CC BY NC SA

La Gamificación como estrategia para la intervención social

Gamification as a strategy for social intervention

José Sáez Olmos

Universidad de Murcia y Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) (España)

Resumen: La gamificación, según sus características y resultados exitosos en diferentes ámbitos, tiene un gran potencial para ser aplicada en Trabajo Social. Este artículo versa sobre las posibilidades que presenta la gamificación como una estrategia innovadora para la intervención social como forma de mejorar el aprendizaje y la motivación de las personas usuarias. Para ello, el texto define la Gamificación y sus principales características y ventajas, ofreciendo argumentos para implementar esta estrategia como forma novedosa y complementaria de intervención para el Trabajo Social.

Palabras clave: Gamificación, Innovación, Intervención social, Trabajo Social.

Abstract: Gamification has the potential to be applied in Social Work due to its characteristics and successful results in various fields. Gamification is discussed in this article as an innovative strategy for social intervention that can improve learning and user motivation. To achieve this, the text defines Gamification and its main characteristics and benefits, and offers arguments for implementing this strategy as a novel and complementary form of intervention for Social Work.

Keywords: Gamification, Innovation, Social intervention, Social Work.

Recibido: 11/01/2025 Revisado: 08/03/2025 Aceptado: 15/04/2025 Publicado: 04/05/2025

Referencia normalizada: Sáez Olmos, J. (2025), La Gamificación como estrategia para la intervención social. *Ehquidad. International Welfare Policies and Social Work Journal*, *24,* 151-166*.* https://doi.org/10.15257/ehquidad.2025.0016

Correspondencia: José Sáez Olmos, Universidad de Murcia y Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) (España). Correo electrónico: jsaezolmos@um.es

1. INTRODUCCIÓN

La Gamificación ha sido ampliamente estudiada y discutida por diferentes autores y académicos en diferentes campos y demostrando numerosos beneficios en su aplicación práctica, incluidos la psicología, la educación, salud, recursos humanos y selección de personal, participación ciudadana o marketing (Hamari et al., 2014; Borensztein y Álvarez Sobrado, 2022). Es más, entre sus principales características y bondades destacan su versatilidad y su capacidad para adaptarse a diversos contextos con el fin de mejorar la participación, la motivación y el logro de objetivos en una variedad de áreas (Mallitasig y Freire, 2020). Por tanto, la gamificación no está limitada a un sector específico y puede ser aplicada en una amplia variedad de áreas.

La clave es utilizar elementos propios de los juegos como recompensas, desafíos y sistemas de puntos, para hacer posible que las actividades sean más atractivas y motivadoras para los participantes. Además de fomentar la colaboración y la participación activa de las personas involucradas, se añade el elemento didáctico. Es decir, puede facilitar el aprendizaje y la adquisición de habilidades sociales, al crear un entorno seguro y divertido donde los participantes puedan experimentar, cometer errores y aprender de ellos sin temor a las consecuencias negativas. Por todo ello, es razonable preguntarnos si también, la gamificación, supone una modalidad de intervención o una estrategia innovadora, no temeraria, para el Trabajo Social.

Partiendo de sus características y de los exitosos resultados en diferentes ámbitos, la gamificación tiene un gran potencial para ser aplicada en Trabajo Social, ya que puede facilitar la intervención, mejorar la participación y motivación, promover el aprendizaje y fomentar la cooperación. Este artículo versa sobre las posibilidades que presenta la gamificación como una estrategia innovadora para la intervención. Para ello, el texto se estructura en cuatro apartados principales. En primer lugar, se presenta el tema, su objetivo y la composición del trabajo, en esta breve introducción. El segundo apartado trata de definir la Gamificación y sus principales características.

Posteriormente se detallan los argumentos y posibilidades para implementar la Gamificación como nueva estrategia de intervención para el Trabajo Social. Este tercer punto se divide en dos subapartados: en el primero se recopilan las principales bondades que ha demostrado la Gamificación en su aplicación a diferentes contextos; y, en segundo lugar, se plantean los contextos donde aplicar esta estrategia de intervención. Finalmente se redactan las conclusiones, dando respuesta a la finalidad planteada de forma inicial.

2. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LA GAMIFICACIÓN

El concepto de gamificación tiene sus raíces en la aplicación de elementos de juego y técnicas de diseño de juegos en contextos no lúdicos. Werbach y Hunter (2014) afirman que la gamificación es

> **[…] el uso de mecánicas, elementos y técnicas de diseño de juegos en contexto que no son juegos para involucrar a las personas usuarias y resolver problemas. Aunque algunas publicaciones puedan hacer distinciones teóricas entre gamificación y ludificación, en la práctica, los términos se utilizan comúnmente de manera intercambiable para describir el uso de elementos de juego en contextos no lúdicos con el objetivo de mejorar la participación y la motivación (Huertas Muñoz, 2021).**

La gamificación se basa en la creación de sistemas que aumentan la motivación intrínseca (satisfacción personal) y extrínseca (recompensas externas como puntos o medallas).

Varios de los elementos clave que sustentan la gamificación serían según Werbach y Hunter (2014):

- **Las dinámicas del juego, que tienen que ver con las emociones y motivaciones de las personas participantes a la hora de jugar, es decir, es la forma como se pone en marcha las mecánicas de la gamificación y constituye la estructura implícita del juego.**
- **Las mecánicas, que hacen referencia a los componentes básicos del juego, entre los que están las reglas, es decir los procesos que estimulan la ejecución del juego, puntos, niveles, insignias y desafíos, que proporcionan un marco para guiar el comportamiento y estimular la participación.**
- **Los componentes: son las herramientas y recursos que se van a utilizar durante la ejecución del juego.**

Las dinámicas de juego se centran en la experiencia de la persona usuaria, incorporando elementos narrativos, progresión y retroalimentación para hacer la experiencia más atractiva y envolvente (Fernández-Rio y Flores, 2019). En cambio, los elementos lúdicos son características específicas de los juegos, como avatares, tableros y clasificaciones, que se integran en entornos no lúdicos. Estos elementos añaden un toque lúdico, haciendo que las actividades cotidianas se perciban como desafíos estimulantes (Werbach y Hunter, 2014).

Las recompensas son un componente crucial de la gamificación. Ya sean tangibles o intangibles, sirven como incentivos para motivar a los participantes a alcanzar objetivos específicos. La gamificación aprovecha la psicología humana al proporcionar recompensas inmediatas y tangibles, lo que estimula la repetición de comportamientos deseados (Huilcapi et al., 2017).

Deterding (2011), uno de los investigadores más citados en el campo de la gamificación, define esta práctica como el uso de mecánicas de juego en entornos no lúdicos, con el objetivo de mejorar la experiencia de la persona usuaria.

Una de las principales bazas que menciona el autor para iniciar y mantener el compromiso, es la manera en que la experiencia es presentada visual y emocionalmente a los participantes, ya que resulta más atractiva que otras formas. A diferencia de los juegos tradicionales, la gamificación no busca entretener por sí misma, sino cambiar comportamientos y procesos a través de la motivación lúdica.

La gamificación se refiere a la utilización de elementos, dinámicas y mecánicas propias de los juegos en contextos no lúdicos, como el ámbito educativo, empresarial, social o de intervención, con el fin de motivar, involucrar y generar cambios de comportamiento en los participantes. La gamificación aprovecha la motivación intrínseca que los juegos generan, utilizando estrategias como recompensas, desafíos, retroalimentación inmediata y competiciones, pero aplicadas a objetivos o tareas fuera del juego tradicional.

En resumen, las principales definiciones de gamificación comparten la idea central de incorporar elementos de juego en contextos no lúdicos con el propósito de mejorar la participación, motivación y logro de objetivos específicos. La convergencia en estos aspectos fundamentales ayuda a establecer una comprensión coherente de lo que implica la gamificación en diversos contextos.

3. GAMIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA LA INTERVENCIÓN SOCIAL: LA NECESIDAD DE INNOVAR

Las nuevas estrategias de intervención en el Trabajo Social son fundamentales debido a los constantes cambios y desafíos sociales, económicos y tecnológicos que afectan a las personas y las comunidades. A medida que las sociedades evolucionan, las formas tradicionales de intervención pueden volverse menos efectivas o insuficientes para abordar las complejas necesidades de los individuos y grupos.

Se necesita adaptar las formas de llegar a las personas usuarias para responder de manera adecuada y eficaz a los nuevos desafíos y a las necesidades cada vez más complejas. Estas estrategias no solo intentan mejorar la calidad de vida de las personas a las que se les brinda apoyo, sino también optimizar el uso de recursos y aumentan la sostenibilidad y la efectividad de las intervenciones.

Gamificar la intervención social es una forma innovadora y efectiva de aumentar la participación y el compromiso. Por ejemplo, en programas de voluntariado, se pueden crear competencias amistosas entre las personas voluntarias, otorgar insignias por alcanzar ciertos objetivos o diseñar misiones que fomenten la cooperación y el logro de metas comunes. De este modo, se puede mejorar la adherencia al programa y generar un mayor impacto social.

La gamificación es un campo que ha atraído la atención de muchos académicos y profesionales resultando una estrategia innovadora que ha ganado prominencia en diversos ámbitos, utilizando elementos característicos de los juegos para motivar y comprometer a las personas en contextos no lúdicos. A través de la aplicación de mecánicas, dinámicas y elementos propios de los juegos, la gamificación busca transformar experiencias, potenciar el aprendizaje, impulsar la productividad y mejorar la participación en una variedad de campos (Mallitasig y Freire, 2020).

Aunque la gamificación ha ganado popularidad en los últimos años, sus fundamentos pueden rastrearse a varias influencias a lo largo del tiempo. En las décadas de los 80 y 90, el uso de programas de lealtad, puntos y recompensas en el ámbito empresarial para incentivar la fidelidad del cliente, se considera un precursor temprano de la gamificación (Brasó, 2018). Más tarde, algunas empresas comenzaron a implementar estrategias para mejorar la participación de los empleados, la productividad y la formación, pero no fue hasta la década de 2000 cuando empieza a popularizarse el concepto y sus usos más allá del ámbito empresarial.

Otra de las contribuciones clave para el desarrollo de la gamificación fue el libro de Jane McGonigal (2011) titulado "Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World". Esta diseñadora de juegos y futurista fue una figura influyente en la promoción de la idea de que los juegos pueden tener un impacto positivo en la vida real, ya que su libro exploró cómo los principios de los juegos podrían aplicarse a desafíos del mundo real. En el inicio del nuevo siglo, también se popularizó el término de *Serious Games* o "juegos serios" para describir aquellos diseñados con propósitos más allá del entretenimiento puro, pues se hace precisión a juegos software o aplicaciones TIC destinados a la educación, formación y la resolución de problemas del mundo real (Michael y Chen, 2005). Como define Abt (1987, p. 9), los *serious games* son "juegos con un propósito educativo explícito y cuidadosamente planeado, y no concebidos para ser jugados solo como distracción o mero entretenimiento".

Otro hito fundamental en el auge de la gamificación fue en 2011 con la primera conferencia GSummit, organizada por Gabe Zichermann y dedicada exclusivamente a la gamificación (Alves, 2015). Esto contribuyó a consolidar la gamificación como un campo de estudio y práctica. A medida que la tecnología avanzaba y se comprendían mejor los efectos psicológicos y motivacionales de los juegos, la gamificación se expandió a diversos campos, especialmente en la educación y en la salud, y se convirtió en una herramienta estratégica para conseguir objetivos específicos (Huertas Muñoz, 2021).

Los resultados exitosos de la gamificación se han demostrado en una amplia variedad de ámbitos. Respecto al Trabajo Social, en su conjunto, la gamificación representa un enfoque innovador y dinámico que puede mejorar la efectividad de las intervenciones, empoderar a las personas y hacer frente a los desafíos sociales de manera más comprometida y creativa. A continuación, se presenta la gamificación como una metodología innovadora que puede estar al servicio del Trabajo Social.

