

Innovación Educativa: Formación de hábitos productivos en emprendedores con el uso de dos elementos claves: gamificación como estrategia didáctica fundamental y motivación sostenida en el tiempo

Diana Patricia Camargo Ramírez, Fundación Universitaria Horizonte

 <https://orcid.org/0000-0002-6101-5746>

Edwin Camargo Ramírez, Fundación Educación y Hábitos F.E.H.

 <https://orcid.org/0009-0007-7214-6315>

Resumen

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar el desarrollo de una aplicación para explorar las principales motivaciones de estudiantes de la Fundación Universitaria Horizonte que han decidido como proyecto de vida tener un desarrollo emprendedor, generando un plan de hábitos personalizado mediante el uso de una estrategia didáctica innovadora: La gamificación, la investigación se ha desarrollado durante más de dos años donde se han realizado diferentes pruebas usando como fundamentos claros los deseos básicos que guían el comportamiento del ser humano según Steven Reiss profesor de Psicología y psiquiatría, los ocho tipos de diversión de Marc Leblanc estudiados en MIT y los motores de motivación de Yu Kai Chou. Cuando se conjugan estos estudios usando inteligencia Artificial se obtiene un desarrollo que arroja datos relevantes que servirá

como insumo para minimizar los riesgos de deserción o desmotivación de los estudiantes en la generación de un proyecto emprendedor.

El resultado principal de esta investigación se enmarca en el análisis de los avances con una muestra de 10 estudiantes, donde se puede medir las motivaciones principales, así como características particulares que les ayudara a tener un plan de hábitos productivos personalizado para lograr el objetivo como emprendedor. Se parte de la premisa que todo hábito productivo se logra si se tiene una motivación adecuada que pueda sostenerse a lo largo del proceso, como conclusión se presentan los logros a la fecha y los retos que continúan en la investigación.

Palabras claves

Innovación Educativa, Gamificación, Emprendedores, Hábitos productivos, Motivación.

Introducción

La innovación educativa implica utilizar diferentes estrategias de enseñanza que permitan a los estudiantes lograr objetivos, la presente investigación usa la gamificación como estrategia didáctica innovadora para lograr formar hábitos productivos en emprendedores que les permita sostenerse en el tiempo con su proyecto empresarial. En Colombia según el estudio de la supervivencia Empresarial de Confecámaras el cual analiza los resultados de un periodo de cinco años (Confecámaras, 2023) indica que solo el 33.5% de las empresas del País sobreviven al término de 5 años.

Se tienen diferentes estudios de la cámara de comercio y otras fuentes académicas que indican que sostenerse como emprendedor tiene que ver con factores extrínsecos y factores intrínsecos, sin embargo; la hipótesis de la presente investigación que presenta resultados parciales es que son más fuertes los factores intrínsecos donde un emprendedor logra su objetivo de hacer la constitución

completa de la empresa y sostenerse en el tiempo si logra hábitos productivos con dos componentes claves: Desarrollo de motivación sostenida en el tiempo y uso de una estrategia didáctica innovadora, la gamificación

En este sentido se hace necesario desarrollar una aplicación con el uso de Inteligencia artificial que permita mediante unas preguntas sencillas integrar conocimientos claves para determinar aspectos motivacionales propios de cada persona para así generar un plan de hábitos productivos con gamificación.

Por tal motivo la Fundación Universitaria Horizonte realizó una alianza estratégica con la Fundación Educación y Hábitos F.E.H. dedicada al estudio de los hábitos productivos con gamificación, quienes desarrollaron una aplicación usando inteligencia artificial para determinar cuáles son los motores predominantes de motivación, así como otras características relevantes para que una persona pueda lograr el desarrollo de un hábito productivo o dejar atrás un hábito negativo.

Por tal razón esta aplicación fue trabajada con 10 estudiantes de la Institución quienes eligieron su práctica emprendedora, dentro del grupo de estudiantes se tenían principalmente dos perfiles. Perfil 1 Emprendedores solamente con una idea de negocio: Estos emprendedores presentaban una idea en su primer encuentro, sin embargo; no contaban con la experiencia o con el conocimiento para desarrollar el emprendimiento, algunos incluso nunca habían tenido una experiencia en el desarrollo de un emprendimiento.

Perfil 2 Emprendedores con un micronegocio: Estos emprendedores desarrollan un emprendimiento como micronegocio es decir pueden trabajar con alguien de su familia y no tienen todos los aspectos fundamentales de un emprendimiento desarrollado, algunos generar ingresos y de allí tienen su sustento, pero no están constituidos en cámara de comercio, no tienen plan financiero o un plan de mercadeo entre otros.

Por lo anterior la pregunta problema a desarrollar es:

¿Es la motivación y el uso de la estrategia didáctica de la gamificación factores claves para que los estudiantes de la Fundación Universitaria Horizonte se mantengan constantes en su proyecto de emprendimiento?

Dentro de la hipótesis que se tiene es que los emprendedores como cualquier ser humano necesitan mantenerse motivados para lograr un objetivo, de igual manera cuando se complementa con el hecho de que esa motivación proviene de actividades divertidas que no den cuenta de procesos obligatorios y aburridos, por esta razón se usa la gamificación como una estrategia didáctica clara.

Dentro de los objetivos planteados en la presente investigación se tiene como objetivo general Determinar si la motivación y el uso de la gamificación como estrategia didáctica innovadora contribuye para que el emprendedor sea constante en el desarrollo de su emprendimiento logrando que se mantenga en el tiempo y que llegue a ser una empresa.

