, los cuales, según estudios de la empresa, hacen que cada colaborador practique en un promedio de 6 veces antes de enviar su respuesta definitiva, permitiéndole así desarrollar una habilidad.

Por otro lado, para demostrar los ambientes lúdicos a nivel empresarial se optó por Kruger Corporation, una empresa reconocida a nivel internacional por su ambiente laboral. Para esto se habló primeramente con Ricardo Chávez, Subgerente de Talento Humano en Kruger Corporation, quien se encuentra a cargo de ubicar falencias dentro de la empresa y buscar la mejor manera de solucionarlas. Kruger es un edificio con ambientes ludificados con toboganes, piscinas de pelotas, zonas de masajes y sales de reuniones con diferentes temáticas. Ricardo Chávez aseguró que en la empresa los ambientes lúdicos permiten un mejor desenvolvimiento de los colaboradores.

Posteriormente, se acudió a Pamela Vinueza, Asistente de Marketing, quien realizó un recorrido por el edificio explicando el propósito del diseño de cada área. Así, con los datos que dio Pamela, se determinó que este tipo de ambientes fomentan la creatividad y la innovación, que son factores sumamente importantes a nivel empresarial. Esto, junto a sus reconocimientos por bienestar social da una visión de los beneficios de trabajar en un ambiente ludificado que no provoque una distracción y que permita que las ideas fluyan.

Actualmente Kruger cuenta con más de 500 clientes, con proyectos en 4 países en dos continentes. Gracias a su cultura de *Happiness* el porcentaje de rotación de personal en la empresa es del 7%, en comparación al porcentaje a nivel nacional que va desde un 9% en el sector tecnológico hasta un 37% en el sector comercial. (Deloitte, 2016) De igual forma, el clima organizacional tiene un puntaje de 8,28 sobre 10 y se ha demostrado un incremento del 15% anual en ventas de los últimos 5 años.

Una vez concretado a nivel de empresas se retomó el ámbito educacional, para

ello se buscaron escuelas o colegios que cuenten con metodologías distintas a la tradicional. A partir de la información encontrada se optó por dos instituciones de aprendizaje lúdico: el Colegio Pachamama y la Comunidad Educativa Nina Pacha, con el método Montessori y Waldorf respectivamente.

La primera metodología en ser estudiada fue Montessori, en el Colegio Pachamama. Una vez entendido en qué consiste esta metodología se realizó una entrevista al Director y docente de la escuela, Tobías Gorris. La información que se recopiló determinó que los ambientes y las aulas de clase, en específico, contaban con material lúdico a partir del cual los estudiantes podían aprender materias básicas como matemática, lenguaje, a través de figuras geométricas, mullos, y otros. Esto permitió definir la existencia de un aprendizaje interiorizado que facilita al estudiante desenvolverse tanto de forma individual como en grupo.

En segundo lugar, el método al que también se recurrió es conocido como Waldorf, que se encontró en la Comunidad Educativa Nina Pacha. Esta pedagogía tiene una particularidad en relación a la metodología Montessori, y es que en vez de emplear objetos elaborados utiliza a la naturaleza como su espacio lúdico y de aprendizaje. En ambos métodos existe un aspecto en común: el aprendizaje experiencial. Con la información obtenida en la entrevista con el Director de la Comunidad Educativa, Moisés Arcos, se encontró un espacio distinto en donde los niños aprenden a hacer uno de la naturaleza y de lo que tienen a su alcance para desarrollar objetos útiles para su vida cotidiana. Es decir, el aprendizaje corporal de los niños resulta mucho más relevante y útil al momento de salir solos al mundo exterior.

Por último, para evidenciar un ambiente educativo guiado por la Gamificación, se realizó un viaje a Cuenca para llegar a la Unidad Educativa Particular CEBCI, en donde Brandon Abril trabaja como docente. Al momento de filmar la clase como demostración, se evidenció la motivación de los alumnos por jugar y por crear historias en base a su trabajo en clase. Además, se presencié trabajo colaborativo y en equipo en diversas actividades lúdicas, como el uso de juegos

y cómics, pero sin dejar de tener como objetivo final un propósito académico: aprender sobre literatura.

Además, en la entrevista realizada al docente Brandon Abril se pudo apreciar el cambio existente entre los alcances de una clase gamificada en comparación a una clase tradicional. En la metodología se conjugan todos elementos de la Gamificación, que permite un aprendizaje entretenido, vivencial y que, por lo tanto, se vuelve algo natural.

Para implementar estos elementos en su clase, Brandon se basó en dos autores relevantes dentro de la Gamificación: Jesse Schell y Yukai Chou. En cuanto a Schell utilizó las 4 partes de un juego: narrativa, estética, tecnología y mecánicas. El uso de estos elementos permite establecer un ambiente gamificado en relación a cualquier tema. La narrativa define la historia que sirve como hilo conductor para las herramientas empleadas, la estética permite conectar los sentidos del estudiante con el tema a tratar, la tecnología son los implementos a utilizar para el aprendizaje, y las mecánicas establecen los objetivos, las acciones y situaciones que puedan darse dentro de un espacio determinado.

En conjunto la información recolectada permitió evidenciar que el desarrollo de la Gamificación se encuentra aún en proceso y ha iniciado a través de una metodología gamificada en la malla curricular común, capacitaciones presenciales, plataformas y aplicaciones móviles tanto en escuelas como en empresas. Asimismo, la Ludificación ha dado frutos tanto en empresas como en escuelas, brindándoles un espacio en el cual aprender a través de la experiencia y de una perspectiva muy natural desde el nacimiento de todo ser humano: el juego.

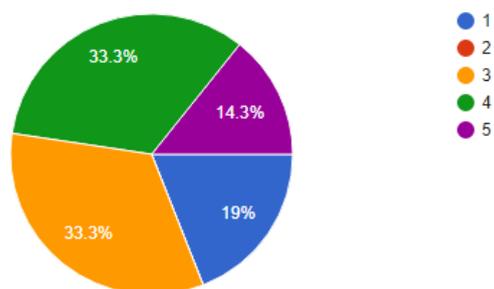
Por otra parte, se realizó una encuesta a docentes con el fin de evaluar la efectividad de su metodología de enseñanza, diagnosticar los principales problemas y proponer la implementación de una metodología gamificada. La muestra fue de 21 profesores de varias carreras de la Universidad de las

Américas, entre ellas Ciencias de la Salud, Cine, Comunicación Corporativa, Medicina y Periodismo.

Se propuso 5 niveles siendo 5 el más alto y el 1 el más bajo. El porcentaje más alto en cuanto a la primera pregunta sobre problemas con la asistencia y puntualidad de sus estudiantes estuvo entre los niveles 3 y 4, es decir medio y medio alto, en el nivel más alto se determinó un 14,3% y apenas un 19% en el nivel más bajo.