4. GAMIFICAR EN TRABAJO SOCIAL

La innovación en la intervención del Trabajo Social no solo es una respuesta estratégica a los cambios en la sociedad, sino una herramienta esencial para mejorar la efectividad y relevancia de las intervenciones sociales. Al abrazar la innovación, los profesionales pueden cultivar entornos dinámicos y adaptativos que aborden las necesidades de las personas y las comunidades de manera integral y significativa. Una manera de innovar en el proceso de intervención social es la gamificación. Esta estrategia, recientemente adoptada en diversos ámbitos, presenta un cuerpo de elementos asequibles a la metodología de intervención con individuos, grupos y comunidades desde el Trabajo Social. Así pues, la gamificación puede ser una herramienta efectiva para adaptar, mejorar y renovar la intervención social del personal profesional del Trabajo Social. Esto implica la creación de entornos que permitan a las personas tomar decisiones informadas y activas sobre sus vidas, tomando dinámicas lúdicas y desafiantes bajo el previo establecimiento de unas reglas y unos objetivos concretos.

La integración de los elementos de juego en el enfoque de la intervención social, como recompensas o puntos, puede establecer objetivos gamificados que refuercen comportamientos positivos, la resolución de problemas y la colaboración entre los participantes. Zichermann y Cunningham (2011), ya hablaron de cómo la gamificación puede transformar las actividades cotidianas en experiencias atractivas y divertidas. Por lo que la gamificación en la intervención social no solo puede hacer que el proceso sea más atractivo, sino que también puede contribuir a resultados más efectivos al mejorar la participación, el compromiso y la motivación de los individuos en su propio proceso de cambio. Además, los sistemas gamificados pueden motivar la colaboración entre las personas, pues al trabajar juntas hacia objetivos comunes se promueve un sentido de comunidad y logro compartido. A su vez, la competición amistosa puede inspirar a los individuos a superarse a sí mismos y a otros, llevando a un aumento en la productividad y el rendimiento.

La implementación de la gamificación requiere planificación, recursos y una finalidad concreta (Sáez-Olmos et al., 2019). En primer lugar, hay que analizar la conveniencia de la gamificación, seleccionar el juego de acuerdo con sus características, expectativas de los destinatarios y con los objetivos marcados por el profesional. Para ello, se buscará información sobre géneros, contenidos y nivel del juego, así como y perspectivas de las temáticas, competencias digitales requeridas, en su caso, etc., y todos los aspectos relevantes que interfieran en la aplicación como recurso de intervención (espacio y herramientas necesarias, número de participantes, etc.). Se debe valorar la incorporación de los recursos necesarios porque, aunque en muchas ocasiones pueden ser prescindibles, si no hay suficientes recursos disponibles para diseñar y mantener una estrategia de gamificación efectiva, podría no ser recomendable. Es importante, al adaptar juegos para la intervención social, considerar la sensibilidad a los temas y garantizar que la gamificación sea ética y respetuosa. Además, dependiendo de los objetivos específicos, es posible que surja la necesidad de ajustar las reglas o agregar elementos para que se alineen mejor con los resultados deseados desde el Trabajo Social.

4.1. Ventajas e inconvenientes de la gamificación

La gamificación puede ofrecer beneficios significativos pero su implementación exitosa requiere un diseño cuidadoso, considerando las características específicas de la población y los objetivos. Además, es esencial abordar los posibles inconvenientes para garantizar que la gamificación mejore la intervención social de manera ética y efectiva. Así pues, las principales ventajas de la gamificación, que también pueden ser aplicadas al Trabajo Social, son las siguientes (Brasó, 2018; Oliva, 2017; García et al., 2018; Navarro, 2014; Sáez-Olmos et al., 2019, Zichermann y Cunningham, 2011; Hamari y Koivisto, (2013):