Para cumplir este objetivo, se implementaron tres objetivos específicos como 1. Determinar mediante una aplicación desarrollada con IA las características principales de los emprendedores, así como otros aspectos relevantes para el logro de constancia en las actividades a desarrollar de sus emprendimientos. 2. Identificar si el uso de motores específicos desarrolla motivación para que los estudiantes se sientan identificados y por ende tengan un plan personalizado que permita desarrollar hábitos productivos y 3. Evaluar la aplicación desarrollada con IA para encontrar posibles mejoras según los resultados obtenidos con los estudiantes que trabajaron con la muestra inicial.

Como parte de la investigación, se realizó una búsqueda de referentes teórico como parte del desarrollo de la aplicación con Inteligencia Artificial se toma como fundamentales tres autores que cobran relevancia por los estudios realizados

y que se han constituido como claves durante la investigación de gamificación se toman referentes claros planteados en el libro “cómo generar hábitos y divertirse en el proceso” (Camargo, 2023):

Marc Leblanc un licenciado en informática de MIT que después del diseño de varios videojuegos propuso una taxonomía de 8 tipos de diversión se citan a continuación con una aplicación clara en gamificación:

- Sensación: juegos que provocan emoción a través de sonidos e imágenes entre otros.
- Fantasía: forma de escapar a otro mundo, donde se pueden generar personajes y ambientes desde la creatividad.
- Narrativa: se puede contar historias en las que existen personajes, situaciones, tramas y desenlace.
- Desafío: se pueden sortear obstáculos cada vez más difíciles generando competitividad.
- Compañerismo: se tiene interacción, es fundamental la relación con otros.
- Descubrimiento: exploración de la curiosidad, conocer algo nuevo
- Expresión: el poder mostrar lo que se siente sin temor, explorar formas de expresión.

Sumisión: Permitir que otros tomen decisiones, tranquilidad del pasatiempo.

Teniendo en cuenta que la diversión es algo que necesita todo ser humano y entendiendo la gamificación como tomar elementos de los juegos se tiene otro componente fundamental a partir de motivaciones Intrínsecas y deseos.

Steven Reiss, profesor de Psicología y Psiquiatría de Ohio, realizó un estudio con 6000 personas a través de una serie de encuestas para determinar las motivaciones intrínsecas y los deseos básicos que guían al ser humano, esta investigación buscaba identificar los deseos psicológicos comunes a todos los seres

humanos.

- Aceptación: Todo ser humano quiere ser aceptado en grupos familiares, sociales y laborales
- Curiosidad: Ser activo mentalmente, produciendo pensamientos
- Comer: es inherente y necesario a todo ser humano
- Familia: sentirse parte y ser querido
- Honor: Necesidad de tener creencias arraigadas y ser fiel a un grupo determinado
- Idealismo: buscamos la justicia social, nos podemos afectar por otros
- Independencia: somos seres humanos autónomos, individuales y con decisiones propias
- Orden: es importante la estabilidad, mantener orden según el criterio individual
- Actividad Física: el ejercicio como una necesidad de salud o de Bienestar
- Poder: Tener dominio de nosotros y de otros
- Romance: sentirse querido, cercanía corporal
- Ahorrar: brinda seguridad ante la incertidumbre del futuro
- Contacto social: somos seres sociales por naturaleza
- Estatus: Es importante para muchos tener una posición social estable, incluso diferenciada
- Tranquilidad: sentirnos en paz, completos y serenos
- Venganza: es difícil para el ser humano olvidar, perdonar los agravios.

El último referente tomado para el desarrollo de la aplicación con IA es Yu Kai Chou quien manifiesta que la gamificación combina elementos divertidos de los juegos con cosas rutinarias y aburridas. (Chou, Y.K,2015)

Su planteamiento se basa en 8 motores o drivers de motivación:

- Épica: estamos motivados porque queremos ser parte de algo mayor
- Logro: nos sentimos muy bien cuando logramos un objetivo o un reto.
- Creatividad: innovar a través de situaciones hacen que el ser humano se sienta feliz y motivado.
- Posesión: Todos queremos ser dueños de algo, sentirnos con algo propio que ojalá sea construido en el tiempo
- Afinidad: es relevante para el ser humano ser parte de un grupo.
- Impaciencia: es una necesidad constante de llegar al final
- Curiosidad: expectativa por lo que puede ocurrir
- Perdida: hacer algo para evitar que ocurra algo malo.

Combinando los deseos básicos, los tipos de diversión y los motores de motivación se puede llegar a un aplicativo que busca confirmar si la motivación y la gamificación son claves a la hora de desarrollar emprendimiento.

Metodología

El proceso investigativo inicio con un ejercicio exploratorio y descriptivo con los autores y sus planteamientos, con el surgimiento de la Inteligencia artificial se pueden combinar estas variables en un aplicativo con desarrollo propio para luego aplicarse a un grupo de estudiantes de la Fundación Universitaria Horizonte.

El estudio se ha realizado durante dos años donde se han tenido diferentes estudiantes con los perfiles mencionados, se tomó una muestra de 10 estudiantes y se empezó con la aplicación de la prueba, preguntas sencillas previamente elaboradas.

A Continuación, ficha técnica de la investigación:

Tabla 1. Ficha técnica investigación

<i>Tipo de Investigación</i>	<i>Exploratoria y Descriptiva</i>
<i>Número de estudiantes que aplicaron</i>	<i>10</i>
<i>Periodo de tiempo</i>	<i>3 semestres</i>
<i>Encuesta</i>	<i>Se presenta a continuación.</i>
<i>Elaboración propia</i>	

Imagen 1. Cuestionario de análisis

Nombre *

Edad

Ocupación

Trabajo

Estudio

Estudio y Trabajo

Ninguno

¿Cómo te sientes hoy?

Muy estable

Con Alti bajos

Inestable

en cambio

Correo electrónico *

1. ¿Qué nivel de acceso a tecnología tienes?

Alto

Medio

Bajo

Muy bajo

2. ¿Qué tiempo libre tienes en la semana?

