

**Gamificación en la capacitación de call centers: estrategias para motivar y mejorar el  
rendimiento de los agentes en Medellín**

Karem Julieth Cubillos Caicedo

Asesora

Eliana Cruz Carvajal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias de la Educación ECEDU

Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Énfasis en Inglés

2025

## Resumen

Este documento es el resultado de un ejercicio de investigación formativa, desarrollado como opción de grado, que permitió reflexionar sobre la práctica pedagógica y la investigación educativa en contextos corporativos de formación laboral. El estudio se llevó a cabo en la empresa Concentrix, ubicada en la ciudad de Medellín, trabajando con un grupo focal compuesto por diez empleados adultos pertenecientes a la cuenta Temu, quienes se encontraban en proceso de capacitación en atención al cliente. El objetivo general fue fortalecer la adquisición de habilidades en atención al cliente mediante la implementación de gamificación en la plataforma ALBA durante el año 2025. Se utilizó un enfoque cualitativo con un diseño de estudio de caso, lo que permitió comprender a profundidad las percepciones, comportamientos y transformaciones de los participantes en su contexto real.

En este marco, se puso en juego la variable gamificación, entendida como el uso de dinámicas y mecánicas de juego en entornos no lúdicos, reconociendo sus efectos en el aspecto ontológico de los participantes, principalmente en su motivación intrínseca, su nivel de autonomía y su disposición hacia el aprendizaje colaborativo. A lo largo de la intervención, se identificaron cambios significativos, su compromiso con las actividades formativas y la retención del conocimiento, aspectos que fueron registrados mediante observación, entrevistas, cuestionarios y diarios reflexivos. A partir de este ejercicio investigativo, se concluyó que la gamificación, aplicada de forma contextualizada y orientada al desarrollo de competencias específicas, transforma positivamente la experiencia formativa en entornos laborales.

***Palabras clave:*** gamificación, motivación, aprendizaje, habilidades, formación

## Abstract

This document is the result of a formative research project developed as a graduation requirement, aimed at reflecting on pedagogical practices and educational research in corporate training contexts. The study was conducted at Concentrix, a customer service company located in Medellín, working with a focus group of ten adult employees from the Temu account who were undergoing training in customer service. The general objective was to strengthen the acquisition of customer service skills through the implementation of gamification using the ALBA platform during 2025. A qualitative approach and a case study design were adopted to explore participants' perceptions, behaviors, and transformations in their real working environment.

The research applied the variable gamification, understood as the use of game mechanics in non-game contexts, and analyzed its effects on the ontological dimension of the participants, particularly in terms of intrinsic motivation, autonomy, and collaborative learning. Throughout the intervention, significant changes were observed in participants' engagement, motivation, and knowledge retention. These findings were documented through interviews, reflective journals, observation, and post-experience questionnaires. It was concluded that gamification, when applied in a contextualized and purposeful way, not only enhances learning outcomes but also transforms the overall training experience in workplace environments.

**Keywords:** gamification, motivation, learning, skills, training

## Tabla de Contenido

Introducción .....	7
Caracterización .....	9
Planteamiento del Problema .....	12
Pregunta de Investigación .....	14
Objetivos .....	15
Objetivo General .....	15
Objetivos Específicos .....	15
Marcos de Referencia .....	16
Referentes Conceptuales .....	16
Gamificación y su Relación con el Acercamiento de los Empleados a la Plataforma ALBA .....	16
Participación Activa y su Papel en la Experimentación con Actividades Gamificadas .....	16
Motivación en el Aula y los Cambios en la Adquisición de Habilidades.....	17
Aprendizaje en Entornos Laborales y su Conexión con la Gamificación .....	18
Referentes Teóricos.....	19
Referentes Técnicos .....	22
Referentes Legales .....	23
Referentes Éticos.....	25
Herramientas y Métodos .....	27
Enfoque y Tipo de Estudio.....	27
Unidad de Análisis .....	28
Técnicas para la Recolección de Datos .....	28

Exploración.....	28
Movilización.....	29
Indagación de Cambios.....	29
Análisis de Datos.....	30
Categorías para el Análisis de Datos.....	30
Resultados.....	33
Acercamiento de la Población a la Variable.....	33
Experimentación.....	34
Identificación de Variaciones.....	36
Análisis y Discusión.....	38
Conclusiones y Recomendaciones.....	41
Referencias Bibliográficas.....	44
Apéndices.....	47

**Lista de Apéndices**

<b>Apéndice A</b> <i>Muestras de Investigación</i> .....	47
--	----

## Introducción

En los últimos años, el uso de estrategias innovadoras para la formación en entornos laborales ha cobrado gran relevancia, especialmente en contextos donde la capacitación constante es vital para garantizar un servicio de calidad. Una de estas estrategias emergentes es la gamificación, entendida como la aplicación de elementos lúdicos en escenarios no lúdicos con fines pedagógicos. En el ámbito de la atención al cliente, donde la retención del conocimiento, la empatía y la solución de problemas son competencias esenciales, el diseño de experiencias de aprendizaje que promuevan la participación activa y la motivación del personal resulta cada vez más necesario. Este proyecto se enmarca en ese interés, explorando cómo el uso de la gamificación puede contribuir al desarrollo de habilidades laborales dentro de una organización reconocida por su enfoque en el servicio: la empresa Concentrix, sede Medellín.

A pesar del auge de herramientas tecnológicas en los procesos de formación, aún persisten brechas significativas entre los métodos tradicionales de capacitación y las necesidades reales de los empleados. En muchos casos, la formación en empresas de servicio al cliente se percibe como monótona o poco efectiva, lo cual repercute negativamente en el compromiso del personal y en los indicadores de desempeño.

Estudios como los de Domínguez et al. (2013) y Bermejo Rodríguez (2025) han demostrado que las dinámicas gamificadas pueden incrementar la motivación, mejorar la retención de conocimientos y facilitar la adquisición de competencias clave.

No obstante, es necesario seguir profundizando en cómo estas metodologías pueden ser adaptadas a contextos empresariales reales, especialmente en procesos formativos vinculados a la atención al cliente. Por esta razón, esta investigación se propuso analizar el impacto de la gamificación como estrategia pedagógica implementada a través de la plataforma ALBA,

desarrollada por la misma empresa Concentrix, buscando así cerrar una brecha metodológica y práctica en el entorno laboral.

El objetivo general de esta investigación fue fortalecer la adquisición de habilidades en atención al cliente en empleados adultos de la empresa Concentrix en Medellín mediante la implementación de gamificación en la plataforma ALBA durante el año 2025. Para lograrlo, se adoptó un enfoque cualitativo bajo el diseño metodológico de estudio de caso, el cual permitió comprender las percepciones, actitudes y transformaciones de los participantes. La recolección de datos se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, observación directa, diarios reflexivos y cuestionarios postexperiencia, triangulando así diferentes fuentes para un análisis profundo del fenómeno.

El principal hallazgo de este estudio evidenció que la gamificación aplicada de forma contextualizada a través de ALBA no solo mejoró la retención de conocimientos y el desempeño en atención al cliente, sino que también generó transformaciones en la motivación y el compromiso de los participantes con el proceso formativo. Este resultado destaca la importancia de replantear las metodologías de formación en contextos laborales e invita al lector a explorar en profundidad el presente informe, el cual detalla cómo la integración de elementos lúdicos permitió movilizar el aspecto ontológico de los empleados, convirtiendo la experiencia de aprendizaje en un proceso significativo y transformador.

## Caracterización

El proyecto de investigación se llevará a cabo en un grupo focal perteneciente a mi ambiente laboral, y no a una institución educativa formal. La investigación se desarrollará en la empresa Concentrix, ubicada en el barrio Centro de la ciudad de Medellín. Esta compañía se especializa en servicios de atención al cliente para diversos comercios. El proyecto se centrará en la cuenta Temu, dedicada a la atención de clientes a través de plataformas digitales, principalmente en español.