- **Aumento del compromiso y la motivación: al hacer que las tareas y actividades sean más atractivas y divertidas, las personas usuarias tienden a sentirse más motivados y les incentiva a participar más activamente.**
- **Fomenta la diversión, siendo éste un motor importante para la participación. Esto hace que las personas usuarias quieran volver a participar.**
- **Mejorar la aceptación y la relación con el fracaso. Cuando se introducen elementos de juego como recompensas, puntos, desafíos y logros, puede facilitar la aceptación de los resultados obtenidos. Además, los rankings y los sistemas de puntuación fomentan la competencia saludable, lo que puede mejorar el rendimiento. Para esto es importante ajustar los retos al nivel de la tipología de personas usuarias, evitando la frustración por dificultades excesivas y generando una sensación de éxito que mejora el bienestar emocional y la satisfacción personal.**
- **Puede fomentar la innovación y la creatividad al plantear desafíos y problemas de manera más interactiva y estimulante.**
- **Facilita el aprendizaje activo al integrar conceptos educativos en entornos de juego, mejorando la retención de información y la aplicación de conocimientos. De forma interactiva, el aprendizaje resultará más atractivo y efectivo.**
- **Puede suponer un refuerzo positivo: el uso de recompensas, como puntos o medallas, refuerza el comportamiento deseado y fomenta la repetición de conductas positivas. De esta forma, se incentivan los comportamientos positivos y el logro de metas al recompensar el progreso y el esfuerzo, fomentando así la auto-superación.**
- **Promueve la colaboración a través de actividades grupales y puede introducir una competencia amistosa que estimula la mejora continua. Muchas experiencias gamificadas incluyen tareas colaborativas, lo que fomenta el trabajo en equipo y la cooperación entre las personas usuarias.**
- **Facilita la interacción social, mejorando las dinámicas de grupo.**

- **Ayuda a aprender a gestionar el tiempo: Las metas definidas claramente dentro de unos plazos, permiten que las personas usuarias puedan organizar su tiempo de manera efectiva para alcanzarlas, lo que les ayuda a gestionar mejor su tiempo y a priorizar actividades.**
- **Proporciona feedback inmediato y constante, lo que permite a los participantes comprender sus fortalezas y áreas de mejora de manera rápida.**
- **Facilita el seguimiento y la evaluación del progreso de manera más eficiente, lo que permite ajustar estrategias según sea necesario.**

En definitiva, los beneficios de la gamificación son amplios y pueden tener un impacto positivo en diferentes áreas. Sin embargo, también existen algunos inconvenientes en torno a la Gamificación que son precisos conocer (Pisbarro y Vivaracho, 2018; Foncubierta y Rodríguez, 2014; Ruiz et al., 2015):

- **Si no se implementa adecuadamente, la gamificación puede percibirse como artificial o manipuladora, afectando la autenticidad de las interacciones.**
- **Existe el riesgo de que los participantes se centren demasiado en las recompensas en lugar de en la experiencia o el propósito original de la actividad. Es decir, puede promover la dependencia hacia las recompensas. Además, si no se diseña cuidadosamente, la gamificación puede desviar la atención de los objetivos reales, centrando la atención en la obtención de recompensas.**
- **La gamificación digital puede excluir a aquellos que no tienen acceso a tecnología o no están familiarizados con las plataformas digitales.**
- **La competencia introducida por la gamificación puede volverse desleal o generar tensiones si no se gestiona adecuadamente.**

4.2. Contextos de gamificación en Trabajo Social

Debemos indagar sobre la conveniencia de su aplicación en la diversidad de ámbitos especializados de intervención desde el Trabajo Social: ¿es siempre válida la gamificación en nuestra profesión? No hay todavía una respuesta unánime sobre esta reflexión ya que resulta una metodología emergente y las investigaciones sobre su aplicación en los procesos de intervención social son muy escasas en la literatura científica. Aunque puede ser una herramienta valiosa en muchos casos, es esencial evaluar cuidadosamente la idoneidad de su aplicación en función de la naturaleza de la situación a abordar, las características de la población objetivo y los recursos disponibles. La sensibilidad, la ética y el respeto hacia las necesidades individuales y comunitarias deben ser prioritarios al considerar la gamificación en el Trabajo Social. Por ello, hay algunas situaciones donde, debido a determinadas circunstancias, su aplicación puede ser inapropiada:

- **En situaciones de crisis o emergencias: donde las necesidades inmediatas de las personas son esenciales, por lo que la atención debe centrarse en la prestación de ayuda y servicios de emergencia. De igual forma, en situaciones donde los objetivos requieren enfoques directos y sin distracciones, la introducción de elementos de juego puede ser contraproducente. En algunos casos, la seriedad y la eficacia de la intervención directa pueden ser más apropiadas.**
- **Cuando se trata de temas sensibles o traumáticos: La gamificación no es adecuada para abordar problemas emocionales o experiencias dolorosas porque el enfoque de juego puede resultar insensible o trivializar la gravedad de la situación.**
- **En situaciones de desconfianza hacia el profesional o la institución por parte de las personas destinatarias: en los casos donde no hay confianza en la relación profesional-cliente o persona usuaria, la introducción de elementos de juego podría ser malinterpretada o percibida como manipuladora. Además, la participación y colaboración de las personas destinatarias son fundamentales para el éxito de las estrategias gamificadas.**

- **Cuando involucren a personas particularmente vulnerables: la gamificación debe ser implementada con extrema precaución, sobre todo en colectivos como personas refugiadas o personas sin hogar. Puede ser necesario priorizar intervenciones más tradicionales y centradas en el apoyo directo e inmediato.**
- **Cuando existen limitaciones culturales: Si las dinámicas de juego o mecánicas no son culturalmente apropiadas o relevantes, la gamificación puede ser contraproducente. Es esencial considerar las diferencias culturales y adaptar las estrategias en consecuencia.**
- **Cuando existen problemas de accesibilidad: La gamificación a menudo implica el uso de tecnología y, si la población objetivo no tiene acceso a dispositivos o internet, la implementación puede ser ineficaz y excluyente.**
- **Cuando repercute en temas que precisan privacidad y confidencialidad: La exposición pública a través de sistemas gamificados cuando se manejan temas que requieren un alto grado de privacidad y confidencialidad podría ser perjudicial.**

5. CONCLUSIONES

La gamificación ha emergido como una herramienta versátil y efectiva para transformar experiencias en una variedad de contextos. Al aprovechar la naturaleza lúdica inherente a los juegos, la gamificación motiva a las personas y mejora la participación, el aprendizaje y la productividad. A medida que la sociedad avanza hacia un futuro cada vez más digital, la gamificación promete seguir desempeñando un papel crucial en la optimización de nuestras interacciones y la consecución de objetivos tanto individuales como colectivos.

La gamificación no solo hace que las actividades sean más atractivas y divertidas, sino que también promueve el aprendizaje, la colaboración, la persistencia y la gestión eficaz del tiempo, mientras mejora el bienestar general de las personas usuarias

Sin embargo, es crucial diseñar estas estrategias de manera ética, considerando la sensibilidad de los temas abordados y respetando la diversidad de las experiencias individuales. La gamificación tiene el potencial de revolucionar la forma en que se lleva a cabo el Trabajo Social, al ofrecer nuevas formas de motivación, enseñanza, intervención y seguimiento. No solo mejora la participación de las personas usuarias, sino que también puede ser una herramienta poderosa para desarrollar habilidades, cambiar comportamientos y fomentar una mayor integración social. Al incluir técnicas lúdicas, el Trabajo Social puede volverse más accesible, efectivo y centrado en las personas usuarias.

La gamificación en la intervención social tiene un enorme potencial para involucrar y motivar a ciertos colectivos, su uso debe ser cuidadosamente considerado, teniendo en cuenta las necesidades específicas de los individuos y el contexto social y emocional en el que se encuentran. Aunque la gamificación puede ser una herramienta eficaz para fomentar la participación y el cambio de comportamiento, no siempre es apropiada para todos los colectivos y debe aplicarse con cuidado. Mientras que puede ser muy beneficiosa para jóvenes, personas en situación de vulnerabilidad o colectivos en procesos de reinserción, su aplicación debe evitarse en personas con trastornos mentales graves, discapacidades cognitivas severas o personas en situaciones de alta vulnerabilidad emocional, a menos que se adapte de forma cuidadosa y específica a las necesidades del colectivo.