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Tiene problemas con la asistencia o puntualidad de sus estudiantes?

21 respuestas

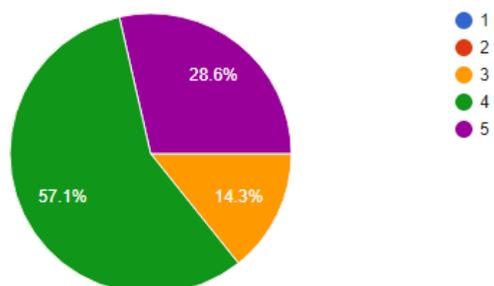


*Figura 2.* Problemas con la asistencia y puntualidad

A continuación, en cuanto al alcance de la sesión de clases, el porcentaje mayor se ubicó en un nivel 4, es decir medio alto, con un 57,1%, seguido por el nivel más alto con un 28,6% y por un nivel medio con el 14,3%.

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Qué alcance cree que tiene su sesión de clases?

21 respuestas

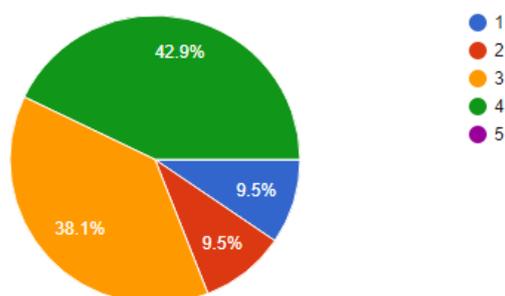


*Figura 3.* Alcance de la sesión de clases

En la tercera pregunta de la encuesta el porcentaje más alto en cuanto a motivación y compromiso de los estudiantes fue de un nivel 4 con el 42,9%, seguido por el nivel 3 con un 38,1%, es decir medio alto y medio, mientras que los niveles 1 y 2 muestran un 9,5%.

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Cuál es el nivel de motivación y compromiso que considera que tienen sus estudiantes?

21 respuestas



*Figura 4.* Nivel de motivación y compromiso de los estudiantes

En la cuarta pregunta de la encuesta: “Según la respuesta anterior, ¿por qué considera que existe o no esa motivación?”, a pesar de en su mayoría el nivel de compromiso es considerado medio alto, existen varios factores que impiden una motivación y un nivel de compromiso mayor. Entre las respuestas de los participantes se ubicaron problemas con la actitud del estudiante, dificultades de las materias en línea, distractores externos, falta de interés por investigar y por aprender, poca competitividad, e incluso una falta de motivación propia del docente. Por otro lado las respuestas contrarias incluyen una retroalimentación inmediata, un “Team based learning”, la promoción de la inteligencia emocional, y un empate o unión entre la motivación de los estudiantes con la de los docentes.

En la siguiente pregunta sobre el lineamiento de la clase, el porcentaje más alto de 81% corresponde a quienes consideran que su clase no es tradicional, mientras que el otro 19% afirma que su metodología es tradicional.

### ¿Considera que la metodología en sus clases es tradicional?

21 respuestas

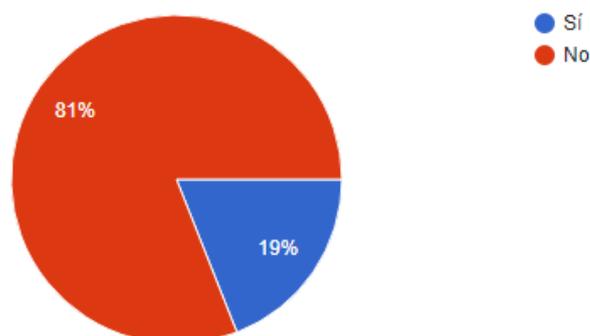


Figura 5. Metodología tradicional

La sexta pregunta explica por qué cada docente considera a una clase tradicional. Entre las respuestas se generaliza la idea de una clase magistral, donde el docente se ubica en frente de la clase y es dueño del conocimiento, una evaluación cuantitativa y no cualitativa, diapositivas, sin interacción con el estudiante, sin medios digitales ni recursos online. Por otro lado, las respuestas contrarias indican una clase centrada en el estudiante y con preguntas de lado y lado.

En cuanto a la séptima pregunta sobre el conocimiento de los docentes sobre Gamificación, el porcentaje más alto fue para quienes la desconocen con un 52,4 %, frente a un 47,6% de quienes sí conocen al respecto.

### ¿Sabe qué es Gamificación?

21 respuestas

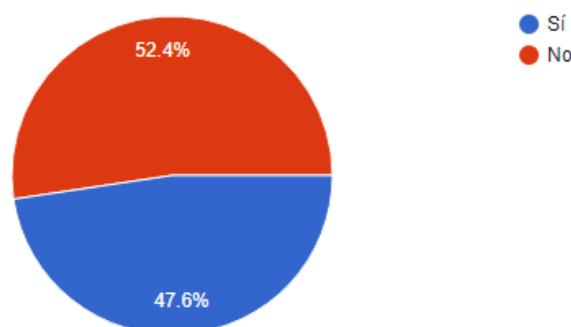


Figura 6. Qué es la Gamificación

Para finalizar, la octava pregunta busca demostrar el interés de los docentes por generar un mayor compromiso e impacto en sus estudiantes, para lo cual la Gamificación es una opción. El porcentaje dominante para quienes sí lo desean es de un 95,2%, frente a un 4,8% de quienes no tienen interés en hacerlo.

¿Le gustaría generar más 'engagement' e impacto en sus clases?

21 respuestas

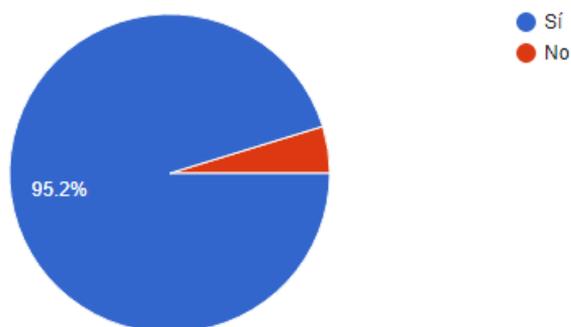


Figura 7. 'Engagement' e impacto

Por otra parte, para experimentar la aplicación de una metodología gamificada se realizó una clase modelo a 7 profesores de la carrera de Periodismo de la Universidad de las Américas. El propósito era dar a conocer los principales conceptos de la Gamificación y las mecánicas que se pueden implementar en una sesión de clases para fomentar la motivación y el compromiso de los estudiantes.

En la clase modelo se incluyó tanto teoría como actividades lúdicas que permitieron una comprensión de la Gamificación. Al finalizar la clase todos los docentes tenían muy claro el concepto y las mecánicas y herramientas básicas que se pueden utilizar para enseñar cualquier tipo de materia en una sesión de clases. Para evidenciar esta experiencia se les aplicó una encuesta corta con 5 preguntas.