Mayor a 20 Horas

10 a 20 Horas

5 a 10 Horas

Menor a 5 Horas

Elaboración propia

Imagen 2. Cuestionario de análisis

3. ¿Qué Objetivo deseas cumplir a corto plazo?

4. ¿Qué objetivo deseas cumplir a mediano plazo (6 meses a 2 años)?

5. ¿Qué objetivo deseas cumplir a largo plazo (más de 2 años)?

6. ¿Qué te impulsa a involucrarte en actividades nuevas?

- Ganar y destacar
- Aprender cosas nuevas
- Sentirme parte de un grupo
- Hacer lo correcto

7. ¿Qué tipo de experiencias disfrutas más?

- Resolver acertijos
- Compartir en grupo
- Competir y ganar
- Crear o expresarme

8. Cuando alcanzas una meta importante, ¿Cómo te sientes?

- Orgulloso y reconocido
- Feliz por aprender
- Agradecido por el apoyo
- Satisfecho por hacer el bien

Elaboración propia

Imagen 3. Cuestionario de análisis

9. Si tuvieras una tarde libre, ¿Qué harías?

- Participar en competencias
- Leer o investigar
- Reunirme con amigos
- Voluntariado

10. ¿Cuál frase te representa mejor?

- Ser el mejor
- Entender el mundo
- Ayudar a otros
- Tener libertad

11. ¿Qué tipo de películas te gustan más?

- Historias de superación
- Mundos nuevos
- Relaciones Humanas
- Mensajes éticos

12. Cuando te enfrentas a un problema importante, ¿cómo sueles abordarlo?

- Buscas ayuda o lo resuelves junto a otros.
- Te enfocas en dominarlo paso a paso, hasta encontrar la solución.
- Intuyes el camino a seguir y te lanzas, confiando en tu experiencia.
- Te aseguras de tener todo bajo control antes de actuar.

13. ¿Qué te haría sentir más realizado dentro de un proyecto personal o laboral?

- Ver que ayudaste a otros o cambiaste algo valioso para bien.
- Ser reconocido como el mejor o como alguien con grandes logros.
- Tener libertad de explorar, crear o hacer las cosas a tu modo.
- Tener control, poder sobre decisiones y ver cómo se concreta tu visión.

Elaboración propia

Resultados

A continuación, se presenta la explicación paso a paso del informe que se genera con el uso del aplicativo de IA para lograr hábitos productivos en los emprendedores:

Una vez el emprendedor contesta las preguntas previamente diseñadas para que se integren en el aplicativo de IA se realiza una introducción donde se enfatiza en los autores y fundamentos con los que se trabaja, como se nota en la imagen a continuación, la redacción está enfocada hacia los elementos de los juegos:

Imagen 4. Fundamento del informe

1. Introducción: El Propósito de tu Análisis

¡Bienvenida a tu viaje de autodescubrimiento! El propósito de este análisis es brindarte una comprensión profunda y estructurada de aquello que te impulsa, te genera placer y te hace sentir realizada. No se trata de etiquetas, sino de identificar tus superpoderes motivacionales para que puedas tomar decisiones académicas, profesionales y personales con total claridad.

- a. Octalysis (Yu-kai Chou): Este modelo identifica 8 Core Drives (Motores Centrales) que impulsan la motivación humana. Al identificar tus predominantes, entendemos por qué te sientes atraída a ciertas actividades y cómo diseñar tu vida para mantener el compromiso a largo plazo.
- b. Deseos Básicos de Reiss: Estos 16 deseos representan las motivaciones fundamentales de la personalidad que dirigen tu vida y tus valores. Comprenderlos te ayuda a saber qué necesitas para alcanzar una satisfacción profunda.
- c. Tipos de Diversión (Marc Leblanc): Este marco categoriza 8 tipos de placer experiencial. Al relacionarlos con tus motores internos, descubrimos qué entornos de trabajo y estudio te resultan intrínsecamente gratificantes.

Elaboración propia

Cuando se da la Bienvenida introductoria se procede a mostrar un perfil general donde se toman datos claves como edad, ocupación y se muestra una síntesis conductual que arroja la prueba, es importante indicar que las respuestas


pueden llevar a determinar si la persona cuenta con el tiempo y los recursos disponibles esto permitirá el desarrollo de un plan de hábitos ajustado a cada uno.

Imagen 5. Análisis conductual

2. Perfil General de [REDACTED]

Tu perfil muestra la imagen de una joven de 21 años, estudiante, que se encuentra en un momento de búsqueda estratégica.

Aspecto	Detalle	Síntesis Conductual
Nombre	[REDACTED]	
Edad/Ocupación	21 años, Estudiante	Momento óptimo para la exploración vocacional y la formación de hábitos clave.



Contexto Personal	Acceso a tecnología Media, Tiempo libre < 5 Horas/semana	Necesidad urgente de optimizar el tiempo y establecer límites claros. Estás estable pero probablemente sobrecargada.
Estado Emocional	Muy estable	Una base emocional sólida que te permite abordar los desafíos (procrastinación) con claridad y energía.
Objetivos	CP: Gestionar tiempo/dejar de procrastinar. MP: Comprar moto. LP: Iniciar compra de casa.	Fuerte orientación a la libertad y posesión. Buscas el control de tu vida y el reconocimiento que viene con la independencia financiera.

Elaboración propia

El aparte 3 realiza un análisis motivacional personalizado donde se identifica el tono emocional, así como los motores predominantes de Yu Kai Chou según la respuesta del estudiante, se identifican los motores con los que más se relaciona la persona, su nivel estimado y una evidencia clara de porque este motor es predominante.

A continuación, se muestra una imagen ejemplo aclarando que la aplicación permite hacer la estimación de los 8 motores trabajados por Yu Kai Chou.

