

*Información del artículo**Recibido: 11/2022**Revisado: 05/2023**Aceptado: 12/2023**Información del autor*

*Proyecto de Investigación:
Rediseño del Modelo Canvas,
Grupo de Investigación: Calidad
y Productividad, Universidad de
Caldas.

Correspondencia

*cristian.castrillon@ucaldas.
edu.co

© 2022. Universidad La Gran
Colombia. Este es un artículo
de acceso abierto, distribuido
bajo los términos de la licencia
Creative Commons Attribution
License 4.0, que permite el
uso ilimitado, distribución y
reproducción en cualquier
medio, siempre que el autor
original y la fuente se acrediten.

Cómo citar

Quintero, F., Castrillón Arias,
C. G., & Castellanos Galeano,
J. F. (2023). La Gamificación
Como Estrategia Para Fortalecer
La Cultura Emprendedora.
Contexto, 11(1). [https://doi.
org/10.18634/ctxj.11v.1i.1260](https://doi.org/10.18634/ctxj.11v.1i.1260)

La Gamificación Como Estrategia Para Fortalecer La Cultura Emprendedora*

Cristian Giovanni Castrillón Arias

José Fernando Castellanos Galeano

Felipe Andrés Quintero Higuita

Resumen

La cultura emprendedora principalmente es el conjunto de valores que proporciona habilidades que contribuyen al desarrollo social creciente a nivel global, genera cada vez más adeptos, con el objetivo de fortalecer los escenarios económicos, financieros y de convivencia sana y de innovación, en las organizaciones y en general en las comunidades. Ello amerita entonces, generar espacios cada vez más didácticos y efectivos para que las personas tengan acceso a un aprendizaje colaborativo e incluyente sobre diseño de modelos de negocio y puesta en marcha de los mismos.

Es entonces que valiéndose de diferentes recursos entre ellos la estrategia de enseñanza de la gamificación como estrategia la cual traslada la mecánica de los videojuegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados, ya sea para obtener mejores resultados.

Este tipo de aprendizaje gana terreno en las metodologías de formación, y esto se debe al poseer un carácter lúdico que de una u otra manera facilita la interiorización de conocimientos de una forma agradable, generando una experiencia positiva. Ayuda a absorber algunos conocimientos y conceptos y/o mejorar alguna habilidad y es precisamente valiéndonos de este recurso, tenemos como fin el fortalecimiento de la cultura emprendedora.

Así las cosas, es posible concluir que la gamificación es un medio metodológico innovador, que permite el aprendizaje de cualquier tema en un entorno de diversión y esparcimiento, así mismo se destaca que la cultura y desarrollo emprendedor es un pilar relevante y cada vez más útil en el desarrollo de las comunidades del mundo.

Palabras clave: Competencias, Cultura y desarrollo emprendedor, Estrategia de enseñanza de la Gamificación, Modelo de desarrollo Canvas.



Gamification As A Strategy To Strengthen The Entrepreneurial Culture

Abstract

The entrepreneurial culture as a growing social characteristic at a global level, generates more and more followers, with the aim of strengthening the economic, financial and healthy coexistence and innovation scenarios, in organizations and in general in communities.

This then warrants generating increasingly didactic and effective spaces so that people have access to collaborative and inclusive learning on the design of business models and their implementation, within the framework of the gamification strategy which transfers the activity of games to the educational field and this is precisely the objective center of this article. Methodologically, the teaching for the strengthening of the entrepreneurial culture in people, follows an identification route, which shows the scenario of action, characterization, which lands and describes the skills in entrepreneurial culture, prioritization - selection, which segments the apprentices and design, which presents a new methodological strategy. As results, a methodological guide for learning and strengthening the entrepreneurial culture applying gamification is presented, in addition to evidencing the methodological strategy in the delivery of the CANVAS model as a relevant work tool in this environment of action.

Thus, it is possible to conclude that gamification is an innovative methodological medium, which allows the learning of any topic in an environment of fun and recreation, likewise it is highlighted that the entrepreneurial culture is a relevant and increasingly useful pillar in the development of the world's communities.

Keywords: Competences, Culture and entrepreneurial development, Gamification teaching strategy, Canvas development model.

Introducción

Nos encontramos en un mundo donde los cambios surgen de manera veloz, mirar hacia el futuro no es solo una estrategia adicional para la planificación estratégica, sino un ejercicio esencial para toda estrategia global y esto no es ajeno a toda índole de proyectos (Castro, 2018). El reconocimiento temprano y la anticipación visionaria del potencial tecnológico juegan un papel clave en un mundo globalizado que se caracteriza por la mejora de la competitividad. Los diferentes avances tecnológicos y la aparición de continuas estrategias para transmitir el conocimiento, impactan la mayoría de ocasiones generando resultados positivos.