La primera pregunta: ¿Considera que la clase dictada es una clase tradicional?, obtuvo como respuesta "No" y un "Sí", lo cual demuestra que las mecánicas gamificadas permiten salir del concepto que tenemos de una clase tradicional y

así implementar actividades que fomentan tanto la participación de los alumnos y del profesor.

En la segunda pregunta: ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?, las siete respuestas fueron “Sí”, con lo que demostramos que una clase con actividades que incentiven la motivación y el interés de los estudiantes permite también una retención de la información que reciben.

En la tercera pregunta: ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?, las siete respuestas fueron “Sí”, lo cual explica la necesidad que en realidad la mayoría de docentes tiene de implementar nuevas técnicas que despierten un verdadero interés por aprender.

En la cuarta pregunta: ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?, las siete respuestas fueron nuevamente “Sí”, lo que significa que a pesar del tipo de clase que deba dar un profesor o la gran cantidad de teoría que pueda tener, siempre es posible gamificar la clase a través de todas las herramientas existentes.

Finalmente, en la quinta pregunta de por qué aplicarían esta metodología y cuáles serían las dificultades que podrían presentarse las respuestas sobre implementar la Gamificación incluyen conseguir motivación de los alumnos, la necesidad de nuevas formas de enseñar y aprender para romper el esquema de una clase tradicional, lograr un aprendizaje más completo que atienda a varios tipos de aprendizaje. En cuanto a las dificultades la preocupación común es el control de las clases más numerosas y del tiempo requerido para cada clase y su respectiva preparación.

## 8. Conclusiones de la investigación

- En el Ecuador la Gamificación es un proceso que empieza a implementarse desde una visión más lúdica que metodológica. Es decir, desde un entorno físico que influye directamente en el ser humano y no desde las mecánicas o dinámicas propias de la Gamificación.
- A nivel nacional actualmente existen determinadas empresas que se dedican a una capacitación que incluya elementos de la Gamificación. Grupo Macro se sitúa como una de las principales por sus casos de éxito con empresas reconocidas como es Arca Continental, Banco del Pacífico, Produbanco, entre otras.
- En base a los testimonios de las personas que reciben y han recibido capacitaciones a nivel empresarial, se encontró una gran aceptación hacia este tipo de capacitaciones. En especial quienes contratan a los distintos proveedores son los que han evidenciado la efectividad de una metodología distinta a la tradicional.
- A pesar de la aceptación, las capacitaciones gamificadas son consideradas no como una metodología gamificada en sí, sino como un curso motivacional. Cabe recalcar que, más allá del concepto que se tiene sobre éstas capacitaciones, los miembros de las empresas han evidenciado un avance en cuanto a una consolidación de las empresas y una colaboración íntegra en los proyectos que realizan.
- La Ludificación, dentro de las empresas, muestra a Kruger como la empresa pionera y como ejemplo a seguir a partir de sus estándares internacionales. Los resultados en conjunto con la implementación del edificio ludificado K+ en el 2013 y desde la fundación de la empresa en 1993, han evidenciado que un ambiente lúdico fomenta la creatividad, la innovación y, sobre todo, logra un menor nivel de rotación de los

colaboradores de la empresa. Esto se da por el bienestar social y servicios que brinda la empresa, motivos por los que ha sido premiada año tras año desde el 2014 por su Responsabilidad Social y Proyectos de innovación.

- Los principales logros de Kruger se ven reflejados en sus más de 500 clientes actuales, con proyectos en 4 países en dos continentes. El porcentaje de rotación de personal en la empresa es del 7%, en comparación al porcentaje a nivel nacional que va desde un 9% en el sector tecnológico hasta un 37% en el sector comercial. (Deloitte, 2016) De igual forma, el clima organizacional tiene un puntaje de 8,28 sobre 10 y en los últimos 5 años se ha logrado un incremento del 15% anual en ventas.
- El lado negativo de las implementaciones lúdicas resulta en que, a pesar de que resulta algo interesante, no hay un desarrollo de ese pensamiento. En base a los tours constantes que realiza la empresa a personas de afuera, se evidenció que se tiene aún el concepto erróneo de que este tipo de ambientes no constituyen un lugar serio y adecuado para el trabajo.
- En el ámbito educacional, el Ecuador posee un modelo a seguir en la educación establecido por la malla curricular del Ministerio de Educación, que incluye las materias básicas como matemática, lengua, ciencias, etc. A este modelo se le han sumado distintos tipos de metodologías que buscan un desarrollo más íntegro del ser humano, así como una manera de enseñar que promueva la motivación y el desenvolvimiento completo del estudiante.
- La Gamificación en escuelas es muy poco, o nada reconocida, esto a pesar de que el juego constituye un modelo de aprendizaje natural para el ser humano. En su experiencia como docente de una metodología tradicional y gamificada, Brandon Ávila afirmó que son precisamente los esquemas de la clase tradicional, como el aula, los pupitres aislados, etc.,

son la causa de una baja motivación y creatividad de las personas por el hecho de hacerlas sentir confinadas.

- La visión común de las personas en el país es considerar al juego y a la educación/trabajo como situaciones aisladas que no pueden relacionarse entre sí. La manera de llevar la cuenta de las notas o de lo que realizan los estudiantes no fomenta un seguimiento o monitoreo constante del desarrollo de cada uno. Esto impide que se pueda brindar una retroalimentación al mismo a partir de sus virtudes o falencias en las clases.
- La visión de que “el juego es malo” y que el aprendizaje no se da en conjunto con él es considerada errónea por quienes implementan procesos de Gamificación y Ludificación tanto en escuelas como en empresas. Esto debido a que consideran, y lo han evidenciado, que el mayor aprendizaje se da cuando uno es partícipe del mismo y no desde un punto externo. El trabajo en conjunto entre estudiante y profesor es el que fomenta un aprendizaje crítico e íntegro de éste.
- El gran crecimiento de personas interesadas en este tipo de educación da paso a que se lo considere una enseñanza válida y una propuesta de vida para los estudiantes. Actualmente la demanda de más escuelas que promuevan estas metodologías va en aumento y poco a poco van dejando de ser “las primeras experiencias en el Ecuador” para convertirse en una opción al momento de educar a un niño.
- La metodología aplicada por los docentes tiende hacia lo tradicional, donde el alumno no es el protagonista y no participa en un ambiente enseñanza y aprendizaje mutuo entre alumnos y profesor. Los impedimentos tanto internos como externos pueden resolverse con la planificación adecuada de una clase que atienda a las necesidades de cada estudiante y le brinde un mayor compromiso con las materias.

