

Machine Learning y Gamificación

**MEJORAR
EL DISEÑO DE SERVICIO
A TRAVÉS DEL JUEGO**



Por

Hernán Poblete Miranda

Director de Diseño



The Machine Learning Solutions

Establecer un entretenido sistema de puntajes en una competencia virtual lúdica, conectar esa competencia virtual lúdica con aplicaciones de inteligencia artificial para establecer agendas automáticas, recordatorios personalizados e interacciones blandas para conectar cada actividad lectiva con una guía de revisión de

notas después de cada clase, o como mínimo en algún momento durante el día, no sólo aumentará la calidad de la interacción en los nuevos ecosistemas lectivos que es necesario diseñar, sino la capacidad de los estudiantes para recordar y asimilar mejor lo que se ha aprendido.

En un estudio citado por Education Corner,

al final de nueve semanas de enseñanza y actividades controladas (y programadas) de revisión de notas, por ejemplo, los estudiantes que revisaron sus notas en un día recordaron aproximadamente el 75% de lo que les habían enseñado, mientras que aquellos estudiantes que no revisaron sus notas después de la clase “no pudieron recordar ni el 50% de la información cubierta durante la conferencia después de un día, y solo un poco más del 20% de la información nueve semanas después”. (Figura 1)

La causa principal de esa “falta de revisión de notas” por parte de los estudiantes, suele estar relacionada con la limitaciones de la organización para establecer sistemas de mentoring, que permitan a los gerentes hacer seguimiento a las actividades y al aprendizaje individual mientras se va desarrollando. Los mejores agentes de venta y contacto con clientes, suelen ser aquellos que han contado con un mentor experimentado que revisa avances lectivos y su relación con los resultados de ventas y mantención de cartera. Pero es un grupo muy reducido.

El diseño de ecosistemas basados en inteligencia artificial se está convirtiendo en una excelente alternativa para llenar este espacio tan frecuente en todas las industrias que requieren capacitar constantemente a sus trabajadores.

El sistema educativo en su conjunto está siendo impactado por la Pandemia Covid-19, provocando una transformación que moverá los límites en favor de las tecnologías y de la educación a distancia. Previo a la pandemia, la educación tradicional se constituía sobre métodos de enseñanza que no ponían demasiada atención en las consecuencias del olvido rápido de los contenidos.

La era educativa postpandémica, está dando más espacio a innovar en cuanto a contenidos y métodos de aprendizaje, y encuentra en la tecnología a un aliado para resolver el problema del olvido. Para ello se vale de la conexión lúdica que permiten las aplicaciones construidas sobre inteligencia artificial, para articular enseñanza, atención activa, recordatorios y productividad. Cuanto más articulada sea una estrategia de “recordación activa” en el diseño del proceso de enseñanza, más robusta se volverá la memoria de la información que se transmita.

Y es, en ese contexto, que la industria de seguros y bancaseguros se encuentra frente a una enorme oportuni-

dad.

Múltiples factores vuelven exitosa una operación de seguros y bancaseguros, tales como producto, costos y una larga lista de aspectos “blandos” relacionados con comportamiento y personalidad de los involucrados. Cuando se trata de Inteligencia Artificial los tres aspectos están relacionados. Si pensamos en los aspectos blandos en el momento de capacitar a nuestros colaboradores, una operación de bancaseguros requerirá de un manejo especial del entrenamiento, ya que deberá integrar dos culturas bastantes distintas (banca y seguros) y volverlas productivas. Para ello, la base de diseño de una estrategia de Machine Learning, deberá necesariamente considerar la integración cultural de los algoritmos como fundamental (Figura 2).

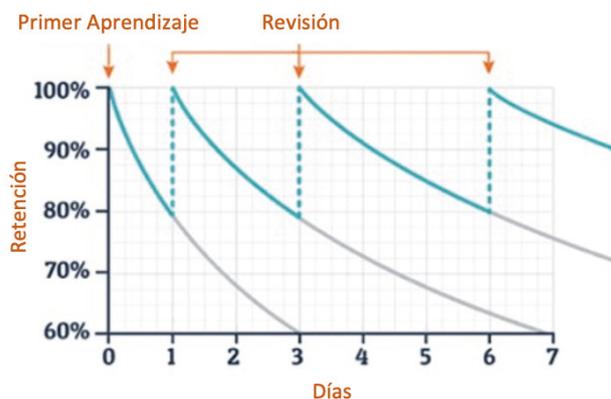


Figura 1 - Curva de olvido para Información nueva aprendida

Además de contar con las herramientas macro para integrar culturas que no tienen una historia común -ni mucho menos una operatoria de marketing similar-, es necesario que toda la cadena (partiendo por cada empleado bancario de la primera línea de contacto con clientes), desarrolle una experiencia y una capacidad de adaptación especializada en el sistema de productos y servicios que implica la bancaseguros. En estos “agentes”, particularmente, el desarrollo se vuelve vital, pues como actores de una operación exitosa deberán extender sus funciones administrativas y de servicio, agregando la venta de seguros como actividad -lo que no deja de ser estresante y un factor de distracción para la persona que debe realizar esta “doble” actividad... a menos que exista un mentor acompañando...

