

## RECURSOS HUMANOS

# VIDEOJUEGOS Y RECURSOS HUMANOS

CARLOS DÍAZ\*

Si los proveedores de *software* empresarial queremos diseñar soluciones que cautiven a nuestra audiencia, debemos detectar lo que está ocurriendo en el mercado del entretenimiento.

La Wii de Nintendo, la Xbox 360 de Microsoft y la PlayStation 3 de Sony ya venden 3,000 millones de dólares al año.

Las consolas de nueva generación han dado un paso adelante en interacción, tridimensionalidad y diversión.

Las generaciones que tienen un control remoto de Wii en sus manos hoy tendrán en sus manos nuestras soluciones de RH mañana, y cualquier otro componente de SW empresarial.

¿Cuáles serán sus expectativas?

En primer lugar querrán divertirse. En un mundo cada vez más infantil, con menores índices de lectura y mayor apetito para el juego, la diversión justifica los medios.

Si no lo pasan bien trabajando con nuestras soluciones, simplemente trabajarán con otras.

No sólo los fabricantes de SW sino también los directores de RH deberían tener este principio básico en mente.

Construir entornos laborales divertidos es el elemento clave de captación de talento entre las nuevas generaciones.

Querrán, además, acceder a una usabilidad total.

¿Cómo cambian la pistola por el mortero en "Call of Duty", el videojuego más vendido del mercado?

Con tan sólo un movimiento de su índice izquierdo, de forma intuitiva y a la vez que se agachan para evitar al enemigo.

Muchas cosas ocurren a la vez en los videojuegos porque la usabilidad ha alcanzado niveles de excelencia.

Mientras las casas de SW de entretenimiento perfeccionan el control de sus aplicaciones de manera completamente *wireless* y *deviceless* (controlaremos los videojuegos con el movimiento de nuestras propias manos sin necesidad de dispositivos como el control remoto), las casas de SW empresarial seguimos anclados al ratón o la pantalla táctil en el mejor de los casos.

Por último querrán ser dueños de su entorno de juego. Un niño de cinco años es perfectamente capaz de seleccionar las opciones adecuadas en una PlayStation 3. Puede



cambiar colores, elegir jugadores, comprender el objetivo del juego y moverse con destreza adecuada en un entorno

cambiante de múltiples variables. El niño entiende lo que está ocurriendo y por ello es capaz de salvar distintos obs-

táculos para alcanzar el objetivo de la misión.

El mismo niño, en una situación de la vida real con múltiples variables, en un entorno cambiante, quizá no sería capaz de cumplir su misión o de actuar con la destreza necesaria. ¿Por qué? Esta es la pregunta que nos estamos haciendo en los departamentos de I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación) de algunas empresas de SW.

¿Qué herramientas debemos producir para que los empleados de nuestras organizaciones (mayores de cinco años) sean capaces de hacer algo tan heroico como entender el objetivo de su misión, salvar dificultades en un entorno dinámico y evaluar múltiples variables para tomar la decisión correcta? ¿Cómo podremos hacerles dueños de su propio entorno?

La fusión del entretenimiento con los RH es una necesidad perentoria. Aquellos que lo entienden ya empiezan a hablar de *Active HR* (Recursos Humanos Activos).

\*Director de Operaciones Panamericanas de Meta4.

meta4!