- La clase modelo sobre Gamificación con el uso de mecánicas de juego evidenció la necesidad de la implementación de una nueva metodología en los salones tradicionales de clase. Es necesaria una reestructuración de la malla con el fin de que exista el tiempo suficiente para desarrollar una clase completa que motive un aprendizaje profundo de cada tema.

## 9. Estructura del reportaje y sus elementos

TEMA:

Gamificación: generar experiencias

Primera sección: Introducción: ¿qué es?

Segmento 1:

1. Portada
2. Vídeo introductorio

Segmento 2:

1. La Gamificación (texto)
2. Diseño de flujo (infografía)
3. ¿Cómo funciona la Gamificación? (gráficos, texto)

Segmento 3:

1. Perfiles (citas, fotografías)

### **Segunda sección: Productividad**

Segmento 1:

1. Consultora 'Grupo Macro' (texto)
2. Herramienta 'Flow' (vídeo)
3. Caso de Arca Continental Ecuador (texto, vídeo)

Segmento 2:

1. Aplicaciones móviles gamificadas (texto, gráficos)

Segmento 3:

1. La Ludificación (texto)
2. Caso de Kruger Corporation (texto, vídeo, galería de fotos)

### **Tercera sección: Aprendizaje**

Segmento 1:

1. Brandon Abril, Unidad Educativa Particular CEBCI (perfil, vídeos)

Segmento 2:

1. Colegio Pachamama (texto)
2. Tobías Gorris, director Pachamama (foto, audio)
3. Método Montessori (infografía)

Segmento 3:

1. Comunidad Educativa Nina Pacha (texto)
2. Moisés Arcos, director Nina Pacha (foto, audio)
3. Método Waldorf (infografía)

### **Cuarta sección: La experiencia**

Segmento 1:

1. Clase modelo: Crónica “Del otro lado de la clase” (texto, fotografías)

### **Quinta sección: Ecuador: primeros pasos**

Segmento 1:

1. Gamificación en el Ecuador:

Debate sobre la situación actual en el país.

- Florencia Peker, Grupo Macro / Pamela Vinueza, Kruger
- Tobías Gorris, Pachamama / Moisés Arcos, Nina Pacha
- Brandon Abril, CEBCI / Israel Dueñas, Arca Continental

### Diagrama de diseño plataforma:

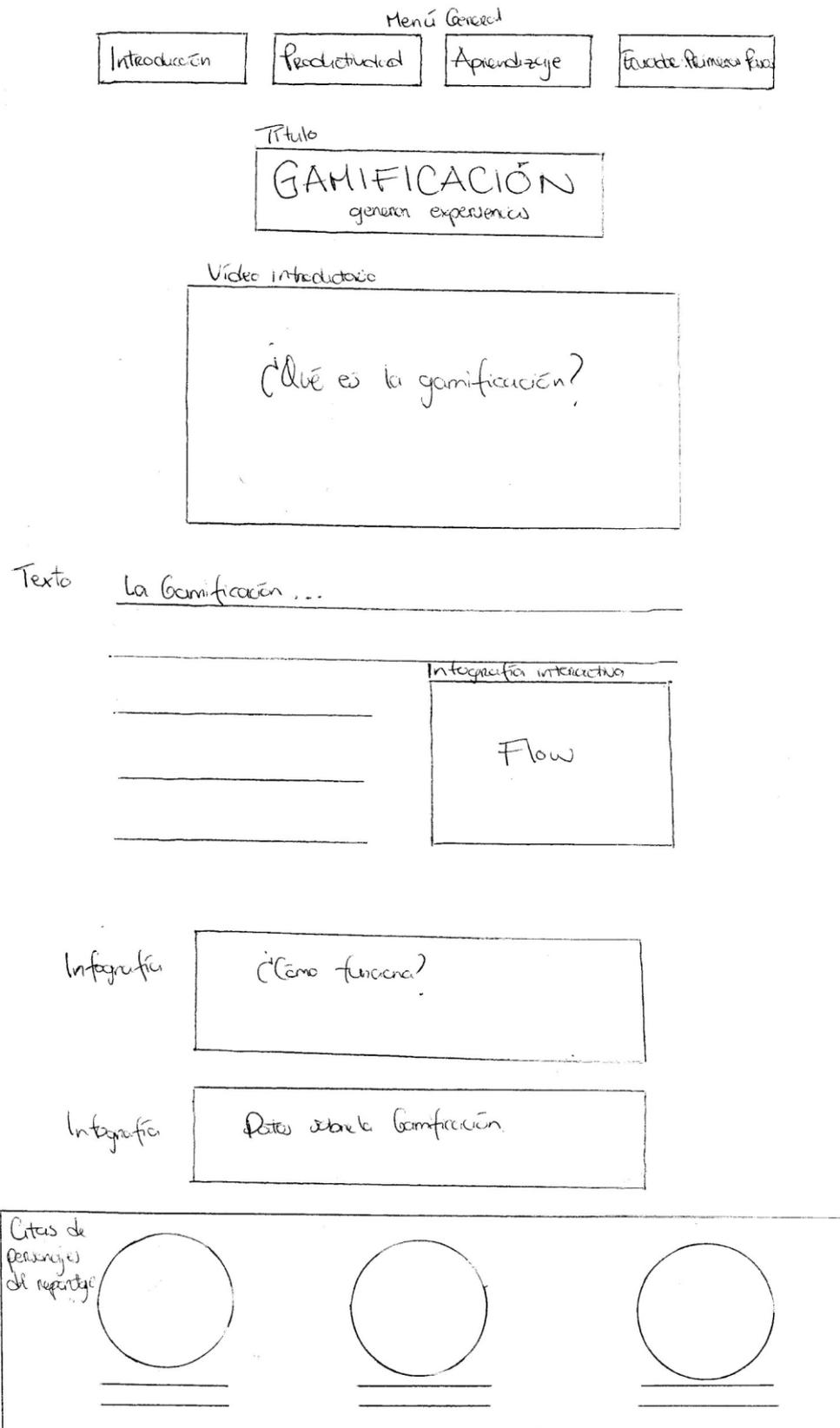


Figura 8. Primera página del reportaje multimedia.