Y dicho “mentor”, o parte de él, puede, per-



El diseño de ecosistemas basados en inteligencia artificial se está convirtiendo en una excelente herramienta para responder a la necesidad de mentoring constante que tienen los alumnos. Entre otras ventajas, esto posibilita la revisión constante de notas de aprendizaje y la motivación con las actividades lectivas.

fectamente, articularse como una realidad de inteligencia artificial.

La distribución de seguros requiere de integración cultural, es decir, que las personas involucradas establezcan un involucramiento muy profundo con los productos de seguros y las necesidades de los clientes. Requiere que toda su cadena de servicio cuente con las habilidades de conectar al cliente con información, que podría transformar su forma de comprender el valor de un seguro y

actuar sobre la realidad, al adquirirlo.

Y una de las mejores formas para integrar culturas de organización distintas en emprendimiento común, es incorporar la *narrativa* del juego en los procesos lectivos y de aprendizaje. La *gamificación* está siendo usada con mucho éxito para generar mejores formas de enseñar y de adquirir conocimientos. Al introducirse la estrategia de juegos en el proceso de capacitación, es más satisfactoria la experiencia de aprendizaje de un empleado bancario, por ejemplo, que intenta enfocarse en adaptar sus metas a desarrollar habilidades de mercadeo y venta de productos de seguros.

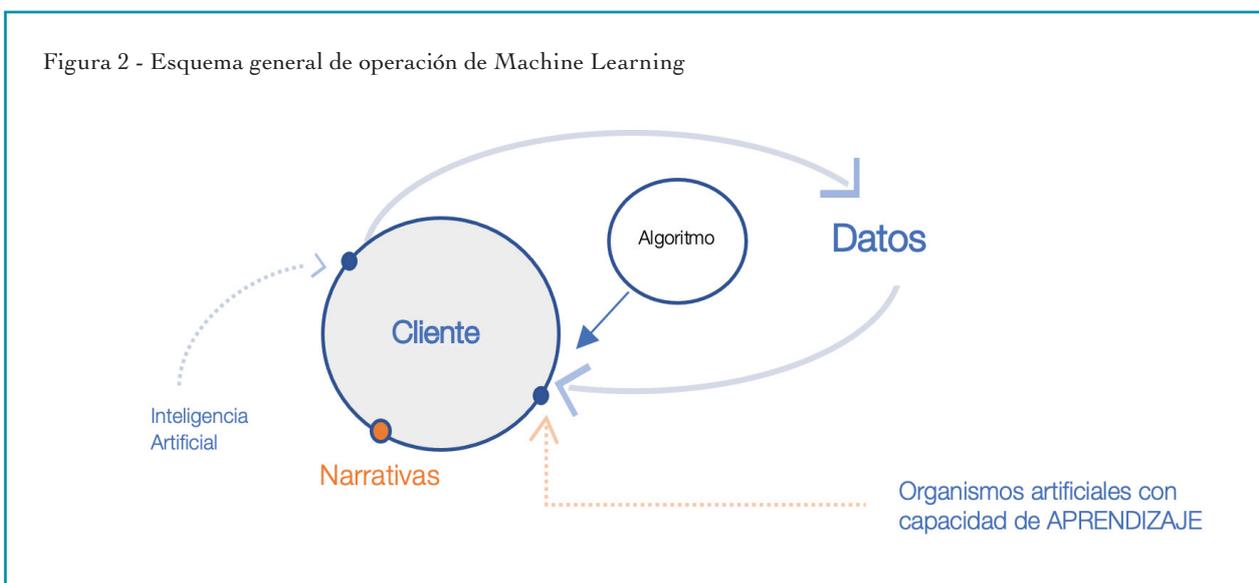
Para el diseño de narrativas de contacto en inteligencia artificial, se las considera como el conjunto estructural de los relatos que explican y auto-explican la *identidad* y que utilizan los propios individuos para explicarse su *ser* y *estar* en el mundo.