Desde hace varios años (inicios del siglo XXI), las iniciativas con posibilidad de ser proyectos productivos han incrementado la necesidad y relevancia de ajustarse a que su diseño, desarrollo y aplicación, estén alineados con la vigencia temporal global, trascendiendo de planes de negocio (escenario posterior), hacia iniciar con modelos de negocio efectivos en el desarrollo rápido de las



ideas (Asturias Corporación Universitaria, 2010:); es el caso que permite el modelo de negocios Canvas (Business Model Canvas), el cual ofrece una ruta para lograr esas demandas, dicho modelo ha trascendido todo el planeta como herramienta efectiva en tales pretensiones (Universidad del Bío-Bío, 2015); el proyecto fuente del presente artículo, busca, entre otras pretensiones, diseñar un complemento metodológico a dicho modelo que le dé pertinencia respecto de los actuales escenarios tecnológicos, de apropiación adecuada por parte de los usuarios del modelo y de una oportuna puesta en marcha, dadas las condiciones actuales y futuras en el mundo, empleando para ello las especiales e innovadoras posibilidades de la gamificación como técnica de aprendizaje a partir de la disposición de los juegos en dicho escenario didáctico (Contreras, 2018); estas pretensiones deben seguir una ruta de construcción que inicie con la revisión exhaustiva de lo ya construido, continúe con las posibilidades actuales en estrategias tecnológicas de los juegos, acciones de entrenamiento para apropiación del modelo y puesta en escena de proyectos, en un escenario de “aprendizaje con diversión y esparcimiento” para terminar no solamente en un modelo Canvas actualizado a las necesidades vigentes y de futuro próximo, así como un contexto de autoaprendizaje de dicho producto integral en iniciativas de negocio productivas.

Por último, es destacable que la investigación fuente del presente artículo fue desarrollada en el escenario empresarial de la zona de influencia institucional y ha desarrollado actividades por espacio de dos años, desde su concepción como idea de trabajo para generación de nuevo conocimiento en el contexto empresarial y emprendedor.

Desarrollo

El modelamiento de iniciativas de negocio es una actividad que requiere cada vez con más premura una proliferación global, es por ello que el proyecto de investigación fuente del presente artículo, se concentra, entre otras pretensiones, en producir un complemento metodológico para la apropiación efectiva del modelo Canvas, de manera autónoma y para ello la gamificación ha sido un escenario propicio, innovador y didáctico para lograrlo.

El modelo Lean Canvas fue propuesto por Ash Maurya es una adaptación del modelo de negocios Canvas (Osterwalder y Pigneur , 2010)) el cual se centra en problemas, soluciones, métricas claves y ventajas competitivas (Canvanaizaer, s.f). El modelo de negocios Canvas es una buena herramienta que le ayudará a entender cualquier modelo de negocio claramente con su estructura definida (Business Model Canvas, 2021) y el modelo EFQM es reconocido a nivel mundial porque permite medir en dónde está el camino hacia la transformación, ayudándoles a entender las brechas y posibles soluciones disponibles para mejoramiento continuo en las organizaciones y su rendimiento. (EFQM, 2022).

La transformación digital es un desafío clave para las empresas, va acompañado de grandes oportunidades como la optimización de producción y procesos, posibles nuevos modelos de



negocios basados en datos y nuevas perspectivas para la interacción con los clientes (Brunner y Wolfartsberger, 2020).

Los modelos de negocio como Canvas se pueden utilizar para capturar, comprender, comunicar, diseñar, analizar y cambiar la lógica empresarial de una empresa (van Capelleveen et al., 2019) e identifica las partes esenciales de un negocio; su aplicabilidad y simplicidad le ha dado una mayor aceptación y difusión.

En el contexto global actual y de futuro próximo, bajo las condiciones de incertidumbre y desdén que aquejan a la humanidad, entre otros ámbitos, desde el punto de vista económico, es necesario generar escenarios productivos innovadores y efectivos para enfrentar tales condiciones (Pizá , et al., 2018), ello conduce a un escenario de creación y autoaprendizaje que permita a los emprendedores lograr resultados de forma más rápida sin detrimento de la calidad y la innovación: ¿Qué estrategia metodológica permite aprender a ubicar una iniciativa de negocio en un ámbito creciente y competitivo (nuevos mercados) en el menor tiempo posible y con el uso apropiado de estrategias tecnológicas como valor agregado, evidenciando los resultados de beneficio en los diferentes stakeholders?. Ante este ámbito de oportunidad surge la controversia entre profesores con estrategias metodológicas tradicionales y aprendices con aspiraciones de aprendizaje en escenarios diferentes que usen la tecnología como puente para alcanzarlo (Flores et al., 2021) , es aquí donde la gamificación se presenta como una estrategia que puede articular los cerebros de la revolución digital, con cerebros de generaciones anteriores (Manzanares, 2020). La gamificación se concibe, así como una metodología activa de motivación para construir aprendizaje significativo.