El contexto social y económico es relevante, dado que la empresa se localiza en un centro comercial de la zona centro, caracterizado por su orientación hacia un público de clase media-baja. Cabe señalar que este centro comercial ha experimentado una disminución en la actividad comercial debido a la baja capacidad de consumo de los visitantes.

Como formadora del producto en Concentrix, mi función principal será la recepción y capacitación de grupos de trabajo, enfocándome en el desarrollo de habilidades y conocimientos en atención al cliente, así como en los estándares de servicio requeridos.

Para comprender mejor las percepciones del grupo, se llevará a cabo un grupo focal compuesto por 10 adultos empleados de la empresa. Esta técnica cualitativa permitirá recabar información detallada sobre la percepción de los participantes en relación con el uso de la gamificación en procesos de formación laboral. Previamente a la discusión, los participantes recibirán una inducción sobre el producto y los servicios de atención al cliente, proporcionando así un contexto adecuado para el desarrollo de la investigación.

El grupo focal estará conformado por adultos de entre 20 y 45 años, reflejando la diversidad típica de la industria de los call centers. La mayoría cuenta con educación media (bachillerato básico), ya que este sector no exige formación profesional universitaria. Aunque

algunos cargos requieren capacitación técnica adicional, la empresa prioriza las competencias prácticas y la capacidad de los empleados para cumplir con sus funciones, por encima de los títulos académicos formales.

Desde el punto de vista socioeconómico, los participantes provienen de barrios de estratos bajos y de clase media. Sus ingresos mensuales corresponden al salario mínimo vigente, complementados con bonificaciones que les permiten cubrir necesidades básicas, financiar estudios o sostener a sus familias. Dentro del grupo es común encontrar madres y padres cabeza de familia, quienes buscan estabilidad económica a través de su empleo. La flexibilidad de la industria facilita la conciliación entre el trabajo y las responsabilidades familiares, convirtiéndola en una opción atractiva para quienes requieren adaptabilidad en sus horarios laborales.

El desempeño exitoso en este ámbito requiere habilidades blandas específicas, fundamentales en el servicio al cliente. Sin embargo, la adquisición de conocimientos sobre el producto enfrenta varios desafíos, siendo el tiempo uno de los principales. La empresa demanda productividad inmediata, y la constante rotación de personal y creación de nuevos equipos afecta la asimilación efectiva del contenido en períodos breves de capacitación.

Esta presión productiva puede limitar la disposición de los participantes para involucrarse plenamente en los procesos de formación, especialmente cuando perciben la capacitación como un requisito meramente operativo. Esta percepción reduce su motivación y dificulta la apropiación de los conocimientos mediante plataformas de gamificación implementadas por la empresa.

Adicionalmente, el entorno social y comunitario de los participantes también incide en su proceso de aprendizaje. La residencia en barrios de estratos bajos y medios, donde las oportunidades educativas y laborales son limitadas, restringe el acceso a formación continua y a

espacios de desarrollo personal y profesional. Las condiciones económicas, las responsabilidades familiares y la incertidumbre sobre el futuro impactan emocionalmente a los trabajadores, afectando su disposición para participar activamente en programas de formación.

Muchos participantes son padres o madres cabeza de familia, responsables del bienestar de sus hijos, y deben compaginar extensas jornadas laborales de 10 horas con sus obligaciones domésticas y personales. Esta carga de trabajo genera agotamiento físico y emocional, afectando negativamente su rendimiento y su capacidad para comprometerse con los procesos de capacitación.

## **Planteamiento del Problema**

Los adultos participantes demuestran una notable facilidad para adquirir conocimientos sobre el producto mediante actividades interactivas y preguntas abiertas que permiten un análisis progresivo del material. Como equipo, facilitamos debates que buscan crear una recepción amena de la información. A pesar de desafíos como el tiempo limitado de formación y un temario extenso, el grupo se caracteriza por su alegría y receptividad, lo que mejora significativamente el ambiente de aprendizaje. La experiencia previa de los participantes en servicio al cliente también les proporciona un contexto valioso para comprender la importancia de su formación y mantenerse atentos durante las sesiones.

Actualmente, los métodos de formación se basan en presentaciones de PowerPoint complementadas con actividades grupales de selección múltiple. Sin embargo, se identifica una oportunidad de mejora: la sobrecarga de diapositivas con exceso de texto dificulta la retención de información, genera fatiga cognitiva y disminuye el nivel de participación. Esta situación afecta la motivación de los empleados, quienes en ocasiones perciben la formación como monótona o poco relevante para su desempeño laboral. La repetitividad de las lecciones tradicionales y la ausencia de estímulos dinámicos contribuyen a crear un ambiente de aprendizaje pasivo, limitando la transferencia efectiva de conocimientos a la práctica laboral.

Para revertir este escenario, se propone implementar la gamificación empresarial como estrategia de mediación, integrando dinámicas que estimulen la motivación y el compromiso durante las sesiones de capacitación. A través de la plataforma ALBA, desarrollada por la empresa, se utilizarán programas de recompensas, sistemas de puntuación y tablas de clasificación que fomenten la participación, el sentido de logro y el reconocimiento personal. Además, se aplicará un enfoque mixto: gamificación interna, orientada a reforzar la motivación y

desempeño mediante la interacción entre compañeros, y gamificación externa, mediante simulaciones de atención al cliente que permitan practicar habilidades en entornos controlados y lúdicos.

La hipótesis que guía esta propuesta es que la integración de la gamificación incrementará la motivación, el compromiso y la atención de los participantes, fortaleciendo la retención de conocimientos a largo plazo. Al transformar el proceso de formación en una experiencia atractiva e inmersiva, se espera impactar positivamente tanto en la calidad del servicio como en el clima laboral.

Finalmente, esta investigación busca enfrentar el desafío de la estigmatización de la formación en el sector de servicios. Introducir estrategias innovadoras permitirá aumentar la motivación, mejorar la asimilación de conocimientos clave y potenciar el desempeño de los empleados en su entorno laboral.

## **Pregunta de Investigación**

### **Pregunta de Investigación:**

¿Cómo fortalecer la adquisición de habilidades en atención al cliente en empleados adultos de la empresa Concentrix en Medellín, mediante la implementación de gamificación en la plataforma ALBA, durante el 2025?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Fortalecer la adquisición de habilidades en atención al cliente en empleados adultos de la empresa Concentrix en Medellín mediante la implementación de gamificación en la plataforma ALBA durante el 2025.

### **Objetivos Específicos**

Explorar el acercamiento de los empleados adultos de Concentrix en Medellín a la gamificación como herramienta de aprendizaje en la plataforma ALBA.

Fomentar la participación y el compromiso de los empleados adultos a través de la experimentación con actividades gamificadas en la plataforma ALBA.

Identificar los cambios en la motivación y la adquisición de habilidades en atención al cliente en los empleados adultos de Concentrix en Medellín después de la implementación de la gamificación en la plataforma ALBA.

## **Marcos de Referencia**

### **Referentes Conceptuales**

#### ***Gamificación y su Relación con el Acercamiento de los Empleados a la Plataforma ALBA***

Deterding et al. (2024) sostienen que la gamificación transforma la manera en que los adultos interactúan con el aprendizaje al integrar mecánicas de juego en entornos no lúdicos. En este sentido, Zainuddin y Perera (2019) refuerzan la idea de que el aprendizaje gamificado facilita la retención del conocimiento en contextos laborales. Si bien la gamificación ha demostrado ser eficaz en la educación, su aplicación en entornos corporativos aún requiere exploración específica. En Concentrix, donde la formación de los empleados en atención al cliente es fundamental, se busca comprender cómo la plataforma ALBA, al incorporar elementos gamificados, influye en la disposición de los empleados para involucrarse con la herramienta.