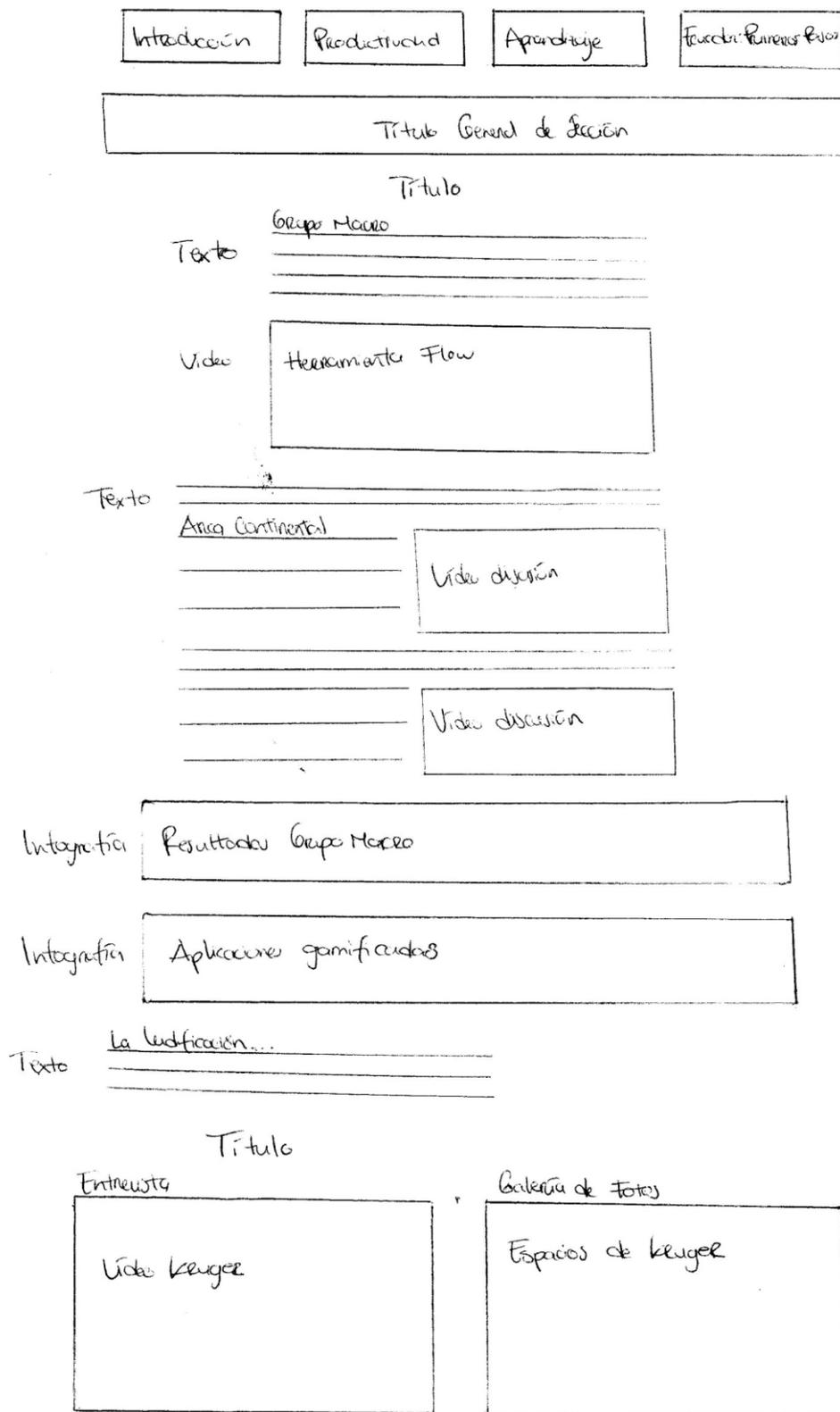


Figura 9. Segunda página del reportaje multimedia.

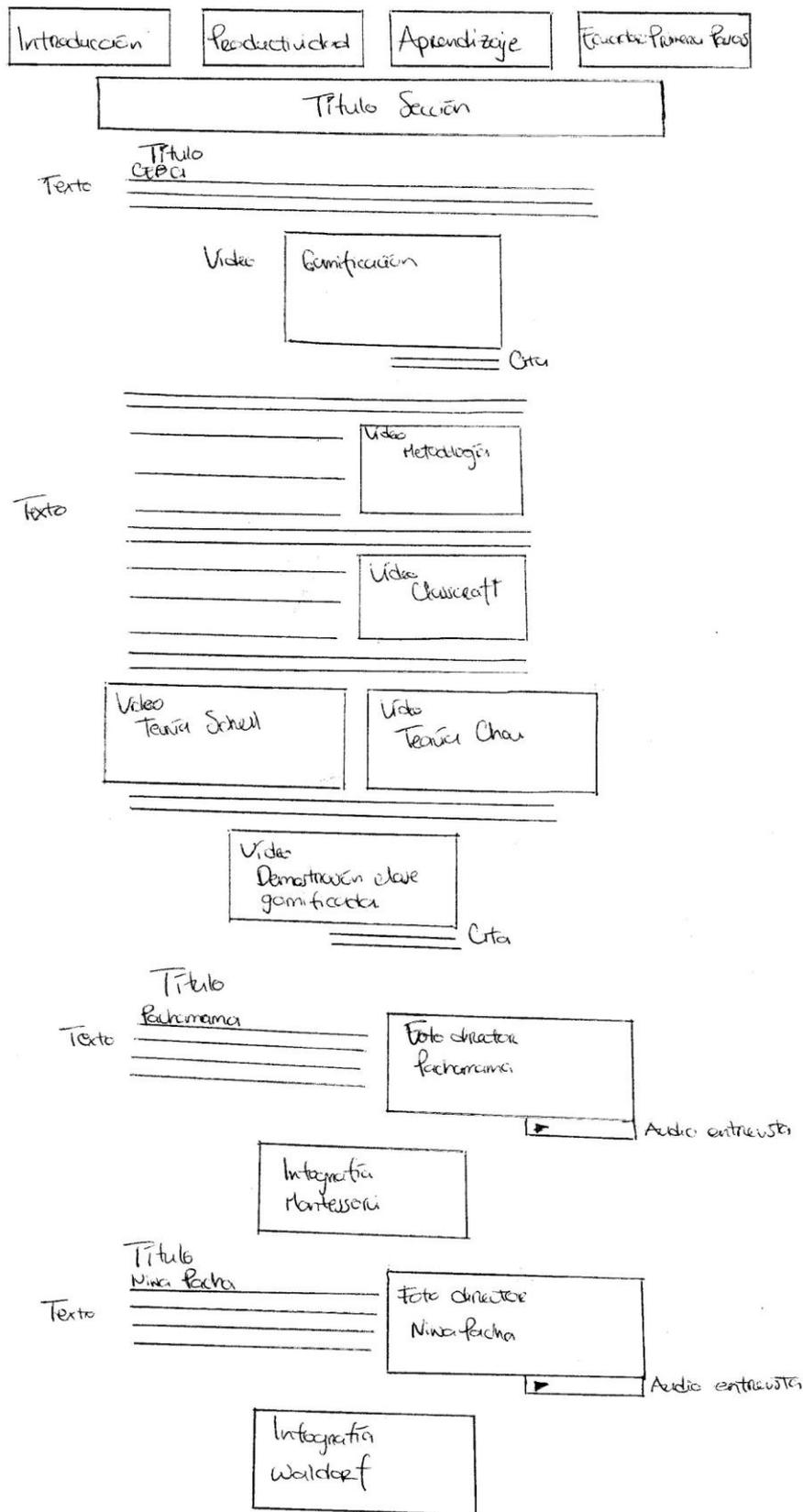


Figura 10. Tercera página del reportaje multimedia.