6. BIBLIOGRAFÍA

Abt, C. C. (1987). *Serious games*. University Press of America.

Alves, F. (2015). *Gamification: como criar experiências de aprendizagem engajadoras.* DVS editora.

Borensztein, K. y Alvarez Sobrado, N. E. (2022). Gamificación y participación cívica: una revisión bibliográfica. *XIV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología*. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. https://www.aacademica.org/000-084/949

Brasó i Rius, J. (2018). Pere Vergés: escuela y gamificación a comienzos del s. XX. *Apunts. Educacion Fisica y Deportes*, *133,* 20–37. https://bit.ly/3zxDvuH

Deterding, S. (2011, May). Situated motivational affordances of game elements: A conceptual model. In *Gamification: Using game design elements in non-gaming contexts, a workshop at CHI*.

Fernández-Rio, J. y Flores, G. (2019). Fundamentación teórica de la Gamificación. En J. Fernández-Río (coord.) *Gamificando la educación física. De la teoría a la práctica en Educación Primaria y Secundaria* (11-20). Universidad de Oviedo

Foncubierta, J. M. y Rodríguez, C. (2014). *Didáctica de la gamificación en la clase de español*. Edinumen.

García Ruiz, R., Pérez Rodríguez, A. y Torres, A. (2018.) *Educar para los nuevos medios* Editorial Universitaria Abya-Yala.

Hamari, J. y Koivisto, J. (2013). Social Motivations To Use Gamification: An Empirical Study Of Gamifying Exercise. *ECIS*, *105* (5), 18-19.

Hamari, J., Koivisto, J. y Sarsa, H. (2014). Does gamification work? A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. En IEEE Computer Society (ed.). System Sciences (HICSS) (3025-3034). http://dx.doi.org/10.1109/HICSS.2014.377

Huertas Muñoz, L. V. M. (2021). Gamificación: ¿Nueva tendencia en los procesos de gestión de Recursos Humanos? *InnovaG, 7*, 19-24.

Huilcapi, M., Jácome, G. y Castro, G. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Dominio de la ciencia 3*(2), 311-333 http://dx. doi. org/10.23857/dom. cien. pocaip, 2-311

Mallitasig, A. y Freire, T. (2020). Gamificación como técnica didáctica en el aprendizaje de las Ciencias Naturales. *Innova Research Journal*, *5* (3), 164–181.

McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Random House UK.

Michael, D. R. y Chen, S. L. (2005). *Serious games: Games that educate, train, and inform*. Muska & Lipman/Premier-Trade.

Navarro, V. (2014). Gamificación, videojuegos y educación. Organización y gestión educativa. *Revista del Fórum Europeo de Administradores de la Educación (OGE), 22*(4), 25-28. https://bit.ly/3uTizdz

Oliva, H. (2017). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. *Realidad y Reflexión*, *44*(0), 29-47. https://doi.org/10.5377/ryr.v44i0.3563

Pisbarro, A. M. y Vivaracho, C. E. (2018). Gamificación en el aula: gincana de programación. *ReVisión*, *11*(1), 8.

Ruiz, J., Sánchez, J. y Sánchez, E. (2015). *Innovaciones con tecnologías emergentes.* Universidad de Málaga.

Sáez-Olmos, J., Caravaca-Llamas, C. y Martínez López, J. Á. (2019). Gamificación: herramienta educativa innovadora y motivadora. In *Innovación Docente e Investigación en Ciencias de la Educación* (pp. 1197-1204). Dykinson.

Werbach, K. y Hunter, D. (2014). *Gamificación: revoluciona tu negocio con las técnicas de los juegos.* Pearson Educación.

Zichermann, G. y Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media.