Imagen 6. Análisis motivacional personalizado

3. Análisis Motivacional Personalizado

a. Interpretación General del Comportamiento y Tono Emocional

Tu comportamiento se rige por un equilibrio entre la Búsqueda de Significado (Impacto) y la Búsqueda de Independencia (Control/Posesión). El tono emocional es de una persona que valora la estabilidad (Muy estable), pero que activamente busca mejorar su eficiencia (gestionar mis tiempos y dejar de procrastinar). Eres una persona con alta inteligencia emocional que sabe lo que quiere, pero que necesita una estructura lúdica para ejecutarlo consistentemente. Tu tendencia es a la proacción estructurada (aseguras de tener todo bajo control antes de actuar).

b. Análisis Detallado de los Motores Predominantes (Octalysis)

Tus respuestas muestran una motivación policéntrica, pero con un claro liderazgo en motores "White Hat" (positivos y sostenibles a largo plazo) y una fuerte influencia del "Black Hat" de posesión.

Motor Central (Core Drive)	Nivel Estimado	Evidencia en tus Respuestas	Implicación para Ti
CD4: Ownership & Possession (Propiedad y Posesión)	9/10 (Muy Alto)	Comprar moto, Iniciar compra de casa propia, Tener libertad.	Tu motor más poderoso. La realización de metas tangibles y el control sobre tus recursos (tiempo, dinero, bienes) es clave para tu felicidad y autoestima.
CD1: Epic Meaning & Calling (Significado Épico y Vocación)	8/10 (Alto)	Ver que ayudaste a otros o cambiaste algo valioso para bien.	Tienes una profunda necesidad de que tu trabajo trascienda y sea un servicio a los demás. La vocación de servicio es tu verdadero Norte.
CD5: Social Influence & Relatedness	8/10 (Alto)	Compartir en grupo, Reunirme con amigos, Sentirte reconocida.	Tu motivación se dispara en contextos sociales. El apoyo, el networking y el

Elaboración propia

La correlación también se realiza con los deseos básicos de Reiss y los tipos de diversión de Marc Leblanc para el ejemplo que se está planteando el estudiante tiene como deseo básico predominante la independencia, pero también piensa en el ahorro y el servicio. La diversión que más disfruta es el compañerismo lo que hace pensar que este estudiante funciona muy bien cuando se plantea objetivos comunes con otros compañeros o amigos.

Para el presente capítulo solo se indican algunos rasgos, no obstante; son varias las posibilidades de análisis que se podrían lograr combinando los saberes de estos tres autores.

Imagen 7. Análisis Deseos básicos de Reiss y Tipos de Diversión de Marc Leblanc.

c. Conexión con los Deseos Básicos de Reiss y los Tipos de Diversión

Tu patrón de motivación se alinea perfectamente con:

- Deseos Básicos de Reiss: Tus deseos más prominentes son la Independencia (tener libertad), el Ahorro/Posesión (moto, casa), el Servicio/Idealismo (ayudar a otros) y el Contacto Social/Afinidad (compartir en grupo). Esto confirma que necesitas un camino profesional que te brinde autonomía financiera para impactar positivamente a tu comunidad.
- Tipos de Diversión (Marc Leblanc):
 - La diversión que más disfrutas es el Compañerismo (compartir y socializar).
 - La segunda es el Descubrimiento/Fantasía (aprender cosas nuevas y mundos nuevos).
 - También tienes una inclinación por los Desafíos (luchar contra la procrastinación).

Elaboración propia

Con este aplicativo también se pueden determinar las tendencias vocacionales de los estudiantes que son muy útiles a la hora de determinar qué tan constante será la persona en el tiempo para el logro de los objetivos.

Imagen 8. Tendencia vocacional por motor

d. Tendencias Vocacionales por Motor

Tu perfil motivacional altamente altruista y posesivo indica una fuerte inclinación a roles que combinan Servicio Directo + Autonomía Financiera.

Motor Predominante	Tendencia Vocacional Específica
CD4: Ownership & Possession	Roles que permitan la generación de activos o la gestión de alto valor (Inversión, Bienes Raíces, Emprendimiento de alto margen).
CD1: Epic Meaning & Calling	Campos de Impacto Social (Educación, Consultoría de Liderazgo, Salud Comunitaria, Desarrollo Sostenible).
CD5: Social Influence & Relatedness	Roles que requieran liderazgo de equipos, mentoría o ventas complejas B2B (donde el relacionamiento es clave).
CD7: Unpredictability & Curiosity	Carreras de investigación aplicada, desarrollo tecnológico, data science o cualquier campo con actualización constante (Ciberseguridad, UX/UI).
CD3: Empowerment of Creativity	Diseño de soluciones, desarrollo de currículos educativos innovadores, content creation especializado, coaching personalizado.
CD8: Loss & Avoidance	Roles de Gestión de Riesgos, control de calidad, auditoría o planificación estratégica detallada.

e. Reflexión Final sobre tu Orientación Profesional

Tu orientación profesional debe balancear el impulso de ayudar a otros (CD1) con la necesidad de ser dueña de tu destino (CD4). Eres una excelente candidata para profesiones con un fuerte componente de servicio que, a su vez, te permitan autonomía económica y de decisión. Los caminos más adecuados son aquellos que te conviertan en la creadora de la solución, no solo en una empleada.

Elaboración propia

Se realiza un análisis de los modelos motivacionales a partir de los autores ya explicados y el perfil conductual dando una conclusión relevante.

Imagen 9. Perfil Conductual

4. Relación entre los Modelos Motivacionales y el Perfil Conductual

La principal tensión en tu vida se da entre tu necesidad de Control/Orden (CD8: evitar la pérdida de tiempo; Deseo de Poder: tener control) y el desafío de la Procrastinación.

Conclusión Conductual: La procrastinación no es un defecto de carácter, sino una señal de que la tarea que debes realizar no está suficientemente alineada con tus motores internos más fuertes, o que te sientes abrumada por la falta de control sobre ella. Para ti, la forma de vencerla es: gamificar el progreso (CD2) y recordar el impacto social (CD1) de esa pequeña tarea.