Introducción    Productividad    Aprendizaje    Escuela Primeros Pasos

EXPERIENCIA

Del otro lado de la Clase  
Cronica

Hand-drawn layout for a multimedia reportage page. It features a series of horizontal lines representing text. Two rectangular boxes are placed on the page, each containing the word "Fotografía". The first box is on the right side, and the second is on the left side. The word "Fotografía" is written in a cursive, handwritten style.

Figura 11. Cuarta página del reportaje multimedia.

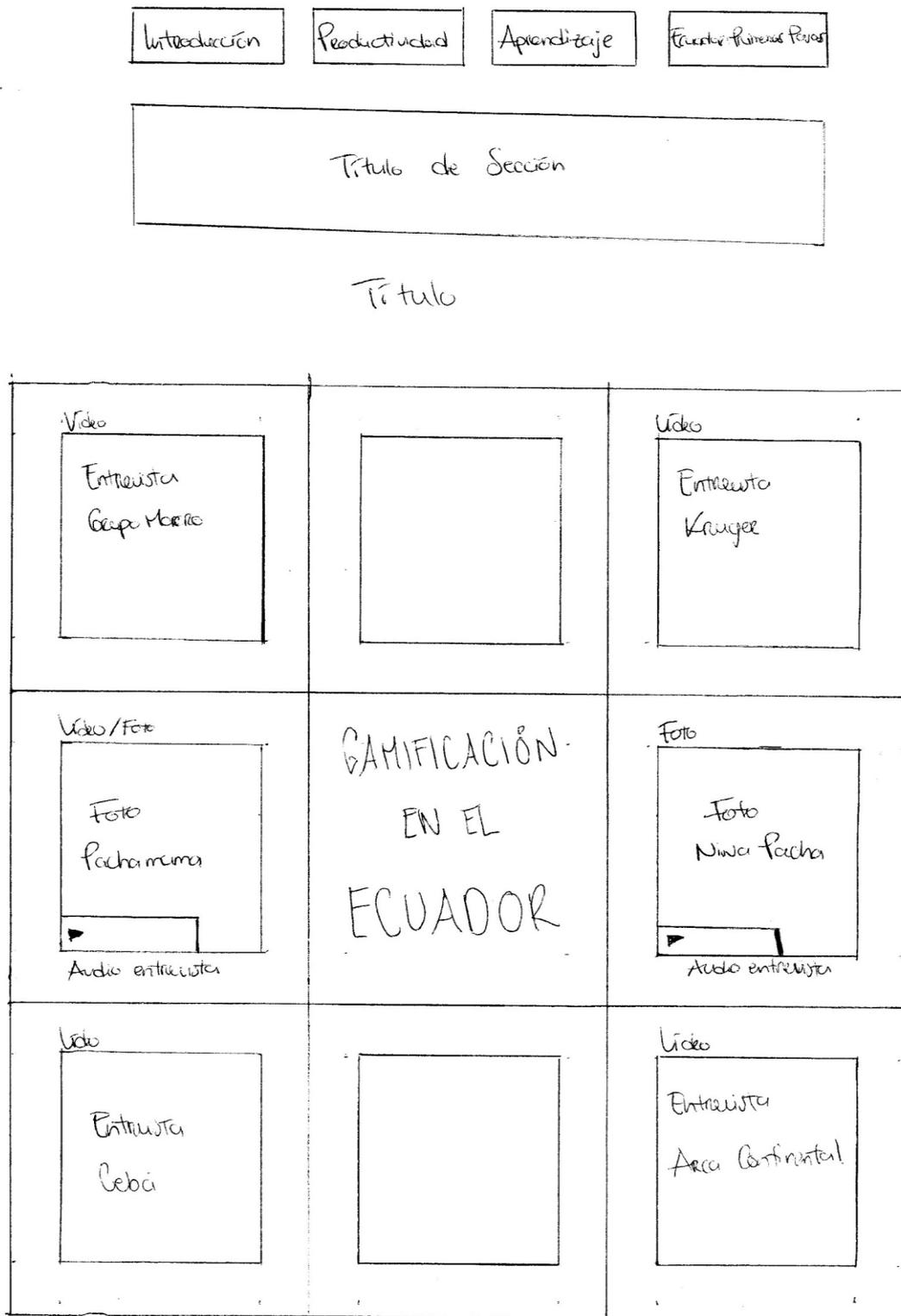


Figura 12. Quinta página del reportaje multimedia.

## **Link Reportaje Multimedia**

<https://ceponce24.wixsite.com/gamification>

## REFERENCIAS

- Ávila, B. (2016). *El uso del diseño de juegos en un contexto educativo*.
- Abbagnano, N. y Visalbergui, A. (1992). *Historia de la Pedagogía*. Fondo de Cultura Económica.
- Bluerabbit. (2015). Diciembre 2016, de <http://bluerabbit.io/>
- Chou, Y. (2015). *Actionable Gamification beyond points, badges and leaderboards*.
- Credilikeme. (2013) *Gamification World Map*. Diciembre 2016, de <http://www.gamificationworldmap.com/project/credilikeme-gamified-personal-loan-experience/>
- Ekos. (2017). *Panorama económico y laboral 2017*. Enero 2017, de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8618>
- El comercio. (2014). *La tecnología conjuga lo lúdico y lo educativo en las aulas de clase*. Diciembre 2016, de: <http://www.elcomercio.com/tendencias/tecnologia-conjuga-ludico-y-educativo.html>
- Escribano, F. (2013) *Gamificación versus ludictadura*. Disponible en <http://gamisolution.es/wp-content/uploads/2016/06/gamificaci%C3%B3n-versus-ludictadura.pdf>
- Gallego, C., De Pablos, C. (2012) *La gamificación y el enriquecimiento de las prácticas de innovación en la empresa: Un análisis de experiencias*. Enero 2017, de [http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09\\_11\\_22\\_p\\_4.pdf](http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09_11_22_p_4.pdf)
- Gallego, F. (2014) *Gamificar una propuesta docente Diseñando experiencias positivas de aprendizaje*. Enero de 2017, de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificacio%CC%81n%20\(definicio%CC%81n\).pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39195/1/Gamificacio%CC%81n%20(definicio%CC%81n).pdf)
- Grupo Macro. Disponible en: <http://www.gmacro.com/web/>
- Joplin, L. (1981) *On defining experiential education*. Disponible en <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/105382598100400104>