Santiago Torner (2023) destaca que el nivel de compromiso con una actividad depende en gran medida de si esta satisface las necesidades de competencia, autonomía y relación, elementos clave en la teoría de la autodeterminación. Si ALBA logra estimular estos factores a través de la gamificación, los empleados podrían no solo acercarse más a la plataforma, sino también mejorar su proceso de aprendizaje

#### ***Participación Activa y su Papel en la Experimentación con Actividades Gamificadas***

Villalobos (2024) argumenta que el aprendizaje activo fomenta la retención del conocimiento y el desarrollo de habilidades al involucrar a los participantes en experiencias interactivas. Esta idea es fundamental en un contexto como el de Concentrix, donde la formación en servicio al cliente requiere que los empleados no solo comprendan protocolos, sino que también los apliquen en situaciones reales. En palabras del autor:

El aprendizaje activo es esencial para promover la comprensión profunda, ya que permite a los estudiantes aplicar lo aprendido en contextos reales. A través de dinámicas participativas, simulaciones o resolución de problemas, se incrementa la motivación y se fortalecen habilidades prácticas que difícilmente se desarrollan en procesos meramente teóricos (Villalobos, 2024, p. 83).

Siguiendo esta línea, Opalchuk et al. (2023) enfatizan que los adultos aprenden mejor cuando se involucran activamente en su propio proceso de aprendizaje, aplicando el conocimiento a problemas concretos. Esto se conecta con la necesidad de transformar la capacitación en Concentrix en una experiencia más práctica, donde la plataforma ALBA no solo sea un recurso de consulta, sino también un entorno de aprendizaje vivencial con escenarios simulados, desafíos y competencias.

En este sentido, tanto Villalobos (2024) como Opalchuk et al. (2023) coinciden en que las experiencias activas y contextualizadas son claves para fortalecer la transferencia del conocimiento en entornos profesionales. ALBA puede convertirse en un espacio donde los empleados no solo absorban información pasivamente, sino que interactúen con contenidos significativos que refuercen su autonomía y competencia (Zainuddin & Perera, 2017).

### ***Motivación en el Aula y los Cambios en la Adquisición de Habilidades***

La motivación es un factor determinante en la adquisición de habilidades, especialmente en entornos laborales donde la formación suele percibirse como una obligación más que como una oportunidad de desarrollo. Santiago Torner, C. (2023) explica que la motivación intrínseca surge cuando una actividad resulta interesante y desafiante, mientras que la motivación extrínseca responde a incentivos externos.

En Concentrix, donde la capacitación en servicio al cliente puede ser monótona, la gamificación en ALBA podría reconfigurar estas dinámicas, convirtiendo el aprendizaje en una experiencia más atractiva y motivadora. Cutting y Deterding (2024) proponen que el aprendizaje gamificado incrementa la atención y el desempeño en tareas específicas. En Concentrix, la implementación de elementos de juego en ALBA podría evitar la desconexión de los empleados durante la capacitación, aumentando su motivación y mejorando la adquisición de habilidades en atención al cliente. Si la plataforma ALBA logra diseñar actividades que capturen la atención de los empleados, se espera que su motivación aumente y, con ello, su capacidad de adquirir nuevas habilidades en atención al cliente.

Además, la teoría de la autodeterminación sugiere que un entorno gamificado que refuerce la autonomía, la competencia y la relación social puede generar mejoras significativas en la disposición de los empleados para aprender y aplicar sus conocimientos. Así, este estudio evalúa si la implementación de la gamificación en ALBA contribuye al desarrollo de habilidades esenciales en el servicio al cliente y mejora la motivación de los empleados a lo largo del proceso formativo.

### ***Aprendizaje en Entornos Laborales y su Conexión con la Gamificación***

El aprendizaje en entornos laborales es un proceso que debe estar alineado con las necesidades y experiencias previas de los empleados. Bogdan Opalchuk et al., (2023) destaca que los adultos aprenden efectivamente cuando el contenido se vincula directamente con su entorno profesional. Esta idea es crucial en Concentrix, donde la formación en atención al cliente debe ser práctica y aplicable en escenarios reales de interacción con clientes.

Forthea Ortega Bagán et al. (2017) sostienen que la evaluación auténtica en entornos laborales es clave para medir la efectividad del aprendizaje. En este sentido, la plataforma ALBA

no solo debe servir como un medio de formación, sino también como una herramienta que permita monitorear el progreso de los empleados y ajustar las estrategias gamificadas según su desempeño.

### **Referentes Teóricos**

La gamificación es una estrategia que incorpora elementos propios de los juegos en contextos educativos y laborales con el objetivo de incrementar la motivación, el compromiso y la participación (Deterding et al., 2024). En este sentido, Bermejo Rodríguez (2025) analizó el impacto de los juegos digitales en la educación financiera y empresarial, concluyendo que las mecánicas gamificadas favorecen la retención del conocimiento y la aplicación práctica de conceptos complejos. Esto respalda la idea de que la plataforma ALBA puede optimizar los procesos de formación en atención al cliente en Concentrix, al integrar elementos lúdicos que faciliten la comprensión y la puesta en práctica de habilidades esenciales.

Asimismo, Domínguez et al. (2013) encontraron que la gamificación puede mejorar el rendimiento académico cuando se implementan adecuadamente recompensas, niveles y retroalimentación inmediata. En el contexto de Concentrix, esto implica que el diseño de actividades gamificadas en ALBA debe lograr un equilibrio entre desafío y recompensa para mantener el interés y la participación activa de los empleados. La formación, además, debe responder a las necesidades del entorno profesional de los trabajadores y proporcionar herramientas prácticas que mejoren su desempeño en interacciones reales con los clientes.

Opalchuk et al. (2023) argumentan que la formación profesional debe diseñarse considerando los cambios constantes y la inestabilidad del entorno laboral. Desde esta perspectiva, la gamificación en ALBA puede ofrecer una solución efectiva, ya que permite crear escenarios simulados donde los empleados practican habilidades antes de enfrentarse a

situaciones reales. Del mismo modo, Fortea Bagán et al. (2017) destacan que el aprendizaje en contextos laborales debe fomentar la transferencia de conocimientos y la solución de problemas en tiempo real. La implementación de ALBA, por tanto, puede facilitar una formación más contextualizada al permitir que los empleados experimenten situaciones de atención al cliente en un entorno controlado, preparándolos mejor para la realidad del servicio.

En línea con lo anterior, Villalobos (2024) sostiene que el aprendizaje activo es esencial para que los empleados internalicen los conceptos y los apliquen en su práctica profesional. Al incorporar mecánicas gamificadas, ALBA podría reforzar la interacción con los contenidos, promoviendo una mayor participación y compromiso con el proceso formativo. En consecuencia, la motivación se convierte en un factor clave en la adquisición de nuevas habilidades.

Santiago Torner (2023), desde la teoría de la motivación intrínseca, sostiene:

“Los trabajadores muestran mayores niveles de compromiso cuando perciben que sus tareas les permiten expresar su creatividad y desarrollar un sentido de autoeficacia laboral. Esta motivación intrínseca puede fortalecerse mediante el diseño de entornos de aprendizaje que resulten desafiantes y relevantes, sin depender exclusivamente de incentivos externos” (p. 117).

Desde este enfoque, la gamificación en ALBA puede potenciar tanto la motivación intrínseca —al ofrecer desafíos, exploración y reconocimiento— como la extrínseca, mediante recompensas e incentivos. Esto refuerza la idea de que un diseño adecuado puede contribuir al aumento del rendimiento y la satisfacción laboral en Concentrix.