Elaboración propia

Fundación Educación y Hábitos (F.E.H.) en su estudio, establece que la eficacia del Plan de Hábitos Productivos Gamificado (PHPG) reside en su capacidad para ir más allá de la observación superficial de la conducta. La estrategia de desarrollo individual de la F.E.H. exige una comprensión profunda de la relación simbiótica entre la motivación interna (el por qué) y el perfil conductual (el cómo) del beneficiario.

La F.E.H. formaliza la integración de múltiples modelos motivacionales (como Octalysis, Reiss, y Leblanc) con el patrón de respuesta conductual observado para garantizar que los hábitos gamificados diseñados sean tanto eficientes como sostenibles.

De allí la importancia estratégica de la integración Modelo-Conducta ya que la disociación entre la motivación declarada y la conducta real es la principal causa de fracaso en los programas de desarrollo personal. La F.E.H. utiliza esta integración para tres propósitos estratégicos:

- **Diagnóstico de Congruencia:** Permite evaluar si las acciones del individuo (el perfil conductual) están alineadas con sus necesidades psicológicas fundamentales (los modelos motivacionales). Un desajuste (por ejemplo, una alta necesidad de Curiosidad que se traduce en una conducta de procrastinación o dispersión) identifica el punto exacto de fricción que el

PHPG debe corregir.

- **Diseño de Palancas Específicas:** Al entender que una conducta (como la "superación paso a paso") está impulsada por un Motor de Desarrollo y Logro (Octalysis II), la F.E.H. puede diseñar la gamificación (ej., cadenas de dominio con barras de progreso) para reforzar selectivamente ese patrón conductual positivo.
- **Predicción de Resiliencia:** Los modelos motivacionales permiten predecir la reacción del individuo ante el estrés o la frustración. Si el perfil conductual muestra una alta necesidad de Significado Épico (Motor I), la F.E.H. sabe que debe utilizar recompensas de trascendencia para recuperar el compromiso tras un revés.

La metodología F.E.H. se apoya en la investigación que vincula la estructura de la personalidad con los patrones de comportamiento observables, garantizando que el diseño del PHPG se base en principios de cambio conductual sólido:

La relación entre los modelos motivacionales y el perfil conductual es el algoritmo interno de la estrategia F.E.H. Al analizar qué necesidades (motivación) están impulsando qué acciones (conducta), la Fundación puede diseñar un PHPG que sea inherentemente atractivo, predictivo y sostenible, maximizando el potencial de desarrollo individual de cada beneficiario.

Imagen 10. Objetivo y actividades gamificadas

5. Plan de Hábitos Productivos Gamificado

Este plan está diseñado para abordar tu objetivo a corto plazo (gestionar el tiempo y dejar de procrastinar) utilizando tus motores predominantes (CD4, CD1, CD5, CD7) como impulso.

a. Objetivo General del Plan

Objetivo: Transformar la gestión del tiempo y la finalización de tareas en un juego personal para ganar autonomía (moto, casa) e incrementar mi impacto (servicio).

b. Actividades Gamificadas por Motivación y Motor Predominante

Motor Predominante	Actividad Gamificada Sugerida	Mecánicas Clave (Gamificación)
CD4: Ownership & Possession	"El Contador de Activos"	Por cada hora productiva completada (usando Pomodoro), transfieres un pequeño monto de dinero (ej: \$1) a una cuenta de ahorro llamada "Fondo Moto/Casa". Recompensa tangible.
CD1: Epic Meaning & Calling	"El Mentor de la Tarea"	Antes de empezar una tarea que te abruma, escribe en 30 segundos: "¿Cómo impacta esta tarea mi objetivo de ayudar a otros o el valor que quiero crear?" Luego, haz un check-in con un amigo (CD5) sobre ese impacto.
CD5: Social Influence & Relatedness	"El Desafío de Sincronía"	Crea un pequeño grupo de estudio/productividad virtual (o presencial). Comprométete con ellos a completar una tarea a una hora específica. La presión social es tu motor.
CD7: Unpredictability & Curiosity	"La Caja de la Sorpresa Productiva"	Cuando termines 5 tareas difíciles, te ganas el derecho de sacar una "carta" de una caja con un mini-premio o experiencia de Mundo Nuevo (ej: ver un documental nuevo, leer un capítulo de un libro de ciencia ficción, explorar una app de productividad que no conoces).

Elaboración propia

La Fundación Educación y Hábitos F.E.H. debe adoptar la gamificación como un marco de diseño conductual que optimice el compromiso y la persistencia,

elementos críticos para el éxito de proyectos a mediano y largo plazo. El diseño del Plan de Hábitos Gamificado se sustenta en principios de la psicología de la motivación y el diseño de sistemas, garantizando que la intervención sea eficiente, sostenible y alineada con los motores internos del individuo.

La intervención de la Fundación Educación y Hábitos F.E.H. debe asegurar que el compromiso del beneficiario no dependa de recompensas externas, sino del placer inherente a la actividad. La Teoría de la Autodeterminación (TAD) establece que el compromiso más profundo se logra al satisfacer las necesidades de autonomía, competencia y relación (Deci & Ryan, 2000).

Podemos argumentar en un ejemplo: El plan no solo se enfoca en la tarea ("hacer 30 minutos de trabajo"), sino en el propósito trascendente de esa tarea. Actividades como el Diario del Filósofo (Motor I) y la Misión de Exploración Semanal (Motor VII) mantienen la conexión emocional del individuo con su objetivo a largo plazo ("estudio de la mente"). Al diseñar el sistema para que cada pequeña acción contribuya a una narrativa épica, la F.E.H. utiliza el marco de Octalysis para blindar al individuo contra el abandono cuando enfrente la frustración o los "Altibajos".

