

# W E B I N A R

## GAMIFICACIÓN Y BEHAVIORAL RISKS EN SEGUROS



28 de abril de 2015 a las 15:30 h.(CEST)

**D. Fausto Escrigas, Director General de Cramway**

“Modificando comportamientos mediante el juego, un caso práctico.”



## ¿Qué tienen los juegos?

“La industria de los videojuegos factura más que el cine.”

“Citiville/Farmville rondaron los 100.000.000 de usuarios.”

“Amazon compra Twitch por 970.000.000 \$.”





## ¿Qué tienen los juegos?

“La industria de los videojuegos factura más que el cine.”

En 2005. Ahora ronda los 80.000 millones de euros.

“Citiville/Farmville rondaron los 100.000.000 de usuarios.”

Invirtiendo dinero real, con una media de 43 años de edad.

“Amazon compra Twitch por 970.000.000 \$.”

Una plataforma para ver como otros juegan, la puja llegó a 1.5M



## Gamificación

Los juegos **motivan, atraen y fidelizan**.

El verdadero valor de la Gamificación es el estudiar y entender por qué lo hacen y poder aplicarlo en otros ámbitos.



Juego



Gamificación

## The Fun Theory

El juego como motor para generar un cambio de comportamiento

Si fuese divertido ...



¿Haríamos cola para  
reciclar?



¿Haríamos más  
ejercicio?



¿Conduciríamos más  
lento?



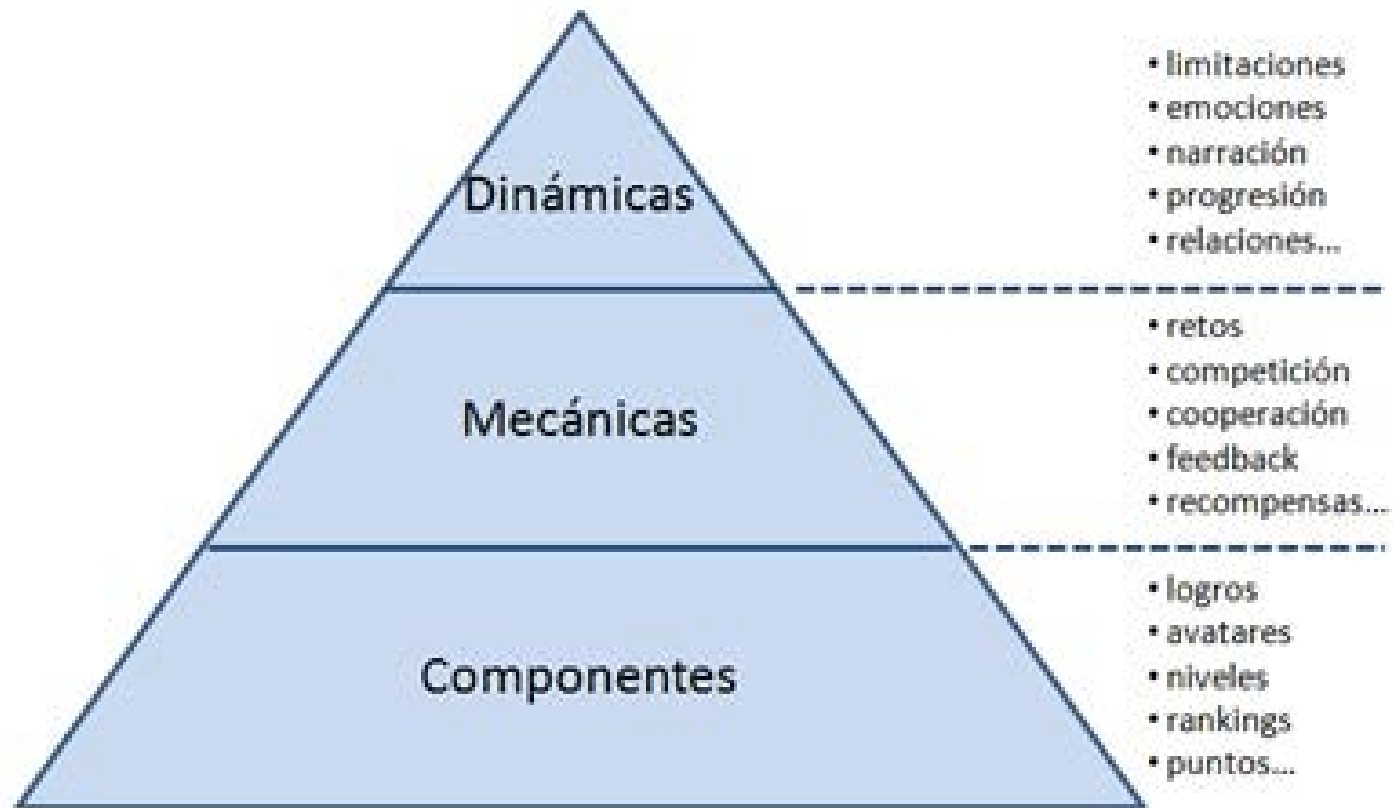








¿Por qué atrae? ¿Por qué motiva? ¿Por qué me divierto?





## Problema

“El 67% de empleados no completa o no toma en serio los programas de formación online de su empresa”

1. No cree que tenga una relación directa con su trabajo.
2. No cree que le permita crecer profesionalmente.
3. Percibe la formación como algo impuesto por su empresa que le hará perder el tiempo.
4. La inversión realizada por la empresa tiene un retorno mínimo.



