



### *Atrivity Case Study*

## Sanitas Seguros elige Atrivity para avanzar en la formación de sus empleados

### **Sanitas Seguros**

Es uno de los principales proveedores de seguros médicos privados con más de 65 años de experiencia, Sanitas tiene como objetivo proporcionar la más alta calidad de cuidados y mejorar la salud de sus clientes. Por encima de todo, Sanitas es la compañía de seguros mejor valorada en España tanto en términos de calidad de servicio como de atención al cliente. Por este motivo, la compañía sirve a través de la proximidad, la comprensión y programas enfocados en los pacientes y sus familias. La compañía lo consigue ofreciendo a sus pacientes una red exclusiva y a partir de sus propios centros equipados con los últimos equipos, los más modernos tratamientos y un buen servicio al cliente. Todo esto permite a la compañía mantenerse a la vanguardia de los desarrollos tecnológicos y proveer favorablemente a más de 2 millones de clientes con atención médica de alta calidad.

### **Ilija Karadagic**

Ilija es Manager de Recursos Humanos en Sanitas Seguros desde hace 2 años y ya ha puesto en marcha varios proyectos relacionados con los RRHH tanto a nivel interno como a nivel nacional, en más de 40 oficinas de toda España. Ilija ha estado en contacto con el mundo digital a lo largo de su carrera profesional y eligió Atrivity para desarrollar su trabajo en Sanitas

*“Sanitas Seguros buscaba soluciones innovadoras y eficientes en el mercado, para reforzar y potenciar el conocimiento y mejorar la forma de incorporar a las nuevas incorporaciones”*

**Atrivity**

## Atrivity

Atrivity ayuda a las organizaciones a lograr que sus formaciones sean más efectivas, medibles y divertidas. Además, ayuda a los empleados a mejorar en cuanto conocimientos, potenciar su rendimiento y a conectar de forma más atractiva y duradera con sus clientes.

Atrivity lo consigue a través de las propias dinámicas de juego, que fomentan un aprendizaje óptimo, divertido y medible. Su deseo es ayudar a las empresas a digitalizar y aumentar la retención de conocimientos ofreciendo juegos personalizados.

## Los retos

Los profesionales de Sanitas son la clave del éxito de la organización y necesitan una formación continua sobre productos específicos, técnicas de venta, protección de datos, desarrollo tecnológico y equipos médicos de última generación.

Sanitas Seguros buscaba soluciones innovadoras y eficientes en el mercado, **para reforzar y potenciar aún más el conocimiento** de sus empleados y mejorar la forma de acoger a las nuevas incorporaciones. Además, con el fin de alcanzar sus objetivos comerciales, se proporcionó a los gerentes de ventas toda la información necesaria para aprender sobre el producto y terminologías específicas en inglés. Por último, pero no menos importante, Sanitas Seguros es la compañía de seguros más digital de España y, por lo tanto, debe estar siempre buscando nuevas herramientas digitales para **potenciar la continua digitalización** e incorporar nuevas formas de actuación.

A pesar de estar constantemente actualizada y de mirar de forma crítica otras alternativas, el interés y la necesidad de Sanitas les llevó a empezar a estudiar varias soluciones en el ámbito de la gamificación. El objetivo de la empresa es comprometerse aún más con los empleados, ofreciendo más plataformas de aprendizaje móvil, donde se centran principalmente en la cobertura de nuevos productos y aspectos muy específicos que los empleados necesitan saber.

Con el fin de mantener su excelente posición, Sanitas decidió implementar una nueva herramienta para que los empleados se motiven y se interesen más en la formaciones que ofrece la empresa. Además, la aplicación se utilizó para **aumentar el desarrollo y el rendimiento de los empleados**.

*“Se trata de estar en el momento y el lugar adecuado, Atrivity estaba en el mercado en el momento justo y en el lugar indicado ofreciendo un gran producto”*

*Ilija Karadaglic,  
Manager del proyecto de aprendizaje y desarrollo en Sanitas Seguros*

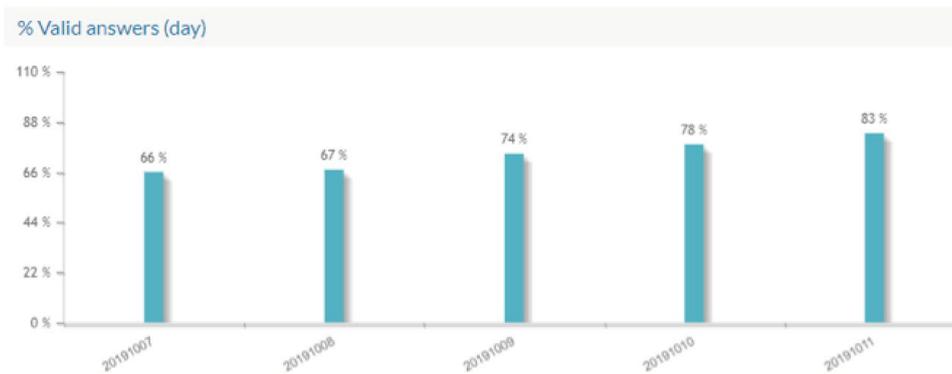


## El proyecto

La gran variedad de juegos disponibles en combinación con la simplicidad de la plataforma han sido razones para elegir Atrivity. Después de que el primero se completara con la ayuda del equipo de Customer Success, los juegos fueron diseñados por la propia Sanitas Seguros. Uno de los objetivos era también obtener más información sobre el conocimiento digital general de la empresa. Al mismo tiempo, de esta manera, Sanitas Seguros podía **identificar aspectos más relevantes** y la forma en que la empresa podía mejorar.

Sanitas Seguros impulsó la formación digital de los empleados, en línea con su posicionamiento digital para conocer las nuevas tendencias y terminología digital.

## Los resultados



El gráfico hace referencia a uno de los juegos que Ilija creó para reforzar el conocimiento del equipo de Sanitas Seguros: indica que el juego efectivamente ayudó a mejorar el conocimiento y hacer que los jugadores comprendieran mejor los conceptos clave. Conclusión: 17% de aumento de conocimiento después de 5 días de juego.

Ilija, quién creó y controló los resultados él mismo, señala que con Atrivity es fácil crear, personalizar y lanzar un juego. “Sobre todo, nos permite detectar las lagunas de conocimiento que puedan tener los empleados”, “gracias a los análisis intuitivos hemos reforzado las lagunas de conocimiento”. Los empleados de Sanitas saben más, son más felices y están más satisfechos.

# Atrivity



Convierte tu material formativo en preguntas - Muy fácil!



Configura tu juego de trivia Atrivity en minutos



Invita a los jugadores, luego observa los ranking y todo lo que está pasando mientras compiten



Revisa y analiza resultados globales e individuales

*¿Quieres conseguir en tus formaciones más interés y engagement?*

[Habla con un Experto](#)