En el anterior ejemplo el individuo está inmerso en proyectos que exigen un esfuerzo cognitivo sostenido (investigación, prototipado). Yu-kai Chou subraya que la persistencia en entornos de alto esfuerzo depende de la activación de los motores motivacionales correctos. Para un perfil como el analizado, es fundamental activar los motores del Significado Épico (I) y la Curiosidad (VII) (Chou, 2015).

La Fundación Educación y Hábitos (F.E.H.) establece que la eficacia y la sostenibilidad del Plan de Hábitos Productivos Gamificado (PHPG) en el desarrollo individual de sus beneficiarios dependen intrínsecamente de una evaluación diagnóstica rigurosa que trascienda la mera enumeración de objetivos.

Imagen 11. Correlación y matriz DOFA

c. Correlación con los Objetivos del Individuo

Plazo	Objetivo Específico
Corto Plazo (0-6 meses): (Gestión de tiempo/procrastinación)	Implementar el "Contador de Activos" y el "Desafío de Sincronía" para crear disciplina instantánea en el manejo de tu tiempo.
Mediano Plazo (6 meses - 2 años): (Comprar moto)	El "Fondo Moto/Casa" (CD4) proporciona un refuerzo positivo directo y constante a tu cuenta de ahorros, haciendo que cada tarea te acerque a la posesión deseada.
Largo Plazo (2+ años): (Compra de casa propia)	El desarrollo de la disciplina financiera y la autonomía de tiempo que obtienes del plan te posicionará para abordar un objetivo financiero tan grande con la madurez y control que deseas.

6. Matriz DOFA del Perfil de Jeferson

Criterio	Descripción del Perfil y Motores
FORTALEZAS (Internas)	Motivación Intensa: Fuerte motor de posesión (CD4) y significado (CD1). Liderazgo Social: Alta capacidad de relacionamiento (CD5). Enfoque Estratégico: Prioriza el control antes de actuar (solidez en la toma de decisiones).
OPORTUNIDADES (Externas)	Emprendimiento Social: Dada la mezcla CD1 y CD4, tienes la oportunidad de crear un negocio que resuelva un problema social y te genere activos. Roles de Liderazgo: Tu afinidad social te abre puertas a posiciones de gestión de equipos y mentoría.
DEBILIDADES (Internas)	Procrastinación: El principal obstáculo para la ejecución. Se debe a un conflicto de valor o control sobre la tarea. Baja Prioridad de Auto-Cuidado: Muy poco tiempo libre (<5h) indica un posible agotamiento o mala gestión de límites.
AMENAZAS (Externas)	Burnout (Agotamiento): Si no gestionas mejor tu tiempo (STG), tu estado de ánimo estable podría deteriorarse. Dependencia Excesiva del Reconocimiento: Si solo trabajas por el orgullo y el reconocimiento (CD2/CD5), puedes caer en el "síndrome del salvador" o el people-pleasing.

Elaboración propia

La Fundación Educación y Hábitos (F.E.H.) tiene como misión potenciar el desarrollo sostenido en sus beneficiarios. La experiencia demuestra que la principal barrera para el logro de metas a largo plazo no es la falta de conocimiento o de objetivos, sino la falla en la consistencia de los hábitos productivos. Los planes de

acción tradicionales, basados puramente en la disciplina y la fuerza de voluntad, han demostrado ser insuficientes, llevando a la frustración, el agotamiento (burnout) y el abandono de los proyectos personales o profesionales.

Por ello, la F.E.H. formaliza la Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) como el componente analítico obligatorio y previo a la implementación de cualquier PHPG. Esta matriz no solo identifica el punto de partida del individuo, sino que también garantiza que la estrategia de gamificación sea contextualizada y maximice la probabilidad de éxito.

1. Importancia Estratégica de la Matriz DOFA en el Plan de Hábitos Personalizado Gamificado. (PHPG).

La matriz DOFA opera como un puente entre la motivación teórica (establecida por la gamificación) y la viabilidad práctica (del individuo en su entorno). Su aplicación en el contexto de hábitos productivos es crucial por tres razones principales:

a. Mapeo de Fortalezas y Debilidades (Factores Internos)

- **Fundamento:** La identificación de Fortalezas permite a la F.E.H. diseñar bucles de feedback y desafíos gamificados que capitalicen las capacidades ya instaladas del individuo, utilizando estas fortalezas como "recursos iniciales" para el juego del desarrollo.
- **Gestión de Riesgos:** La evaluación de las Debilidades (ej., falta de tiempo, inconsistencia emocional) permite a la Fundación diseñar mecanismos de evasión de pérdida (Octalysis VIII) y sistemas de apoyo específicos para mitigar el riesgo de abandono del PHPG.

b. Optimización de Oportunidades y Mitigación de Amenazas (Factores Externos)

- **Diseño Contextual:** Las Oportunidades (ej., acceso a tecnología, tendencias del mercado) se incorporan directamente como "misiones" o "recompensas" dentro del PHPG, vinculando el desarrollo personal con el crecimiento profesional externo.
- **Adaptación al Entorno:** Las Amenazas (ej., competencia, inestabilidad) son analizadas para asegurar que el PHPG desarrolle la resiliencia necesaria, preparando al individuo para gestionar los reveses externos sin que descarrilen la cadena de hábitos.

2. Fundamentación Teórica del DOFA en el Desarrollo de Hábitos

La integración del DOFA en la metodología F.E.H. se justifica por su capacidad para vincular el diseño de la intervención con la realidad contextual del beneficiario, garantizando un enfoque adaptativo.

a. Planificación y Gestión Estratégica (Ansoff)

El concepto de análisis estratégico, del cual deriva la matriz DOFA, tiene su origen en la obra de pensadores como Igor Ansoff, quien enfatizó la importancia de la evaluación interna y externa para formular la dirección futura de una organización (Ansoff, 1965).