## Cambio deseado

“Conseguir mayor implicación en la formación online”

1. Relación directa con su trabajo.
2. El esfuerzo que realizan los empleados debe ser reconocido.
3. La formación como algo voluntario y ameno que me permite progresar profesionalmente .
4. La inversión realizada por la empresa tendrá un mayor retorno.



## Cramway®: Gamification & e-learning

Relación directa con su trabajo.



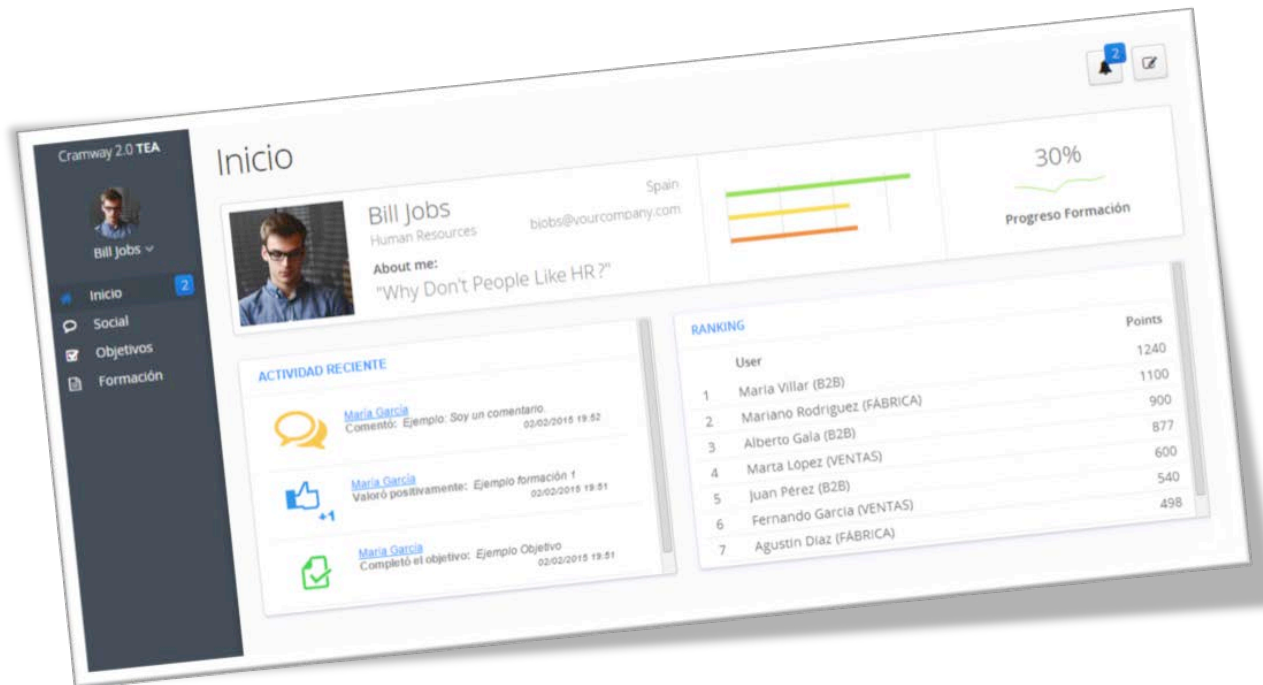
Asociar a cada curso un **pequeño reto a superar** (mecánica).  
Algo sencillo y fácil de acometer que tenga relación directa con la aplicación práctica del curso y demuestre mi **progreso** (dinámica).





## Cramway®: Gamification & e-learning

El esfuerzo que realizo al formarme debe ser reconocido



Premiando la participación, concesión de **puntos/ranking** (componentes) por superar los retos, por **comentar y aportar más** información al curso (mecánicas). Formo parte de una **comunidad** de aprendizaje donde si me esfuerzo seré **reconocido** (dinámicas).



## Cramway®: Gamification & e-learning

La formación como algo voluntario y ameno que me permite progresar profesionalmente

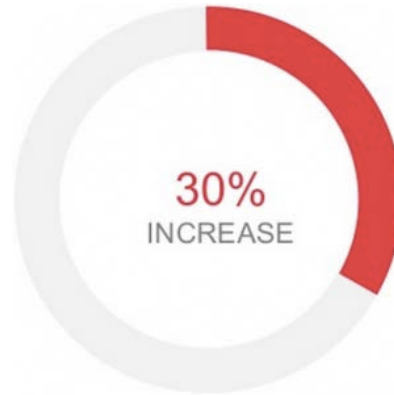


La gamificación no tiene porque estar relacionada directamente con la tecnología. Pero precisamente la tecnología, su accesibilidad y los hábitos actuales hacen de ella un gran aliado.



## Cramway®: Gamification & elearning

¿Medir el cambio de comportamiento?



### Participación

...

Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos

Vinculación con los objetivos de la empresa

Cambio de percepción sobre la formación de la compañía

Team building



*“España, líder con USA en el desarrollo de Gamificación.  
Gamification World Congress (Barcelona)”*

*“Según Gartner el 80% de las empresas Gamificarán al menos  
una de sus áreas de negocio.”*

*Gamification World Map*

<http://www.gamificationworldmap.com/>

¡Gracias!



Fausto Escrigas  
f.escrigas@cramway.com  
672 248 339  
@eskroler