Por otro lado, Zainuddin y Perera (2017), en su estudio sobre el modelo pedagógico del aula invertida, encontraron que los elementos gamificados aumentan la percepción de autonomía y competencia en los estudiantes. Traslado al entorno laboral, esto sugiere que los empleados

de Concentrix pueden beneficiarse de un sistema de aprendizaje que les permita controlar su progreso y recibir retroalimentación constante mediante la plataforma ALBA, la cual registra y muestra sus avances de forma clara.

La investigación de 593 Digital Publisher CEIT (2025) también evidencia que las herramientas gamificadas aumentan el compromiso de los participantes al transformar el aprendizaje en una experiencia más atractiva. En Concentrix, esto implica que la gamificación puede reducir la desmotivación y mejorar la retención del personal. A su vez, Villalobos (2024) argumenta que la participación activa en el proceso de aprendizaje mejora la comprensión y la aplicación del conocimiento, lo cual se ve reforzado mediante interacciones constantes con los contenidos gamificados.

Cutting y Deterding (2024), en su estudio sobre la teoría de la atención en entornos de aprendizaje basados en juegos, plantean que los elementos lúdicos capturan y dirigen la atención de los aprendices de manera más efectiva que los métodos tradicionales. Aplicado a Concentrix, esto sugiere que la implementación de gamificación en ALBA podría optimizar la atención de los empleados durante las sesiones de capacitación, favoreciendo una mayor retención de conocimientos relacionados con la atención al cliente.

Finalmente, el estudio *El uso de la gamificación como estrategia de motivación en entornos virtuales* (2025) concluye que los entornos virtuales gamificados pueden aumentar la interacción y el sentido de comunidad entre los participantes. Este aspecto resulta especialmente relevante para la presente investigación, ya que la plataforma ALBA no solo busca mejorar las competencias individuales, sino también fomentar la colaboración entre empleados mediante el intercambio de experiencias y la resolución conjunta de problemas.

## Referentes Técnicos

El desarrollo de programas de formación para el trabajo requiere alinearse con directrices que garanticen su pertinencia y efectividad. En este sentido, el Ministerio de Educación Nacional (2024) enfatiza que el diseño de programas bajo un enfoque por competencias debe responder a las necesidades del sector productivo, asegurando que los aprendizajes adquiridos sean aplicables en escenarios reales. Esta visión sustenta la implementación de la plataforma ALBA en Concentrix, ya que su estructura gamificada permite el desarrollo de habilidades esenciales en atención al cliente, alineándose con la exigencia de formar empleados con competencias prácticas y transferibles.

Por su parte, el Ministerio de Educación Nacional (2023) plantea que un currículo pertinente para la educación en el trabajo debe incorporar metodologías activas que favorezcan la motivación y el aprendizaje significativo. En diálogo con este enfoque, la gamificación en ALBA opera como una estrategia que transforma la capacitación en un proceso dinámico e interactivo, promoviendo la autonomía de los empleados y mejorando la retención de conocimientos, lo cual contribuye directamente a los objetivos del estudio al buscar optimizar el proceso de formación en atención al cliente.

En cuanto a la calidad de los programas formativos, el Ministerio de Educación Nacional (2024) señala que la certificación y regulación de estos procesos deben garantizar estándares de evaluación y mejora continua. Desde esta perspectiva, la integración de la gamificación en ALBA no solo responde a una estrategia pedagógica innovadora, sino que también permite un seguimiento detallado del progreso de los empleados, asegurando que los resultados formativos sean medibles y ajustables conforme a las necesidades operativas de la empresa.

En un marco global, la UNESCO (2014) plantea la importancia de adoptar enfoques educativos innovadores que potencien el aprendizaje a través de la tecnología y la interactividad. Este principio se refleja en la estructura de ALBA, que al incorporar elementos gamificados, fomenta un aprendizaje más accesible, motivador y centrado en el usuario. De este modo, la investigación se enmarca dentro de un modelo de educación moderna que busca no solo mejorar el desempeño en el servicio al cliente, sino también fortalecer la capacitación continua de los empleados en un entorno digital.

Desde esta fundamentación técnica, la implementación de ALBA no solo se concibe como una propuesta innovadora, sino como una estrategia alineada con las directrices nacionales e internacionales en formación para el trabajo, garantizando su viabilidad, calidad y pertinencia en el contexto laboral. Además, la UNESCO (2014) resalta que la integración de tecnologías digitales en el aprendizaje no solo moderniza los procesos de formación, sino que también permite evaluar el impacto de estas estrategias en el desarrollo de competencias laborales. En este estudio, se busca evidenciar cómo la implementación de la gamificación en ALBA puede mejorar la capacitación en atención al cliente en Concentrix, optimizando tanto el rendimiento individual de los empleados como los resultados operativos de la empresa.

### **Referentes Legales**

El marco jurídico en el que se fundamenta esta investigación permite garantizar que el diseño y aplicación de la plataforma ALBA en la formación de empleados de Concentrix se alinee con la normativa vigente en educación para el trabajo y el desarrollo humano. La Ley General de Educación 115 de 1994 establece la importancia de la educación para adultos y la validación de conocimientos adquiridos mediante la experiencia, lo cual respalda el enfoque de

ALBA al permitir que los empleados desarrollen y certifiquen habilidades sin necesidad de transitar por procesos formativos tradicionales.

Este principio es clave en el diseño de la gamificación dentro de la plataforma, ya que facilita un aprendizaje autónomo y adaptativo, optimizando el proceso de capacitación sin restringirlo a modelos convencionales. Por su parte, la Ley 715 de 2001 regula la distribución de competencias y recursos en la prestación del servicio educativo, lo que permite entender la descentralización de la educación y su impacto en los procesos de formación en el ámbito laboral. En este contexto, la implementación de ALBA se alinea con la responsabilidad de las entidades territoriales certificadas en garantizar el acceso a programas de formación pertinentes y eficaces, promoviendo un aprendizaje continuo en entornos laborales bajo estándares de calidad educativa.

El Decreto 1075 de 2015, al consolidar la reglamentación del sector educativo, refuerza la pertinencia de los programas de educación para el trabajo, asegurando su articulación con las necesidades del mercado laboral. Desde esta perspectiva, la gamificación dentro de ALBA responde a la necesidad de metodologías innovadoras que potencien la capacitación de los empleados, favoreciendo la adquisición de competencias alineadas con las exigencias del sector de atención al cliente. Asimismo, el Decreto 1860 de 1994 establece lineamientos pedagógicos y organizativos para la educación de adultos, promoviendo enfoques flexibles que permitan acceder a formación de manera autónoma. En este sentido, ALBA se fundamenta en este marco al proporcionar un entorno de aprendizaje adaptado a las necesidades de los empleados, con estrategias gamificadas que refuerzan la motivación y el aprendizaje significativo.

Desde esta base legal, la implementación de la plataforma ALBA en Concentrix no solo se concibe como un modelo innovador de formación, sino que también cumple con los lineamientos establecidos en la normativa educativa vigente, garantizando su viabilidad y coherencia con los principios de educación para el trabajo y desarrollo humano en Colombia.

### **Referentes Éticos**

Los principios éticos en esta investigación garantizan la protección de los participantes y la integridad del proceso formativo en la implementación de la plataforma ALBA dentro de Concentrix. En primer lugar, se adopta el principio de respeto por la dignidad humana, asegurando que la capacitación a través de ALBA no solo responda a objetivos operativos de la empresa, sino que también promueva el desarrollo personal y profesional de los empleados, respetando sus derechos y autonomía en el aprendizaje.

Asimismo, se considera el principio de consentimiento informado, asegurando que todos los empleados involucrados en la formación sean plenamente conscientes de los objetivos del programa, las metodologías utilizadas y el uso de sus datos en el seguimiento del aprendizaje. Esto implica que la participación en actividades gamificadas dentro de ALBA sea voluntaria y que los empleados puedan acceder a información clara sobre su progreso y desempeño sin presiones externas.

