

Caso de Uso Centro de Comercio Internacional

El Centro de Comercio Internacional utiliza el *game-based learning* para reforzar las habilidades de negociación en las empresas de países en desarrollo

Este organismo internacional ha conseguido implantar esta formación en varios países, en distintos idiomas, sin dificultades técnicas y con el consecuente ahorro de costes.



■ **Empresa:** Centro de Comercio Internacional (ITC – ONU & OMC).

■ **Sector:** Organización internacional.

■ **Datos del programa:**

Empleados: **350** 

■ **Objetivos:**

Proporcionar una formación de calidad sobre negociación y resolución de conflictos en pequeñas y medianas empresas de países en desarrollo.

Formar a un gran número de personas, en múltiples países y con distintas lenguas, evitando dificultades técnicas y culturales.

Proponer una formación innovadora y diferente, capaz de sorprender y seducir a sus destinatarios.

■ **Solución:**

La plataforma de aprendizaje a través de videojuegos (*game-based learning*) de Game Strategies.

■ **Resultados:**

84% Tasa de finalización.

95% Tasa de recomendación.

92% Tasa de aplicabilidad.



Centro de Comercio Internacional, un comercio para el bien de todos

El Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés) es una agencia multilateral con mandato conjunto de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que tiene su sede en Suiza. Su objetivo es ayudar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) de países en desarrollo a ser competitivas en el mercado mundial, y contribuir así al crecimiento económico, a la creación de empleos y a la erradicación de la pobreza.

El ITC interviene a nivel político para asistir a los gobiernos en la evolución y adaptación de sus leyes con el objetivo de adaptarse a un mundo en constante transformación. Colabora con las instituciones de apoyo al comercio (cámaras de comercio, universidades, bancos, etc.), que son esenciales para el desarrollo de un ecosistema de confianza para las pymes, y en definitiva con las pymes, directa o indirectamente a través de dichas instituciones, para impulsar las funciones de la empresa (por ejemplo, dirección y liderazgo, marketing, calidad, costes de almacenamiento, logística, pagos, etc.)

"Hicimos todos los tests necesarios y no hubo ningún problema técnico para utilizar Merchants en todo el mundo, incluso en los países menos desarrollados de África".

Sébastien Ioannitis-McColl | Consejero de Competitividad de Empresa en el Centro de Comercio Internacional.



Como parte de su misión de apoyo a las pymes, el ITC insiste particularmente en la formación en el campo de la legislación de los distintos países, de las reglas del comercio internacional o de la promoción de productos a través del marketing y de la comunicación. Igualmente procura asesorar sobre las redes de transporte y distribución de los productos. El objetivo es que gracias a esos conocimientos, las empresas tengan a su disposición más herramientas que les permitan asegurar su éxito en un contexto de globalización.

El reto: un programa de formación en varios países y en distintos idiomas

De todas las iniciativas de capacitación y apoyo a pequeñas y medianas empresas en países en desarrollo, en 2016, el ITC identificó tres desafíos:

1. Formar en negociación y resolución de conflictos. Hasta ahora, el ITC había trabajado arduamente para asesorar a los líderes empresariales en temas como producción, logística o marketing. Sin embargo, había otro problema que resolver: darles las habilidades necesarias para sentarse en una mesa de negociaciones. Por este motivo, el ITC se fijó el objetivo de desarrollar un programa de capacitación en negociación que permitiera a esas empresas mejorar en esta parte final de su actividad.

2. Formar a un gran número de personas, en varios países y en distintos idiomas. Como organización internacional que opera en un gran número de países, era necesario utilizar un formato online multilingüe. También era importante que la capacitación fuera adaptable a todas las culturas y accesible incluso en países con conexiones lentas de Internet. De ese modo, sería posible fomentar la formación simultánea de pymes de muchos países, a la vez que se ahorra en cursos presenciales, mucho más caros.

3. Romper con las formaciones clásicas. Para mejorar su eficiencia, el ITC buscó un formato innovador que pudiera romper la inercia de la capacitación tradicional: una herramienta que pudiera sorprender y atraer la atención de los líderes empresariales, capaces de seducirlos, pero al mismo tiempo garantizar el aprendizaje.



“Mucha gente nos dice que han podido poner en práctica todo lo aprendido en situaciones reales y que esto les ha ayudado mucho en su día a día”.