- **Relevancia F.E.H.:** Al aplicar el DOFA al desarrollo individual, la F.E.H. trata el crecimiento personal como una entidad estratégica. El análisis DOFA se convierte en el paso inicial para la planificación de la Matriz de Crecimiento del individuo (Ansoff, 1965), asegurando que el PHPG no sea una actividad aislada, sino un plan deliberado que proyecte al beneficiario hacia sus metas a largo plazo, utilizando la gamificación como la herramienta de ejecución de

esa estrategia.

b. La Importancia de la Especificidad en la Fijación de Metas (Locke y Latham)

La efectividad de cualquier plan de desarrollo depende de la claridad y especificidad de sus metas. Edwin A. Locke y Gary P. Latham demostraron que las metas específicas y desafiantes conducen a un rendimiento más alto que las metas vagas (Locke & Latham, 2002).

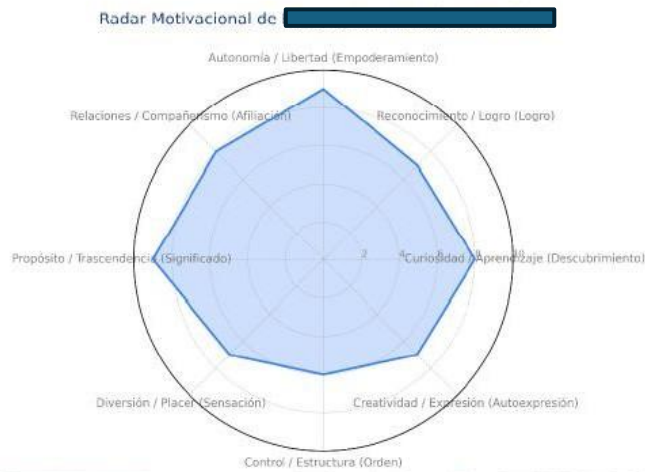
- **Relevancia F.E.H.:** El DOFA transforma los objetivos generales del individuo en metas de hábito específicas y desafiantes. Por ejemplo, la Debilidad de "tiempo limitado" lleva a la meta específica (Gamificado) de "Cadena de Dominio de 30 minutos ininterrumpidos" en lugar de la meta vaga de "trabajar más". El DOFA garantiza que las "misiones" del PHPG sean contextualizadas y tengan la dificultad adecuada para motivar, de acuerdo con los principios de la fijación de metas (Locke & Latham, 2002).

La matriz DOFA no es solo una herramienta de diagnóstico, sino el plano arquitectónico que asegura que el Plan de Hábitos Productivos Gamificado sea altamente personalizado y estratégicamente viable. Al identificar las Fortalezas a explotar y las Amenazas a mitigar, la F.E.H. maximiza el retorno de la inversión de esfuerzo del beneficiario y consolida la gamificación como la metodología más efectiva para el desarrollo conductual sostenible.

Imagen 12. Gráficas de análisis, Fuente. Elaboración propia

7. Gráficas

Gráfica 1: Radar Motivacional



Gráfica 2: Afinidad con Oportunidades Vocacionales



Elaboración propia

La Fundación Educación y Hábitos (F.E.H.) establece en su modelo que la personalización es la piedra angular del Plan de Hábitos Productivos Gamificado (PHPG). Una intervención genérica fracasa porque ignora la arquitectura motivacional única de cada individuo.

Por consiguiente, la F.E.H. formaliza el uso de la Gráfica de Radar (o Gráfico de Araña) como la herramienta diagnóstica esencial para la visualización y análisis de dos dominios críticos: el Radar Motivacional y el Gráfico de Afinidad Vocacional. Estos instrumentos garantizan que el diseño del PHPG se ajuste precisamente a las palancas internas de cada beneficiario.

3. Importancia Estratégica de la Gráfica de Radar en el PHPG

La Gráfica de Radar es un método de visualización multivariable que supera las limitaciones de las puntuaciones lineales. Permite a la F.E.H. identificar patrones de dominancia y deficiencia, lo cual es vital para el diseño de experiencias gamificadas equilibradas y eficientes.

a) Radar Motivacional: Diseño de Bucles de Compromiso

El Radar Motivacional, basado en el modelo Octalysis (o similar), ilustra la jerarquía de los motores internos de un individuo, lo cual ha permitido que la F.E.H. pueda capitalizar los motores predominantes (puntuaciones altas) para generar la acción inicial (ej., usar la Curiosidad para diseñar una "Misión de Exploración") y, simultáneamente, integrar elementos que compensen los motores deficientes (puntuaciones bajas) para asegurar la adherencia a largo plazo (ej., añadir un componente de Influencia Social a un individuo con baja puntuación social, pero fuerte motivación de Logro).

b) Gráfico de Afinidad Vocacional: Alineación de Esfuerzo

Esta gráfica mapea la afinidad del individuo con diferentes tipos de oportunidades (oficio, emprendimiento, carrera, investigación, etc.), que para la F.E.H. asegura que los hábitos productivos desarrollados en el PHPG se dirijan a un dominio que el beneficiario encuentra intrínsecamente valioso. Si la Afinidad con la

Investigación es alta, el PHPG debe diseñar hábitos que recompensen el tiempo dedicado a la indagación intelectual, maximizando así el Significado Épico de la acción (Motor I). Esto evita el desperdicio de esfuerzo en rutas vocacionales de baja afinidad.

La metodología F.E.H. se apoya en la investigación contemporánea sobre la eficacia de la representación visual de datos y la medición precisa de los constructos motivacionales. Robert

J. Vallerand y sus colegas han desarrollado y validado el concepto de motivación a través de escalas multidimensionales, como la Escala de Motivación (EMI), destacando la importancia de distinguir entre la motivación intrínseca y las diversas formas de motivación extrínseca. Vallerand subraya que una intervención efectiva debe comprender la estructura compleja y jerárquica de la motivación de un individuo (Vallerand, 2012).