El principio de confidencialidad es otro aspecto clave en la implementación de ALBA, garantizando que la información recopilada sobre el desempeño de los empleados sea utilizada exclusivamente con fines formativos y de mejora del proceso de capacitación. En este sentido, se establecen protocolos para la protección de datos, evitando que los resultados de las actividades gamificadas sean utilizados de manera discriminatoria o expongan a los participantes a juicios no justificados.

Desde una perspectiva ética más amplia, se considera el principio de equidad y justicia, asegurando que todos los empleados tengan acceso a las mismas oportunidades de formación sin distinción de cargo, antigüedad o nivel de conocimiento previo. La gamificación en ALBA debe diseñarse de manera inclusiva, promoviendo la participación de todos los trabajadores y adaptando los contenidos a diferentes estilos de aprendizaje.

Finalmente, se integra el principio de bienestar y no maleficencia, evitando que la implementación de la gamificación genere estrés o presión excesiva sobre los empleados. La intención de ALBA es fortalecer la motivación y la adquisición de habilidades sin que el componente competitivo genere efectos adversos en la experiencia de los participantes. Al fundamentar la investigación en estos principios éticos, se garantiza que la plataforma ALBA no solo cumpla con los estándares operativos de formación en Concentrix, sino que también respete la integridad y el bienestar de quienes participan en su proceso de aprendizaje.

## Herramientas y Métodos

### Enfoque y Tipo de Estudio

El enfoque metodológico adoptado en esta investigación es el enfoque cualitativo, el cual resulta pertinente para analizar en profundidad la aplicación de la gamificación en la adquisición de habilidades en atención al cliente por parte de empleados adultos de la empresa Concentrix en Medellín, mediante el uso de la plataforma ALBA. Según Creswell (2013), la investigación cualitativa se desarrolla en el entorno natural donde ocurren los hechos, lo que permite comprender la complejidad de las relaciones y dinámicas que emergen en dicho contexto. En este caso, dicho enfoque resulta ideal para interpretar los significados que los participantes atribuyen a sus experiencias durante el proceso de capacitación gamificado, facilitando una comprensión integral del fenómeno.

Dentro de este enfoque, se ha seleccionado el tipo de estudio de caso, ya que permite examinar en profundidad una situación específica en su entorno real. Se eligió la empresa Concentrix por contar con un programa estructurado de formación para sus empleados y encontrarse en un proceso de mejora en la gestión de habilidades de atención al cliente, lo que la convierte en un caso representativo para analizar la implementación de la gamificación en un contexto empresarial concreto. Este diseño posibilita la exploración detallada de las percepciones, motivaciones y habilidades desarrolladas por los participantes, alineándose con los objetivos específicos de la investigación: explorar el acercamiento de los empleados a la gamificación, fomentar su participación y compromiso, e identificar los cambios en sus habilidades de atención al cliente tras la intervención.

El estudio de caso proporciona un análisis contextualizado que enriquece la comprensión del fenómeno, ya que permite recolectar datos mediante diversas técnicas como la observación directa, entrevistas semiestructuradas y la aplicación de cuestionarios post-experiencia. Este enfoque metodológico es adecuado para abordar la problemática planteada, pues facilita una inmersión directa en el entorno laboral, permitiendo identificar patrones y particularidades que surgen a partir de la implementación de la gamificación en los procesos formativos. En consecuencia, se espera que los hallazgos contribuyan no solo a comprender el impacto de esta estrategia en la motivación y adquisición de habilidades de atención al cliente, sino también a proponer mejoras para futuros procesos de capacitación en la empresa.

### **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis de esta investigación está conformada por los empleados adultos de la empresa Concentrix en Medellín, específicamente aquellos que forman parte de la cuenta Temu y participan en los procesos de capacitación mediante la plataforma ALBA.

### **Técnicas para la Recolección de Datos**

La recolección de datos se llevará a cabo mediante un enfoque cualitativo, utilizando técnicas alineadas con cada uno de los objetivos específicos del estudio para obtener una visión integral del impacto de la gamificación en la adquisición de habilidades de atención al cliente. El procedimiento se desarrollará en tres fases: exploración, movilización e indagación de cambios.

#### ***Exploración***

Para explorar el acercamiento de los empleados adultos de Concentrix a la gamificación como herramienta de aprendizaje en la plataforma ALBA, se aplicarán entrevistas semiestructuradas al inicio del proceso formativo. Estas entrevistas permitirán indagar sobre las percepciones iniciales de los participantes, sus expectativas frente al uso de la gamificación y sus

experiencias previas en entornos de capacitación similares. La información recopilada servirá como punto de partida para comprender el contexto de los empleados y orientar el diseño de las actividades gamificadas de manera más pertinente y efectiva.

La selección de los participantes se realizará mediante un muestreo intencional, involucrando a los diez empleados adultos que hacen parte del programa de formación en la empresa Concentrix. La recolección de datos se llevará a cabo a través de herramientas digitales, utilizando Microsoft Forms para el diligenciamiento de cuestionarios y Microsoft Teams para la aplicación de las entrevistas. De este modo, se garantiza la accesibilidad, la participación activa y la trazabilidad del proceso dentro del entorno laboral.

### ***Movilización***

Con el fin de fomentar la participación activa y el compromiso durante la experimentación con actividades gamificadas, se empleará la observación directa no participante. Esta técnica permitirá registrar la interacción de los empleados con la plataforma ALBA y las dinámicas de participación en los retos y actividades propuestas.

Además, se solicitará a los participantes la elaboración de diarios reflexivos digitales, donde podrán documentar sus experiencias, emociones y aprendizajes después de cada sesión. Estos diarios servirán como una herramienta para analizar el proceso de movilización de la motivación y el compromiso.

### ***Indagación de Cambios***

Para identificar los cambios en la motivación y la adquisición de habilidades en atención al cliente tras la implementación de la gamificación, se aplicará un cuestionario post-experiencia al finalizar la intervención. Este cuestionario recogerá percepciones sobre la utilidad de la gamificación, los cambios observados en sus habilidades y el impacto general del proceso.

Adicionalmente, se realizarán entrevistas finales para profundizar en la valoración de la experiencia y recoger testimonios sobre el impacto personal y profesional del uso de la plataforma ALBA.

### **Análisis de Datos**

El análisis de los datos se realizará mediante triangulación de la información obtenida en las entrevistas, observaciones, diarios reflexivos y cuestionarios. Se aplicará un análisis de contenido para identificar patrones en las percepciones de los participantes y un análisis de resultados de indicadores del sistema, evaluando métricas como calidad de las recepciones de chat y satisfacción del cliente después de la implementación de estrategias de gamificación.

### **Categorías para el Análisis de Datos**

En esta investigación, las categorías de análisis se han definido a partir de los objetivos específicos y del enfoque cualitativo adoptado, lo que permitirá un estudio detallado sobre la implementación de la gamificación en la plataforma ALBA y su impacto en la adquisición de habilidades en atención al cliente por parte de empleados adultos de Concentrix.

La primera categoría, aproximación a la gamificación, está orientada a explorar la percepción inicial de los participantes sobre el uso de elementos lúdicos en el proceso de formación. Esto implica analizar el grado de familiaridad de los empleados con la gamificación, así como sus expectativas y actitudes previas frente a esta estrategia. Según Domínguez et al. (2013), comprender estas percepciones es fundamental para identificar posibles barreras y oportunidades de adaptación de las actividades, ya que el compromiso inicial suele estar condicionado por la disposición del participante hacia enfoques de aprendizaje no tradicionales.