- Juliao, C. (2014) *Una Pedagogía Praxeológica*. Disponible en [http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3030/1/UnaPedagogiaPraxeologica\\_.pdf](http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3030/1/UnaPedagogiaPraxeologica_.pdf)
- Kruger Corporation. Disponible en: <http://krugercorporation.com/>
- Kuo, I. (2015). Nike+: *Building Community and Competitive Advantage with Gamification*. Diciembre 2016, de <http://www.gamification.co/2015/08/03/nike-building-community-and-competitive-advantage-with-gamification/>
- Lee, J. J., Hammer, J. (2011). *Gamification in Education: What, How, Why Bother?* Academic Exchange Quarterly, 15(2). Disponible en <https://www.uwstout.edu/soe/profdev/resources/upload/Lee-Hammer-AEQ-2011.pdf>
- Lynch, M. (2016). *Gamification Can Reinvigorate Teaching and Learning: An Introduction*. Recuperado el 09 de diciembre de 2016, de [http://blogs.edweek.org/edweek/education\\_futures/2016/10/gamification\\_can\\_reinvigorate\\_teaching\\_and\\_learning\\_an\\_introduction.html](http://blogs.edweek.org/edweek/education_futures/2016/10/gamification_can_reinvigorate_teaching_and_learning_an_introduction.html)
- McEachern, A. (2016). *Loyalty Case Study: My Starbucks Rewards*. Diciembre 2016, de <https://www.sweettoothrewards.com/blog/loyalty-case-study-starbucks-rewards/>
- Pineda, E., Velásquez, O. (2015) *La sistematización de experiencias educativas desde el enfoque praxeológico*. Disponible en [https://www.academia.edu/14537384/Sistematizaci%C3%B3n\\_de\\_experiencias\\_desde\\_el\\_enfoque\\_praxeol%C3%B3gico](https://www.academia.edu/14537384/Sistematizaci%C3%B3n_de_experiencias_desde_el_enfoque_praxeol%C3%B3gico)
- Sheldon, L. (2011). *The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game*. Cengage Learning.
- Simko, O. (2014) *Ludificación: crear comunidades de aprendizaje atractivas*. EAD Educación de adultos y desarrollo. Enero 2017, de <https://www.dvv-international.de/es/educacion-de-adultos-y-desarrollo/ediciones/ead-812014-comunidades/articulos/ludificacion-crear-comunidades-de-aprendizaje-atractivas/>
- Street Crosser. (2014) The Creators Project. Diciembre 2016, de

<http://thecreatorsproject.vice.com/blog/brazilians-are-playing-frogger-on-skyscrapers-to-raise-awareness-against-car-accidents>

Mora, A. (2013) The business of Gamification. HiSocial. Disponible en:

<http://www.hisocial.com/esp/blog/las-cifras-de-la-gamificacion>

Uptivation. (2015). Diciembre 2016, de <http://weggufication.com/#>

**ANEXOS**

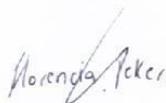
Quito, 23 de mayo 2017

Por medio de la presente:

Yo, Florencia Peker....., CI. 1713332300 autorizo el uso de  
**(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)**  
entrevista..... a la señorita Carolina Estefanía  
Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la  
Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje  
multimedia '**Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas**' como  
parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,



.....  
Nombre y apellido: Florencia Peker  
Cargo: Editora General  
Empresa: Grupo Macro  
Número de cédula: 1713332300  
Teléfono celular: 098 8856177  
Correo electrónico: fpeker@pmacro.com

Quito, 1 de junio 2017

Por medio de la presente:

Yo, Israel Sebastián Dueñas Bravo, CI. 1718555699, autorizo el uso de la entrevista grabada a la señorita Carolina Estefanía Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje multimedia **'Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas'** como parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,



Nombre y apellido: Israel Dueñas

Cargo: Jefe de RGM e Inteligencia Comercial.

Empresa: Arca Continental Ecuador.

Número de cédula: 1718555699

Teléfono celular: 0997349929

Correo electrónico: israel.duenas@arcacontal.com

Quito, 22 de Mayo de 2017

Por medio de la presente:

Yo, Pamela Nataly Vinueza Trujillo, con CI. 1722697560 autorizo el uso de entrevista y fotografías a la señorita Carolina Estefanía Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje multimedia '**Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas**' como parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Pamela Vinueza', is written over a horizontal dotted line.

Pamela Vinueza  
Asistente de Marketing  
Kruger Corporation S.A.  
1722697560  
0984245632  
pvinueza@kruger.com.ec

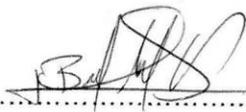
Quito, 02 de Mayo 2017

Por medio de la presente:

Yo, Brandon Abril Ávila, CI. 0106439886 autorizo el uso de  
**(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)**  
entrevista y videos a la señorita Carolina Estefanía  
Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la  
Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje  
multimedia '**Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas**' como  
parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,



Nombre y apellido: Brandon Abril  
Cargo: Consultor y Profesor  
Empresa: Arcadopp - CEBCI  
Número de cédula: 0106439886  
Teléfono celular: 0992173664  
Correo electrónico: branda.avila19@gmail.com

Quito, 28 de Abril 2017

Por medio de la presente:

Yo, Moises Arcos....., CI. 1707721476 autorizo el uso de  
**(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)**  
Video de Entrevista, fotos..... a la señorita Carolina Estefanía  
Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la  
Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje  
multimedia '**Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas**' como  
parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,

Moises Arcos  
.....

Nombre y apellido:

Cargo: Director

Empresa: NINA PACHA

Número de cédula: 1707721476

Teléfono celular: 0996016372

Correo electrónico: ninapacha\_@yahoo.com.mx

Quito, 28 de Abril 2017

Por medio de la presente:

Yo, Tobias Gorris....., CI. 1714151097 autorizo el uso de  
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)  
Entrevista, fotos..... a la señorita Carolina Estefanía  
Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la  
Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje  
multimedia 'Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas' como  
parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,



Nombre y apellido: Tobias Gorris  
Cargo: Dirección Ejecutiva  
Empresa: Pachamama  
Número de cédula: 1714151097  
Teléfono celular:  
Correo electrónico: Tobias.gorris@pachamama.edu.ec

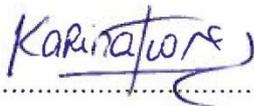
Quito, 22 de junio del 2017.

Por medio de la presente:

Yo, Karina Andrea Flores Freire., con CI. 1708309164 autorizo el uso de **(la entrevista realizada en las oficinas de ARCA CONTINENTAL)** a la señorita Carolina Estefanía Ponce Lara, con número de matrícula 700369, estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

La estudiante Carolina Ponce utilizará este material en el contexto del reportaje multimedia '**Gamificación y Ludificación en escuelas y empresas**' como parte de su trabajo de Proyecto de Titulación.

