

El Juego como Forma de Aprendizaje Eficaz

Por Daniel Cagliero*

El desafío de adaptarse los nuevos modelos de negocios

Las organizaciones modernas y sus empleados deben enfrentar un desafío que no existía veinte o treinta años atrás: esto es la capacidad para desenvolverse de manera exitosa en un contexto en el que los ciclos son cada vez más cortos. En algunos casos, la clave del éxito se basa en la aptitud para reaccionar de manera oportuna frente a la irrupción de nuevos paradigmas que reemplazan a los anteriores, y que condicionan la forma de pensar y desarrollar los negocios. Los tiempos de la evolución tecnológica se acortan dramáticamente, y esto determina en gran medida la necesidad de adoptar nuevas formas de comunicarse, vincularse, y construir relaciones.

El aprendizaje, como un medio limitado a la transmisión de conocimientos, puede entonces resultar un recurso incompleto si no se lo enfoca adecuadamente como impulsor de cambio. Las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo desde hace varios años han incorporado herramientas que favorecen la posibilidad de un proceso de aprendizaje que se perfecciona con el objetivo de incorporación de nuevos hábitos y comportamientos que se orienten al propósito de un cambio efectivo; y que en última instancia impacte positivamente en la línea de resultados. Los métodos de tratamiento de casos, y más recientemente la incorporación de juegos de negocios se han convertido en recursos estándar, y de creciente aceptación en los organismos educativos más referenciados en este tiempo. La elección de una modalidad lúdica, entonces, cuando se integra al desarrollo de casos de negocios puede ser un medio de transmisión muy efectivo.

Caso de aplicación: Instalando el concepto de las ventas rentables

Existen muchos ejemplos de situaciones en que es necesario fortalecer la comprensión y el compromiso con un proceso de cambio, en que el concepto de juego y simulación puede ser un aliado eficaz. Para el propósito de este artículo tomaremos un caso de aplicación típico, en que la utilización de un modelo lúdico puede favorecer la resolución del desafío de migrar de una cultura basada en el volumen hacia una mejor enfocada en la optimización del resultado.

Philip Kotler observa que una de las deficiencias del marketing es aislarse de las finanzas, minimizando así conceptos como retorno sobre activos, valor para los accionistas, valor económico agregado. Y enfatiza la importancia de lo que denomina “ventas rentables” y sostiene que “no estamos para vender, sino para generar utilidades para la empresa”.

Este principio, que difícilmente encuentre oposición en las áreas dedicadas al pensamiento estratégico de las organizaciones modernas, es uno de los valores más difíciles de instalar; debiendo romper para ello años de cultura orientada al volumen.

Las herramientas de simulación y juego pueden constituir un vehículo ideal para la instalación del nuevo paradigma, toda vez que propongan una fuerte focalización en la

generación de una operación rentable; en que las variables deben definirse de tal modo que ese equilibrio produzca un resultado económico positivo, y un retorno suficientemente atractivo como para mantener las inversiones en el negocio.

La posibilidad de inmersión en situaciones simuladas, en las que se deben analizar las condiciones, y decidir en búsqueda de las mejores soluciones, ofrece un camino de adopción a partir del descubrimiento; y los modelos de aprendizaje basados en la simulación, principalmente cuando utilizan elementos físicos de representación, como fichas y tableros, contribuyen fuertemente a este propósito

El valor agregado: desarrollando equipos eficaces

La posibilidad de conformar equipos y disponerlos para competir –en una modalidad de caso y simulación- representa una inmejorable oportunidad para observar actitudes, comportamientos y competencias individuales y grupales, sobre lo será posible identificar oportunidades de mejoras; entre ellas:

- la calidad de interacción e integración de los equipos;
- la capacidad para comunicarse efectivamente;
- la disposición para “ponerse en el lugar del otro” a partir de la asunción de roles diferentes a los habituales
- la eficacia para alcanzar los objetivos propuestos; y orientación a resultados
- la capacidad para reaccionar frente a escenarios de crisis, y situaciones de alta exigencia
- el entendimiento y actitud de adaptación a las reglas establecidas
- la flexibilidad para consensuar en grupos heterogéneos

El camino más corto

Las herramientas de juego y simulación son un vehículo poderoso para favorecer la adopción o la instalación de nuevos valores, a partir del carácter empírico de la metodología de aprendizaje que propone, y desde el fuerte carácter motivacional de las actividades que suponen escenarios de competencia.

En el caso del tema que incluimos como ejemplo, la utilización de estas herramientas, adecuadamente orientadas a la resolución de un modelo que proponga alcanzar los mayores valores de rentabilidad posible, puede ser el camino más corto para alinear el pensamiento operativo con el pensamiento estratégico. Y una forma muy eficaz de instalar una nueva visión y comportamiento orientados a la prosecución de las “ventas rentables” a las que se refiere Kotler.

(*) *El autor es*

*Socio de Méritent
Director General de World Business Games y
Director Asociado a AB Group de España.*