La segunda categoría, participación y compromiso, se enfoca en observar el nivel de implicación de los empleados durante el desarrollo de las actividades gamificadas. Esta categoría incluye aspectos como la frecuencia de participación, la interacción con la plataforma y la disposición para asumir los retos propuestos. De acuerdo con Bermejo Rodríguez (2025), la gamificación puede actuar como un motor que incrementa la motivación intrínseca en entornos laborales, facilitando el desarrollo de habilidades al transformar las tareas en experiencias significativas y desafiantes. Analizar este nivel de compromiso permitirá valorar el impacto de la gamificación en la actitud de los empleados hacia el aprendizaje.

La tercera categoría, adquisición de habilidades en atención al cliente, busca identificar cambios en competencias laborales clave, como la comunicación efectiva, la resolución de problemas y la empatía. La evaluación de estas habilidades se realizará antes y después de la intervención, con el fin de identificar progresos en el desempeño de los participantes. En este sentido, la gamificación ha demostrado ser una herramienta eficaz para fortalecer la adquisición de habilidades prácticas en contextos laborales, al ofrecer entornos simulados que replican situaciones reales de interacción con los clientes.

Finalmente, la categoría percepción de la experiencia gamificada permitirá recoger las valoraciones personales de los participantes sobre la integración de la gamificación en su proceso de formación. Esta categoría contribuirá a identificar los aspectos más valorados de la experiencia, así como posibles áreas de mejora para futuras implementaciones. Analizar estas percepciones resulta crucial para comprender el impacto subjetivo de la estrategia y su potencial para transformar los procesos de enseñanza y aprendizaje en el ámbito empresarial. En conjunto, estas categorías no solo facilitan la organización y análisis de los datos recogidos, sino que también permiten una interpretación profunda de las dinámicas generadas por la gamificación,

proporcionando una visión integral del fenómeno y orientando el diseño de futuras intervenciones en entornos laborales similares.

## Resultados

### Acercamiento de la Población a la Variable

En la fase de exploración, se analizó el acercamiento inicial de los empleados adultos de Concentrix a la gamificación como herramienta de aprendizaje en la plataforma ALBA, con el fin de comprender sus percepciones, familiaridad y expectativas frente a esta metodología. Los participantes mostraron diversas actitudes al inicio del proceso: algunos expresaron curiosidad y entusiasmo ante la posibilidad de incorporar elementos lúdicos en la capacitación, mientras que otros manifestaron cierta incertidumbre debido a la falta de experiencia previa con entornos gamificados. Esto es consistente con lo señalado por Zainuddin y Perera (2019), quienes afirman que la gamificación puede generar tanto motivación como resistencia inicial en estudiantes y empleados, dependiendo de su familiaridad con el concepto.

Durante las primeras interacciones con la plataforma ALBA, se evidenció que una parte del grupo asociaba la gamificación con juegos recreativos, sin tener claridad sobre su aplicación en contextos de formación profesional. No obstante, tras una breve introducción a los conceptos clave y una demostración inicial de las dinámicas de la plataforma, se observó una apertura progresiva hacia la experiencia. Por ejemplo, varios participantes destacaron que la integración de sistemas de puntuación y tablas de clasificación generaba una sensación de competencia amistosa que despertaba su interés, lo que coincide con lo planteado por Deterding et al. (2024), quienes argumentan que los sistemas de puntuación y recompensas pueden fomentar el compromiso y la motivación intrínseca en entornos de aprendizaje gamificados.

Asimismo, algunos empleados señalaron que esperaban que estas estrategias no solo hicieran las sesiones más dinámicas, sino que también les ayudarían a retener mejor la información relacionada con la atención al cliente. Estas percepciones iniciales permitieron

identificar no solo el nivel de familiaridad de los participantes con la gamificación, sino también las expectativas que albergaban respecto a su potencial para fortalecer habilidades laborales. Este primer acercamiento resultó fundamental para ajustar las actividades a las necesidades y actitudes del grupo, preparando el terreno para la fase de experimentación.

### **Experimentación**

La etapa de experimentación se centró en la implementación de actividades gamificadas dentro de la plataforma ALBA, con el propósito de observar la evolución en la participación, el compromiso y la adquisición de habilidades en atención al cliente. A lo largo de las sesiones, se utilizaron herramientas como sistemas de recompensas, puntuaciones y desafíos interactivos, cuyos efectos se monitorean a través de la observación directa y los diarios reflexivos de los participantes. Desde las primeras actividades, se notó un aumento significativo en la participación activa. Los empleados demostraron mayor disposición a involucrarse en las dinámicas propuestas, especialmente en aquellas que integraban retos colectivos, como la resolución de casos prácticos en formato de competencia entre equipos. Según Domínguez et al. (2013), la competencia amistosa puede ser un factor clave en el incremento de la motivación y el compromiso en entornos de aprendizaje gamificados, lo que explica la respuesta positiva de los participantes en este estudio.

La presencia de tablas de clasificación y reconocimientos virtuales generó una atmósfera de motivación constante, en la que los participantes no solo se esforzaban por alcanzar mejores resultados, sino que también brindaban apoyo mutuo, fortaleciendo así el trabajo en equipo. En cuanto a la adquisición de habilidades, los registros evidenciaron mejoras notables en la comunicación efectiva y la empatía durante las simulaciones de atención al cliente. Por ejemplo, varios participantes destacaron que el formato gamificado les permitió practicar respuestas ante

situaciones difíciles de manera más relajada y dinámica, lo que a su vez aumentó su confianza al enfrentarse a casos reales. Esto concuerda con lo señalado por Cutting y Deterding (2024), quienes destacan que la gamificación permite generar escenarios simulados que reducen la ansiedad y facilitan la adquisición de habilidades en contextos laborales. Asimismo, los diarios reflexivos revelaron que muchos empleados percibieron un fortalecimiento en su capacidad de resolver problemas, atribuyendo este progreso a la repetición y retroalimentación inmediata que ofrecía la plataforma, un elemento que, según Bermejo Rodríguez (2025), potencia el aprendizaje significativo y la retención de conocimientos. Finalmente, la percepción general de la experiencia gamificada fue positiva. La mayoría de los participantes valoró la inclusión de elementos lúdicos como un factor que hizo la capacitación más amena y motivadora. Sin embargo, algunos sugirieron la incorporación de desafíos personalizados para ajustar mejor las actividades a sus necesidades individuales.

Cabe destacar que durante la intervención se presentaron algunos obstáculos. Dos de los agentes que aplicaron el uso de la gamificación en ALBA tuvieron dificultades, ya que cada una tenía un tiempo límite para completar las actividades, lo que generó presión y afectó su desempeño. Este tipo de situaciones son comunes en entornos gamificados, como lo señala Santiago Torner (2023), quien advierte que la restricción temporal puede ser un desafío para algunos participantes y debe ajustarse según la naturaleza de la tarea y el perfil del usuario. Estos hallazgos no solo evidencian el impacto positivo de la gamificación en la motivación y el compromiso, sino que también resaltan su potencial para optimizar el aprendizaje de habilidades clave en la atención al cliente.

## **Identificación de Variaciones**

El análisis de las variaciones observadas entre las fases iniciales y finales del estudio permitió evidenciar cambios significativos en las percepciones, actitudes y comportamientos de los participantes tras la implementación de la gamificación en la plataforma ALBA. Inicialmente, algunos empleados mostraban incertidumbre respecto a la efectividad de esta metodología, mientras que otros manifiestan curiosidad y expectativas positivas. Con el avance de la intervención, estas percepciones evolucionaron notablemente, reflejándose en mejoras concretas en la retención de la información y en el compromiso con el proceso de aprendizaje.