Atentamente,



Nombre y apellido: Karina Flores F.  
Cargo: Jefe de Reclutamiento y Selección  
Empresa: ARCA CONTINENTAL  
Número de cédula: 1708309164  
Teléfono celular: 0998380751  
Correo electrónico: karina.flores@arcacontal.com

## Encuestas

### GAMIFICACIÓN

El propósito de esta encuesta es realizar un diagnóstico de la efectividad de la metodología aplicada en las aulas de clase de la Universidad de las Américas. Los datos recogidos servirán para aplicar una metodología de Gamificación que permita trabajar en las deficiencias encontradas.

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Tiene problemas con la asistencia o puntualidad de sus estudiantes?

1      2      3      4      5

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Qué alcance cree que tiene su sesión de clases?

1      2      3      4      5

Conteste del 1 al 5 siendo 1 el más bajo y 5 el más alto: ¿Cuál es el nivel de motivación y compromiso que considera que tienen sus estudiantes?

1      2      3      4      5

Según la respuesta anterior, ¿por qué considera que existe o no esa motivación?

---



---

¿Considera que la metodología en sus clases es tradicional?

Sí

No

¿Qué es para usted una clase tradicional?

---



---

¿Sabe qué es Gamificación?

Sí

No

¿Le gustaría generar más 'engagement' e impacto en sus clases?

Sí

No

Formularios de Google: <https://goo.gl/forms/tAw97mGUliueM26A2>

**Gamificación**  
**Planificación Clase Modelo**

Tema a tratar: Cómo aplicar la Gamificación a una sesión de clases  
Duración: 1 hora

| Aprendizaje esperado   | Contenidos  | Actividad  | Materiales                                    | Evaluación   |
|--|---|--|---|--|
| <p>-Entender el concepto de Gamificación</p> <p>-Aplicar las mecánicas básicas de motivación externa</p>                                   | <p>-Qué es la Gamificación</p> <p>Generar experiencias.</p> <p>-Mecánicas de motivación externa</p> | <p>-Deberán tarjetas escondidas alrededor de la clase. Cada una de ellas tendrá una palabra clave que en conjunto permite comprender la definición de la Gamificación.</p> <p>-Se establecerá un Leaderboard en el que los profesores deberán ganar puntos para subir de puesto. Cada respuesta o aporte correcto equivaldrá a una estrella o nivel.</p> | <p>-Tarjetas</p> <p>-Pizarrón, marcadores</p> | <p>-Quien encuentre más tarjetas gana puntos.</p> <p>-Quien arme más rápidamente el concepto gana puntos.</p> <p>-A lo largo de la clase se llevará la cuenta de los puntos ganados ya sea individualmente o en grupo.</p> |
| <p>-Conocer sobre lo que significa mantener una actividad en el "flow" y distinguir de cuando existe mucha presión o muy poca presión.</p> | <p>-Conceptos básicos de flow y autotético.</p>   | <p>-Se jugará en parejas. Uno de ellos estará vendado los ojos e intentará memorizar la mayor cantidad de objetos posibles de una caja, mientras que el otro hará lo mismo pero sin una venda.</p>   | <p>-Venda, cajas, objetos.</p>                | <p>-La pareja que logre recordar la mayor cantidad de objetos gana puntos.</p>   |

|   |  |   |                          |  |
|---|--|---|--------------------------|--|
| <p>-Comprender la necesidad del uso de mecánicas.</p>                                     | <p>-Mecánicas comunes de la gamificación.</p>  | <p>-Explicación sobre el porqué del Leaderboard y la necesidad de una motivación.</p>   | <p>-</p>                 | <p>-</p>   |
| <p>-Conocer la importancia de una constante motivación durante la clase.</p>              | <p>-Formas de impulsar el compromiso.</p>  | <p>-Se presentarán tarjetas con actividades específicas. En un tiempo determinado cada quien deberá decir una palabra que lo motiva a hacer dicha actividad. Se irán pasando una pelota para cada turno.</p>  | <p>-Tarjetas, pelota</p> | <p>-Cada uno tendrá 3 vidas, quien quede con más vidas al final gana puntos.</p>               |
| <p>-Entender la importancia de la aplicación de la metodología en sus propias clases.</p> | <p>-Componentes de un juego y núcleos motivacionales.</p>  | <p>-Se dividirán en grupos de 3. En primer lugar dramatizarán una clase tradicional con profesor y estudiantes. En segundo lugar encontrarán las deficiencias de esa clase y en base a lo aprendido aplicarán una motivación que permita mejorar la involucración y retención de conocimiento de los estudiantes.</p> | <p>-Salón de clases.</p> | <p>- Toda dramatización que consiga aplicar una motivación y lograr un cambio gana puntos.</p> |
| <p>-Retroalimentación</p>   | <p>-Explicar cómo a través de la clase se han aplicados las técnicas y mecánicas de un modelo de Gamificación.</p> | <p>-Explicación</p>   | <p>-</p>                 | <p>-</p>   |

Jueves, 13 de julio de 2017

## **GAMIFICACIÓN**

### **Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada es una clase tradicional?

- Sí
- No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí
- No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí
- No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí
- No

5. ¿Por qué? ¿Cuáles considera que serían las dificultades?

---

---

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué? - Limitaciones

Espacio, cantidad de clases, otras actividades y responsabilidades.  
Cantidad de alumnos por clase

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué?

Para motivar a los alumnos

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué?

ES NECESARIO INCORPORAR NUEVAS FORMAS DE ENSEÑAR Y APRENDER

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué?

Porque en varias temas puede resultar interesante  
y para romper el esquema de clases tradicionales.  
Lo que me preocupa es el manejo de estas  
actividades en clases muy numerosas.

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué?

Porque es motivador.

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí  
 No

5. ¿Por qué?

Porque pueden, conjuntamente con clases más tradicionales, hacer ~~por~~ el aprendizaje sea más completo y atienda a los distintos estilos de aprendizaje de la audiencia.

Jueves, 13 de julio de 2017

**GAMIFICACIÓN**  
**Evaluación 'Clase modelo'**

Esta encuesta es para conocer los resultados de la metodología aplicada en la clase modelo de Gamificación.

1. ¿Considera que la clase dictada una clase tradicional?

- Sí  
 No

2. ¿Considera que ha adquirido una mayor comprensión y retención de la información dada en comparación a una clase tradicional?

- Sí  
 No

3. ¿Considera necesaria la aplicación de este tipo de metodologías en un salón de clases?

- Sí  
 No

4. ¿Aplicaría esta metodología a sus clases?

- Sí ... Pero  
 No

5. ¿Por qué?

→ La dificultad sería la cantidad de clases de asignaturas y el poco tiempo de preparación que se significa