Según lo anterior, la Gráfica de Radar, al visualizar de forma simultánea múltiples motores (o tipos de motivación), proporciona la representación ideal de esta estructura jerárquica motivacional (Vallerand, 2012). Esto permite a la F.E.H. diagnosticar rápidamente si la fuente de energía de un individuo es autónoma (intrínseca) o controlada (extrínseca), y diseñar el PHPG para reforzar las fuentes más sostenibles.

En cuanto a la efectividad de la visualización de datos para la cognición, Stephen Few argumenta que las herramientas gráficas deben diseñarse para facilitar la comprensión rápida y precisa de los patrones y relaciones (Few, 2009). Motivo por el cual la F.E.H.: considera que la Gráfica de Radar es superior a una lista de puntuaciones al revelar desequilibrios y perfiles a simple vista. Esta representación visual facilita el proceso de coaching, permitiendo al propio beneficiario comprender su perfil de una manera más intuitiva (Few, 2009). La comprensión y aceptación del perfil diagnóstico son pasos críticos para la adherencia al PHPG.

La implementación sistemática de las Gráficas de Radar Motivacional y Vocacional transforma el diagnóstico de la F.E.H. de una simple medición a una herramienta de diseño estratégico. Asegura que el Plan de Hábitos Productivos Gamificado sea un sistema de alta precisión que maximice el potencial de desarrollo individual al alinear el qué (vocación) con el por qué (motivación).

Imagen 13. Recomendaciones específicas

8. Recomendaciones Específicas: Tu Ruta de Especialización

Categoría	Recomendación Específica (Basada en CD1, CD4, CD5)	Nota Aclaratoria (Punto 11)
Oficios	Asistente Virtual Especializada en RR.SS. para ONGs/Fundaciones: Combina impacto social (CD1) con la autonomía y el control de un trabajo independiente (CD4).	La tendencia es mayor hacia la autonomía para poder controlar tus tiempos y tus ingresos (CD4) mientras cumples un propósito social (CD1).
Emprendimientos	Consultoría de Productividad o Educación Personalizada (Gamificada): Diseñar sistemas (control, orden) para ayudar a otros a gestionar su tiempo y vida (CD1) y te genera ingresos directos (CD4).	Tu enfoque en "tener todo bajo control" y "ayudar a otros" te haría una consultora/coach muy efectiva. El emprendimiento ofrece la máxima libertad (Reiss) y posesión (CD4).
Carreras Universitarias	Ingeniería Industrial (Énfasis en Procesos/Logística) con Postgrado en Liderazgo/Gestión del Cambio o Psicología Organizacional/Educativa con Postgrado en Finanzas.	Se recomienda fuertemente una carrera que te dé estructuras y control (Industrial, Ps. Organizacional) y luego la apliques en un campo de impacto/servicio (Educativa, Liderazgo). La combinación de hard skills (control) con soft skills (servicio) es tu fórmula de éxito.
Plan de Ahorro	Ahorro Basado en Hábitos (Micro-Ahorro): Utiliza la lógica del "Contador de Activos" para depositar dinero automáticamente cada vez que cumples un hábito clave. Principio Financiero: El dinero debe ser el feedback (CD3) de la productividad, no el fin único.	El ahorro debe estar ligado a tu motivación intrínseca (CD4: posesión), no a una restricción. Usar los logros para ahorrar refuerza el hábito con la recompensa inmediata del dinero.

Elaboración propia

Teniendo en cuenta este análisis mostrado aquí para un estudiante se puede tener resultados muy concretos:

Es viable el uso de esta aplicación para conocer los aspectos motivacionales de cada persona y generar un plan de hábitos personalizado con gamificación.

Cada persona da prioridad diferente a los motores de motivación, tipos de diversión y deseo básicos según su momento de vida y planteamiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Durante el desarrollo de esta aplicación se ha identificado que los estudiantes muestran relevancia e interés por conocer los motores de motivación que más los identifican.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la investigación que se viene desarrollando se tienen conclusiones muy puntuales:

El aplicativo presenta una gran oportunidad para integrar variables fundamentales como los deseos básicos del ser humano, los motores de motivación y los tipos de diversión conjugándose para tener un conocimiento detallado de una persona.

Los estudiantes de la muestra manifestaron de forma total la importancia de generar hábitos productivos para el desarrollo de los emprendimientos de una manera divertida, manifiestan que formar hábitos se siente un proceso de obligación.

El aplicativo puede ser muy amplio ya que muchas personas tienen objetivos muy ambiguos o grandes, se puede trabajar en puntualizar y concretar más estos aspectos.

Referencias

- Ansoff, H. I., 1965. *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. McGraw-Hill.
- Camargo, R., 2023. Como generar hábitos y divertirse en el proceso, Gamificación para la generación de nuevas conductas. Fuente web: <https://confecamaras.org.co/segun-estudio-de-confecamaras-el-33-5-de-las-empresas-del-pais-sobreviven-al-termino-de-5-anos/>
- Colorado Guarnizo, P. A., & Tamayo Arismendi, D. A. (2025). Formación docente En Tic, un desafío para la gestión educativa. *Vía Innova*, 12(1), 112–132. <https://doi.org/10.23850/2422068X.6833>
- Chou, Y. K., 2015. *Actionable gamification: Beyond points, badges, and leaderboards*. Createspace Independent Publishing Platform.
- Deci, E. L., C Ryan, R. M., 2000. The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Few, S., 2009. *Now you see it: Simple visualization techniques for quantitative analysis*. Analytics Press.
- Locke, E. A., C Latham, G. P., 2002. Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705–717.
- Vallerand, R. J., 2012. The role of passion in sustainable performance. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(5), 550–558.