

GAMIFICACION EN UNA EMPRESA.

CONTEXTO.

La gamificación consistirá en la ampliación de conocimientos para nuevos empleados y en el reciclado del personal más veterano de una gran empresa dedicada a la venta de tecnología. Se hará usando una aplicación para el móvil, la cual descargarán todos aquellos que quieran participar. La aplicación será muy sencilla, para que cualquier persona sea cual sea su nivel tecnológico, su franja de edad o sexo puedan manejarlo. Ya que en la empresa puede haber trabajadores de diferentes franjas de edad, desde nativos digitales a personas más mayores no digitales. En dicha aplicación habrá videos (cortos) de nuevos productos de las marcas que comercializa la empresa (para ampliar conocimientos y reciclado), de apoyo en el puesto de trabajo, motivacionales, etc. También habrá un pequeño cuestionario tipo test al final de los videos educativos, para comprobar si el aprendizaje o refuerzo han sido provechosos. Por último, tendrá un chat para comentar dudas e ideas para la empresa y mejorar la convivencia en el trabajo.

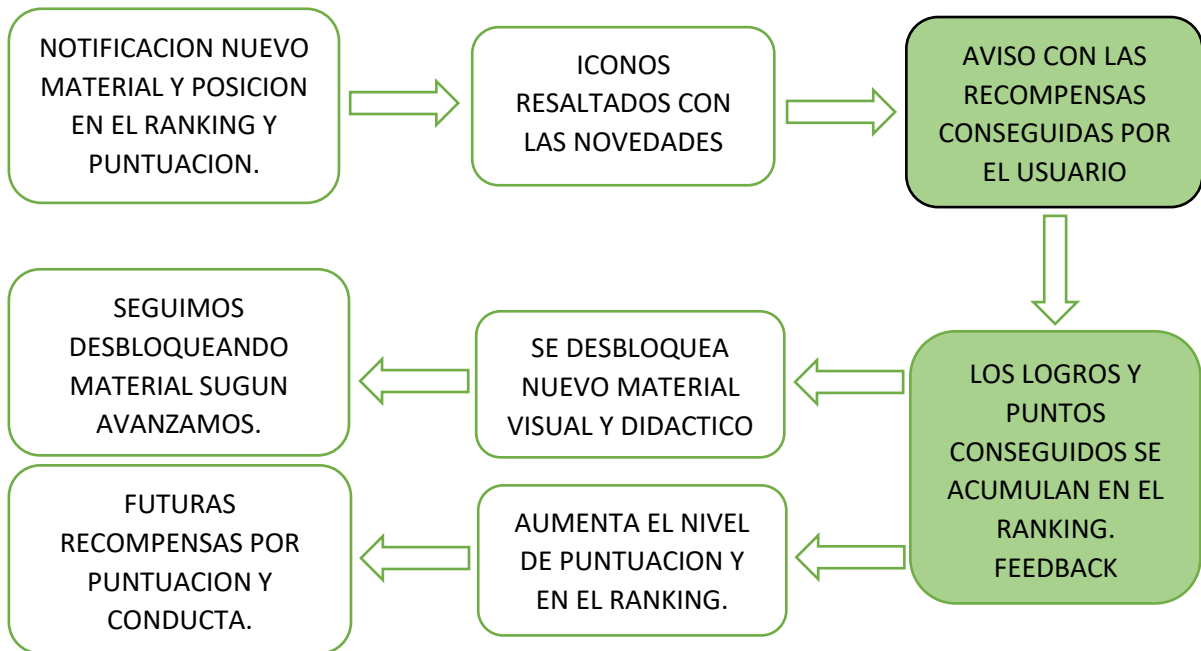
MODELO DE MOTIVACIÓN.

La motivación vendrá dada a través de un ranking mensual, en el que aparecerán los empleados con sus puntuaciones. Dichas puntuaciones se consiguen visualizando los videos, respondiendo a los cuestionarios educativos y dando ideas positivas para la empresa y los empleados. Se mandan notificaciones auditivas y visuales para que los empleados puedan ver su progreso y en qué posición del ranking están.