En términos de retención de la información, el 80% de los participantes demostró una notable mejora, evidenciada en sus resultados de calidad, que se mantuvieron en un 85% o más, superando consistentemente la métrica ideal establecida para el equipo. Esto sugiere que la integración de dinámicas gamificadas no solo captó la atención de los empleados, sino que también facilitó la asimilación y consolidación de los conocimientos relacionados con la atención al cliente y el manejo del producto Temu. Según Villalobos (2024), la repetición de contenidos a través de actividades gamificadas fortalece la memoria a largo plazo y la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. Adicionalmente, se identificó que el 20% de los agentes tomó la iniciativa de aplicar sesiones de acompañamiento con sus compañeros, evidenciando una actitud proactiva hacia el refuerzo del aprendizaje colaborativo. Este grupo también expresó el deseo de contar con más recursos gamificados, destacando que estas herramientas hicieron el proceso de comprensión del producto más accesible y dinámico. La percepción general sobre la gamificación pasó de considerarse una estrategia novedosa a valorarse como un recurso efectivo para fortalecer habilidades laborales y mejorar la experiencia de formación.

En conjunto, los resultados reflejan que la gamificación no solo impactó positivamente la adquisición de conocimientos, sino que también promovió una actitud más participativa y colaborativa entre los empleados, consolidándose como una herramienta valiosa para optimizar los procesos de capacitación en entornos laborales. Como sugiere 593 Digital Publisher CEIT (2025), la gamificación no solo mejora el aprendizaje, sino que también influye en la cultura organizacional al fomentar la cooperación y la motivación intrínseca entre los empleados.

## Análisis y Discusión

La implementación de la gamificación a través de la plataforma ALBA en el proceso de formación de empleados adultos en Concentrix permitió observar transformaciones significativas en la motivación, el compromiso y la adquisición de habilidades en atención al cliente. A lo largo de la intervención, los resultados obtenidos se alinearon con los objetivos específicos de la investigación, evidenciando la evolución del acercamiento inicial de los participantes hacia la estrategia, el impacto durante la experimentación y los cambios observados en sus actitudes y competencias. El análisis se fundamentó en la triangulación de datos procedentes de entrevistas, cuestionarios, diarios reflexivos y observación directa, en consonancia con la metodología cualitativa adoptada.

Durante la fase de exploración, se identificaron percepciones diversas frente a la gamificación. Algunos empleados se mostraron entusiastas ante la incorporación de elementos lúdicos, mientras que otros manifestaron escepticismo debido al desconocimiento de esta estrategia aplicada a la formación profesional. Esta ambivalencia inicial concuerda con lo señalado por Zainuddin y Perera (2017), quienes sostienen que el grado de familiaridad con metodologías innovadoras condiciona la disposición a participar en procesos gamificados. En el caso de ALBA, la introducción de sistemas de puntuación y tablas de clasificación generó un ambiente competitivo que incrementó el interés de los participantes, en línea con los hallazgos de Deterding et al. (2024), quienes destacan que las mecánicas de juego elevan la motivación intrínseca en entornos laborales.

Durante la etapa de experimentación, ALBA fue utilizada para diseñar desafíos interactivos alineados con situaciones reales de atención al cliente. Se evidenció una participación activa y sostenida por parte de los empleados, especialmente en actividades

colaborativas como la resolución de casos prácticos. Este resultado refuerza lo planteado por Domínguez et al. (2013), quienes argumentan que la competencia amistosa puede incentivar la participación en entornos educativos gamificados. Asimismo, la retroalimentación inmediata y el uso de insignias y recompensas promovieron el esfuerzo constante, como lo menciona Bermejo Rodríguez (2025), al destacar el valor del refuerzo positivo en el aprendizaje gamificado.

Los cambios observados en el aspecto ontológico de los participantes fueron significativos. El 80 % de los empleados mejoró su retención de información, como lo reflejan los resultados en los indicadores de calidad, que se mantuvieron por encima del 85 %. Además, algunos agentes comenzaron a aplicar sesiones de acompañamiento entre pares, evidenciando avances en la apropiación de habilidades comunicativas y colaborativas. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Villalobos (2024), quien subraya que el aprendizaje activo promueve una comprensión más profunda y duradera. Igualmente, Santiago Torner (2023) resalta que la motivación intrínseca, cuando se estimula a través del reconocimiento y el desafío, incrementa el compromiso y la autoeficacia, aspectos reflejados en la disposición de los participantes para continuar explorando la gamificación como recurso formativo.

Al comparar estos resultados con investigaciones previas, se identifica una clara consonancia con las conclusiones de Cutting y Deterding (2024), quienes afirman que los entornos gamificados facilitan la concentración y reducen la ansiedad ante tareas complejas, mejorando así la adquisición de habilidades en contextos simulados. En efecto, los empleados de Concentrix manifestaron sentirse más seguros al enfrentar simulaciones de atención al cliente en un entorno gamificado, lo que sugiere una transferencia efectiva del aprendizaje al ámbito laboral. Por su parte, la investigación de 593 Digital Publisher CEIT (2025) respalda la idea de

que la gamificación fortalece la interacción y el sentido de pertenencia, elemento que también se evidenció en la cohesión del equipo durante la intervención.

No obstante, el estudio presentó algunas limitaciones. Una de ellas fue el tiempo reducido con el que algunos participantes debían completar las actividades en ALBA. Dos agentes señalaron que esta restricción les generó estrés, afectando su experiencia de aprendizaje. Este obstáculo coincide con las advertencias de Santiago Torner (2023) sobre la importancia de adaptar los tiempos de gamificación al perfil y ritmo de los usuarios. Otra limitación fue el tamaño reducido de la muestra, lo cual restringe la posibilidad de generalizar los resultados a otros contextos o unidades organizativas dentro de la empresa.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos del estudio sugieren que la plataforma ALBA puede constituirse en una herramienta clave para transformar los procesos de capacitación dentro de Concentrix. El diseño de actividades gamificadas favorece la apropiación de competencias en atención al cliente y estimula la participación activa de los empleados, elementos cruciales para fortalecer el servicio. En consecuencia, se recomienda extender la implementación de esta estrategia a otros módulos formativos y cuentas de la empresa, así como reforzar la personalización de los desafíos según el perfil de los agentes.

Finalmente, esta investigación abre nuevas líneas de estudio. Sería pertinente explorar el impacto de la gamificación en otras áreas del servicio al cliente, así como su influencia en variables como el clima organizacional o la satisfacción laboral. Además, se propone investigar el efecto de esta estrategia en el desarrollo de habilidades blandas como el liderazgo, la resiliencia o el trabajo en equipo. Considerando los resultados positivos obtenidos, la gamificación se consolida como una estrategia pedagógica efectiva para la formación profesional en entornos corporativos.

## Conclusiones y Recomendaciones

La presente investigación demostró que la implementación de la gamificación, a través de la plataforma ALBA, fortaleció significativamente la adquisición de habilidades en atención al cliente por parte de empleados adultos en la empresa Concentrix. Los resultados evidencian una evolución positiva en las percepciones, actitudes y niveles de compromiso de los participantes, validando el cumplimiento de los tres objetivos específicos planteados. Se logró explorar con éxito el acercamiento inicial de los empleados a la gamificación, fomentar su participación activa durante la intervención e identificar transformaciones en su motivación y desempeño laboral. Estos hallazgos responden directamente a la pregunta de investigación, al confirmar que el uso de estrategias gamificadas puede ser una herramienta eficaz para optimizar los procesos de formación profesional en entornos corporativos (Domínguez et al., 2013; Bermejo Rodríguez, 2025).

La intervención con la plataforma ALBA movilizó el aspecto ontológico de la unidad de análisis, al generar un cambio significativo en la autopercepción de los participantes como aprendices activos, autónomos y capaces de transferir lo aprendido a su práctica laboral. Esto sugiere que la gamificación favoreció no solo la adquisición de conocimientos técnicos, sino también el desarrollo de competencias blandas como la resolución de problemas, la colaboración y la empatía. Estas transformaciones se alinean con lo propuesto por Santiago Torner (2023), quien destaca que la motivación intrínseca y la autoeficacia son fundamentales para el desarrollo personal y profesional en contextos laborales. Las mecánicas lúdicas integradas permitieron generar un espacio de reflexión activa sobre el rol del agente de servicio, promoviendo aprendizajes significativos que trascienden los contenidos inmediatos.