Debido a su carácter atractivo, la gamificación sirve para incrementar la motivación en la realización de tareas que normalmente pueden ser consideradas pesadas. Transmitir nuevos conceptos, a la vez que se experimenta una diversión, hacen un pilar fundamental para el aprendizaje.

Asimismo, la gamificación puede mejorar la asistencia y la participación en el proceso de aprendizaje, puesto que se fomenta el trabajo en equipo mediante la consecución de objetivos, los componentes básicos son:

- Dinámicas: como las emociones, la narración o la progresión del juego.
- Mecánicas: de cooperación, competición o recompensa
- Componentes: puntos, clasificaciones o niveles.

Estos elementos, combinados entre sí, permiten impulsar el comportamiento de las personas para despertar la motivación en ellas (Martínez et al., 2019) .

Ahora bien, el entorno económico mundial se ha visto afectado negativamente por la situación que actualmente y a futuro próximo es incierta respecto de los diferentes factores que son determinantes en la economía global “el petróleo y las energías alternas, acceso social a internet y en general a las tecnologías, el detrimento medioambiental y el crecimiento económico, entre otros” quiénes serán



los ganadores y los perdedores. (Schifferes, 2021). Este escenario de incertidumbre económica, da cuenta de acciones encaminadas a generar nuevos proyectos productivos con más agilidad en su puesta en marcha y crecimiento, así como del apoyo tecnológico para llegar a escenarios globales; ya que de lo contrario los proyectos nacientes tendrán poca garantía de crecimiento y sostenibilidad en el entorno productivo al que aplican.

Es por ello que se hace necesario auscultar sobre temas de este tipo, con el fin de crear una conciencia social productiva, con características diferentes a las tradicionales, en la cual los beneficiarios sean de muchos y no de unos cuantos, un ambiente de inclusión económica creciente, a partir de proyectos que empleen un modelo efectivo de trabajo, como lo ha sido el modelo Canvas, el cual adolece de un aliado relevante como lo es la tecnología y que tenga como visión relevante la puesta en marcha oportuna.

Conclusiones

La gamificación como estrategia de enseñanza y escenario para el aprendizaje, permite, entre otros temas, involucrar la cultura emprendedora y específicamente del modelo Canvas, como objetos de aprendizaje y autoaprendizaje.

La cultura emprendedora ha generado contextos crecientes de involucramiento social, con el objetivo de desarrollar competencias que permitan el fortalecimiento de la calidad de vida de las personas y por ende de las comunidades que conforman.

La adquisición de competencias (Conocimientos + habilidades + valores personales) para el desarrollo y apropiación del modelo Canvas, usando gamificación, conlleva a un crecimiento inevitable en proyectos productivos de diversos sectores de la economía.

Referencias bibliográficas

Asturias Corporación Universitaria (2010) *Idea y Modelo de Negocio*. Asturias Corporación Universitaria

Business model canvas. (2021). Business Models Inc. <https://www.businessmodelsinc.com/en/inspiration/tools/business-model-canvas>

Castro, J. (2018). La prospectiva empresarial estratégica y el futuro de las organizaciones. *Foco Empresarial*, 1(2), 26-31.



- Contreras, F. (2018) La gamificación como estrategia de aprendizaje para mejorar el desempeño académico en estudiantes de tecnología. 8 (1), 27 – 39.
- Flores, M., Ortega, M. y Sánchez, M. (2021) Las Nuevas Tecnologías Como Estrategias Innovadoras De Enseñanza-Aprendizaje En La Era Digital. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 24(1). <https://doi.org/10.6018/reifop.406051>
- Martínez, A., Rodríguez, K., Ochomogo, Y., y Miguelena, R. (2019). Gamificación: La enseñanza divertida. *El Tecnológico*, 28(1), 9-11. Recuperado a partir de <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/el-tecnologico/article/view/2114> Osterwalder
- A. & Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley products.
- Pizá, I., Cabrera, M. & Orduño, B. (2018) *Producción y aplicación innovadora del conocimiento*. Instituto Tecnológico de Sonora
- EFQM Model*. (2022, 18 agosto). EFQM. <https://efqm.org/>
- Schiffes, S. (2021). Economía mundial en 2021: quiénes serán los ganadores y los perdedores. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55564149>
- Universidad del Bío-Bío Chile, (2015) Modelos de Negocio con Metodología CANVAS
- Van Capelleveen, G., Amrit, C., Yazan, D. y Zijm, H. (2019). The recommender canvas: A model for developing and documenting recommender system design. *Expert Systems with Applications*, 129, 97-117. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.04.001>