Sébastien Ioannitis-McColl | *Consejero de Competitividad de Empresa en el Centro de Comercio Internacional.*

Solución: metodología *game-based learning*

Para afrontar todos estos desafíos, el ITC ha elegido recurrir al serious game de negociación y resolución de conflictos desarrollado por Game Strategies. En esta aventura gráfica, los estudiantes se transportan a la Venecia renacentista, donde deben aprender a negociar para convertirse en el comerciante más poderoso de la época. Merchants tiene al menos cuatro ventajas:

1. Contenido teórico de alta calidad sobre negociación. El videojuego basado en el Método Harvard de la Negociación (de los profesores Roger Fisher, Bruce Patton y William Ury), ofrece lecciones, consejos y prácticas contrastadas a nivel internacional y de la máxima calidad. Este *serious game* ofrece unos contenidos basados en los acuerdos a largo plazo, el conocimiento de los intereses de la otra parte y las propuestas en las que ganan las dos partes (*win-win*). Todo esto se adaptaba perfectamente a las necesidades del ITC.

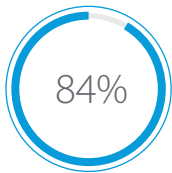
2. Tecnología online, moderna y rápida. Para jugar (y aprender) los alumnos tan solo necesitan un email y una conexión a Internet. Además, el videojuego está disponible en múltiples idiomas, lo que facilita su implementación en varios países al mismo tiempo. El video juego utiliza la tecnología HTML5 y se adapta a la velocidad de las distintas conexiones de Internet, lo que permite su utilización en todos los países en vías de desarrollo en los que trabaja el ITC.

3. Un simulador que garantiza la práctica. La plataforma utiliza un simulador avanzado que permite a los destinatarios de la formación poner en práctica sus conocimientos de inmediato. En este sentido, el videojuego no ofrece teorías y conceptos abstractos, sino que garantiza la puesta en práctica de todas las estrategias, trucos y consejos aprendidos. Es así cómo se logra el “aprender haciendo” (*learning by doing*) o “aprendizaje experiencial” (*experiential learning*).

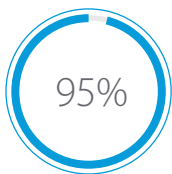
“Cuando comprenden el juego, entran dentro y se dan cuenta de que aprenden, se convierte en una adicción. El engagement es mucho más grande que en una formación presencial”.

Sébastien Ioannitis-McColl |
Consejero de Competitividad de Empresa en el Centro de Comercio Internacional.

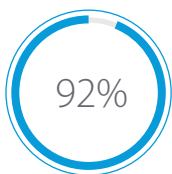
Tasa de finalización:



Tasa de recomendación:



Tasa de aplicabilidad:



4. Formación innovadora y atractiva. Gracias al uso del aprendizaje a través de videojuegos o *game-based learning* y de muchos elementos de la gamificación (*storytelling*, puntos, *badges*, *rankings*...), Merchants desde el principio sorprende y mantiene la atención de los jugadores. Inmediatamente se sumergen en una aventura en la que deben interactuar con el contenido educativo, lo que rompe la inercia y la pasividad de la formación tradicional.

El resultado: líderes empresariales mejor preparados para defender sus intereses

El ITC quedó muy satisfecho con la formación del game based learning. De hecho, el 95% de los alumnos dijo que recomendaría el videojuego para formarse, y el 92% afirmó que lo que aprendían era aplicable a diario. A diferencia de otros formatos tradicionales, cuyas tasas de finalización son muy bajas, en este caso, el 84% de los empresarios completó el videojuego.

En este sentido, el ITC ha conseguido reforzar y mejorar las habilidades de negociación de las pequeñas y medianas empresas en los países en vías de desarrollo, dotándoles de nuevas herramientas que les servirán para defender sus intereses y obtener tratos más favorables en sus negociaciones con empresas y profesionales a menudo más experimentados. De esta forma se busca mejorar su competitividad global, crear más puestos de trabajo, reducir la pobreza y, en definitiva, alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU.

"Sinceramente, nunca he tenido un comentario negativo y todo el feedback que hemos recibido ha sido excelente. La gente está totalmente satisfecha con Merchants".

Sébastien Ioannitis-McColl | Consejero de Competitividad de Empresa en el Centro de Comercio Internacional.



A screenshot from the Merchants game showing three characters on a ship deck. On the left, a man with a beard and a brown vest. In the center, a woman with red hair in a blue and yellow dress. On the right, an older man with a white beard and a black hat, holding a scroll. In the background, a large domed building and a ship are visible on the water.

"Hemos podido utilizar los contenidos de Merchants con distintos perfiles, en varios países y en diferentes idiomas".

Sébastien Ioannitis-McColl | Consejero de Competitividad de Empresa en el Centro de Comercio Internacional.