El impacto de la gamificación como variable mediadora fue claro en términos de compromiso, motivación y mejora en los indicadores de desempeño. Se evidenció un incremento en la retención de información, con un 100 % de valoraciones positivas por parte de los participantes. Sin embargo, también se identificaron áreas susceptibles de mejora, como la gestión del tiempo asignado para la realización de actividades, pues algunos empleados manifestaron dificultades para completar los desafíos dentro de su jornada laboral. Esta limitación coincide con lo señalado por Cutting y Deterding (2024), quienes enfatizan que el éxito de la gamificación depende de un diseño contextualizado y ajustado a las características del usuario. En este caso, aunque la gamificación fue eficaz, se reconoce la necesidad de realizar ajustes operativos para garantizar su sostenibilidad.

Los resultados obtenidos aportan evidencia empírica relevante al campo de la gamificación aplicada a la formación laboral, en un contexto corporativo real y con población adulta. Si bien gran parte de la literatura se ha enfocado en escenarios educativos tradicionales (Zainuddin & Perera, 2017; Villalobos, 2024), este estudio demuestra que los mismos principios pueden adaptarse exitosamente al ámbito empresarial. En términos metodológicos, se fortaleció el uso del estudio de caso con enfoque cualitativo como herramienta para comprender fenómenos complejos en contextos específicos (Arbesú García & Menéndez Varela, 2018). Teóricamente, se reafirma que las estrategias gamificadas inciden directamente en el comportamiento, la actitud y el aprendizaje de los empleados, ampliando así el campo de aplicación de la gamificación más allá de la educación formal.

A partir de estos hallazgos, se recomienda institucionalizar el uso de la gamificación en los procesos de formación en Concentrix, especialmente en cuentas de alta exigencia como Temu. Esto implica no solo mantener la plataforma ALBA como recurso central, sino también

extender su uso hacia áreas como inducción, desarrollo de habilidades blandas y evaluación continua del desempeño. Asimismo, se sugiere ajustar los tiempos de uso de la plataforma y acompañar su implementación con sesiones de retroalimentación individual para maximizar su efectividad. Como señalan 593 Digital Publisher CEIT (2025), el diseño de experiencias gamificadas debe estar centrado en el usuario para potenciar su impacto formativo.

Para investigaciones futuras, se sugiere ampliar el tamaño de la muestra e incorporar un grupo control que permita realizar comparaciones entre métodos tradicionales y estrategias gamificadas. También sería pertinente integrar variables como la satisfacción laboral, el engagement organizacional o el clima de equipo, con el fin de analizar los efectos de la gamificación más allá del aprendizaje técnico. Finalmente, se plantea explorar el impacto de componentes específicos —como recompensas frente a rankings— y su percepción diferencial según variables como edad, género o perfil laboral, en consonancia con las recomendaciones de Opalchuk et al. (2023) sobre la personalización del aprendizaje profesional.

### Referencias Bibliográficas

- Bermejo Rodríguez, G. A. (2025). Gamificación en la educación de negocios y finanzas: Impacto de juegos digitales en el aprendizaje = Gamification in business and finance education: The impact of digital games on learning. *INNOVACADEMIA: Revista Científica en Educación*, v. 1, n. 1, p. 18–33. DOI 10.29105/innoacad.v1i1.10. Disponible en: <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=321222ac-e857-366d-ab17-8be87f5ff177>. Acceso en: 8 mar. 2025.
- Bogdan Opalchuk, Kharchenko, I., Liudmyla Neizhpapa, Ganna Kostiusko, & Maryna Solianyk. (2023). Professional training of future social workers in the face of instability. *Eduweb*, 17(3), 213–221. <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=90e9e1dd-84c4-3162-8dd0-9c73b5569bca>. Acceso en: 9 mar. 2025.
- Carlos Santiago Torner. (2023). Teletrabajo y autoeficacia laboral: el papel moderador de la creatividad y el mediador de la motivación intrínseca. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 34(91). <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.15446/innovar.v34n91.102656>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://academia.utp.edu.co/seminario-investigacion-II/files/2017/08/INVESTIGACION-CUALITATIVACreswell.pdf>
- CUTTING, J.; DETERDING, S. (2024). The task-attention theory of game learning: a theory and research agenda. *Human-Computer Interaction*, v. 39, n. 5–6, p. 257–287. DOI 10.1080/07370024.2022.2047971. Disponible en: <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=90e9e1dd-84c4-3162-8dd0-9c73b5569bca>

com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=18b7c1d7-5b0c-3160-80aa-ff219a667b6f. Acceso en: 8 mar. 2025.

Domínguez, A., Saenz-de-Navarrete, J., de-Marcos, L., Fernández-Sanz, L., & Pagés, C. (2013). Gamifying Learning Experiences: Practical Implications and Outcomes. *Computers & Education*, 63, 380–392. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.020>

Forteza Bagán, M. Á., Sánchez-Tarazaga, L., & Zorrilla-Silvestre, L. (2017). Aprendizaje en entornos laborales y evaluación auténtica. @tic. *Revista d'innovació educativa*, (19), 17–21. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6229345>

Gamificación en el aula: Herramientas Tecnológicas para Mejorar la Motivación y el Aprendizaje = Gamification in the Classroom: Technological Tools to Enhance Motivation and Learning. *593 Digital Publisher CEIT*, v. 10, n. 1, p. 36–50, 2025. DOI 10.33386/593dp.2025.1-2.2956. Disponible en: <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=ffebf3f2-ea06-3da7-ae64-a5e771e3a9a0>. Acceso en: 8 mar. 2025.

El uso de la gamificación como estrategia de motivación en entornos virtuales: The use of gamification as a motivational strategy in virtual environments. (2025). Métodos cualitativos de investigación en educación. (2018). *Universidad Autónoma Metropolitana*. Unidad Xochimilco. <https://resolver-ebSCOhost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/openurl?sid=EBSCO%3aedself&genre=book&issn=edself&ISBN=9786079823528&volume=&issue=&date=&spage=&pages=&title=Me%cc%81todos+cualitativos+de+investigacio%cc%81n+en+educacio%cc%81n&atitle=Me%cc%81todos+cualitativos+de+investigacio%cc%81n+en+educacio%cc%81n&aust=Arb>

esu%cc%81+Garci%cc%81a%2c+Mari%cc%81a+Isabel%2c+editor.&id=DOI%3a&site=ftf-live

Víctor Villalobos Benavides. (2024). Implementación de una plataforma de experiencias de aprendizaje con profesionales de la Orientación: Una propuesta desde el enfoque de aprendizaje activo. *Innovaciones Educativas*, 26(41), 180–196. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.22458/ie.v26i41.5172>

VITAL CARRILLO, M. (2025). Gamificación en el aprendizaje: Gamificación in learning. *Vida Científica: Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 4*, v. 13, n. 25, p. 26–28. DOI 10.29057/prepa4.v13i25.13988. Disponible en: <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=e6626232-6ef9-3591-8241-a80f9c5ac384>. Acceso en: 8 mar. 2025.

Zainuddin, Z., & Perera, C. J. (2017). Exploring students' competence, autonomy and relatedness in the flipped classroom pedagogical model. *Journal of Further and Higher Education*, 43(1), 115–126. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2017.1356916>

## Apéndices

### Apéndice A

*Muestras de Investigación*

**KAREM JULIETH CUBILLOS CAICEDO 1003765048 DIPLOMADO**