Modelo de autodeterminación.

- Autonomía: los empleados podrán ver o interactuar con cualquier cosa que se les permita en la aplicación, siempre dándoles una sensación de control.
 - Maestría: mejorarían en el trabajo ampliando sus conocimientos personales. Mejorando en sus puntuaciones de manera más rápida.
 - Propósito: se puede mejorar el ambiente de trabajo, mediante la comunicación. El chat refuerza esta parte. Poder ayudar a compañeros o dar ideas generales.
 - Progreso: los empleados pueden ver sus logros conseguidos. Feedback de los logros para motivar a los empleados, mediante mensajes con medallas visuales y posición en el ranking.
 - Interacción social: a través del chat los empleados están interconectados entre sí y con la empresa, para cualquier comentario, duda o aportación. Habrá una persona motivadora encargada de guiar o mantener dicho chat, para dudas o peticiones a la empresa.
-
- Motivación extrínseca: la empresa podría premiar o bonificar a esos empleados que lleguen a los objetivos señalados en el tiempo señalado.
 - Motivación intrínseca: los empleados se automotivan para ser mejores en su trabajo buscando nuevos desafíos y soluciones.

FLUJO DE CONDUCTA DE LOS USUARIOS.



PERFIL IDEAL DE USUARIO.

<p>DAVID</p> <p>Estudiante joven de área urbana, muy conectado con la tecnología y las redes sociales. Le gusta pertenecer a un grupo y su poder adquisitivo no es muy alto.</p> <p>KEYWORDS</p> <p>Fotografía, fiesta, videoconsola, cine, música, comida rápida, NBA, digital, Thrasher, ADIDAS, comics.</p>	<p>PERFIL</p> <p>Edad: 20 años Estado civil: Soltero sin hijos Empleo: Vendedor Sueldo: 15.000 € Compañía: Multinacional sector retail Formación: E.S.O. Carrera: Sin experiencia. Otros trabajos sin relación a la venta. Estudiando informática. Hábitos de consumo: Le gusta comprar a través de internet. Busca las ofertas, no le importa esperar si el ahorro es bueno. Redes Sociales Utilizadas: Tumblr, Instagram y Twitter.</p>	<p>SEGMENTO: Nativo Tecnológico</p> <p>Son los que han nacido ya con las nuevas tecnologías. Inmersos en la interacción con la tecnología.</p>
<p>TIPOS DE USUARIO</p> <p>Philantropist: No tiene demasiada experiencia. Player: le motivan mucho los premios. Free Spirit: explorar le gusta mucho. Socialiser: Necesita estar conectado. Achiever: se motiva al aprender cosas nuevas. Disruptor: le gusta el cambio, puede forzarlo negativa o positivamente.</p>	<p>NARRATIVA</p> <p>David es un buen estudiante amante de la tecnología. Se mueve como pez en el agua en las las redes sociales y en el manejo de la tecnología. Como consumidor, investigara en la red los precios más bajos y arriesgara si es necesario. Descarga cualquier tipo de APP, películas, series, música, es un gran consumidor de entretenimiento. Le gusta salir con amigos y tocar música con su grupo.</p>	<p>TECNOLOGIA</p> <p>Le encanta la tecnología, pero la ve como algo de consumo rápido. Ningún concepto tecnológico le es extraño. Es un jugador habitual. Muy competitivo en shooters Online. Tiene Xbox One y PC.</p> <p>NECESIDADES EMOCIONALES</p> <p>Preocupaciones: Inseguridad social, necesita ser reconocido por un grupo. Pasiones: Videojuegos, salir con amigos, redes sociales, tocar la guitarra, jugar al baloncesto.</p>

CONCLUSIONES.

La conclusion a la que llegamos es que el impacto más importante en el proyecto seria en un rango de edad de 18 a unos 30 años, ya que es el rango más tecnológico. En rangos de edad superior el impacto sería menor. El impacto de la acción entre diferencias de sexo no sería muy significativo. La motivación por la vía del aprendizaje y los premios asociados funcionan muy bien en estos rangos de edad (18-30 años).