Las narrativas consolidan las percepciones individuales, por lo tanto, su poder para delimitar las definiciones de datos de comportamiento del consumidor, es formidable (Figura 2), permitiendo, entre otras ventajas, que los algoritmos se anticipen y aproximen con más facilidad al comportamiento del cliente.

Los procedimientos y herramientas que estamos desarrollando en The Machine Learning Solution de iPi Global Learning están ayudando a que el “olvido”, se vuelva cosa del pasado.

Mejorar el Aprendizaje a Través del Juego

Figura 2 - Esquema general de operación de Machine Learning





Para la industria aseguradora, el riesgo, la previsión y la protección, han sido por décadas una condición esencial de su materia de gestión. Y si bien, previsión y ahorro forman una angosta línea vinculante entre banca y aseguradora, es relativamente nueva la actuación conjunta en procesos de

vinculación educativa a través de tecnología. Por ejemplo, cuando se trata de transferir conocimientos a los agentes y buscar soluciones en el manejo masivo de clientes bancarios como oportunidad para distribuir seguros.

Como en otros ámbitos funcionales, en las operaciones de seguros masivos existen muchas contradicciones producidas, principalmente, al promoverse consumo e inversiones. Organizaciones bancarias y aseguradoras pueden percibir los productos de seguros de formas diferentes y comunicarlos a los clientes con mucha dificultad. Pero, aunque estamos hablando de servicios financieros, la industria aseguradora posee un origen y un carácter distinto al bancario, cuya suscripción suele ser más rápida y masiva. Por ende, no es infrecuente encontrar casos en que ambas culturas organizacionales enfrenten serios problemas para integrarse y generar rentabilidad.

En los canales de distribución de seguros y bancaseguros, la organización suele encontrarse

Para tomar en cuenta

Utilizar estrategias de juego en parte o la totalidad de las actividades lectivas, claramente afecta en forma positiva la curva de olvido, dada su relación con mecanismos arraigados en los conceptos de relevancia y hábito:

Relevancia: Sólo prestamos atención a aquello que nos ayuda en la supervivencia, el éxito y la necesidad. Nuestra capacidad cerebral es limitada y somos muy selectivos a la hora de decidir si queremos o no almacenar de forma permanente un recuerdo o información en particular. La relevancia de la información está profundamente entrelazada con nuestras necesidades.

Hábito: La repetición es lo que realmente ayuda a que la información se vuelva permanente. La gente solía recordar su propio número de teléfono también porque estaban acostumbrados a repetírselo a otros en diversas ocasiones sociales. La falta de hábito es un fenómeno que agrava la curva del olvido.



ante la disyuntiva de ampliar su canal de distribución o profesionalizarlo. Mientras tanto, los consumidores que están fuera del sistema bancario y por ende del sistema asegurador siguen esperando.

En 2012, una entidad de bancaseguros en Latinoamérica, empeñada en llegar mejor a un público tradicionalmente fuera de la oferta regular de seguros, evaluó la *gamificación* en el entramado de soluciones de entrenamiento y desarrollo profesional de uno de sus canales de distribución. Esta innovación le permitió explicar a 35 mil puntos de distribución, de manera simple, didáctica y lúdica, los complejos conceptos del sistema asegurador y transferirle habilidades de venta. Utilizando el *diseño* como herramienta para articular un método de venta, se configuraron procesos que, puestos en contexto cultural, lograban que personas comunes y alejadas de los complejos conceptos aseguradores, mudaran en pocos minutos sus actitudes hacia el riesgo y hacia productos de seguros.

¿Qué producía este rápido cambio de percepción y valoración? La simple exploración en ambientes simulados del concepto de riesgo, por medio de un juego corto de imágenes, con descripciones simples y lúdicas, ejemplificadas en imágenes de fácil memorización debido a la

relevancia de su contenido para la historia personal del participante. Se le entregaba a entrevistados de distintas edades y niveles socioeconómicos, un simple juego de láminas e imágenes que explicaban qué es un seguro, los ramos que abarca, la protección que implica, el rol de la empresa banco/aseguradora en administrar el riesgo, y la forma de adquirir productos, especialmente de vida. En otras palabras, al enseñar sobre el concepto de “riesgo” a las personas, incorporando una estrategia de juego “analógico” en la estrategia de comunicación lectiva, el proceso de asimilación de contenido se volvió mucho más ágil y rápido, pero además mucho más relevante y habitual.

El juego es un excelente método para lograr relevancia y hábito. En medio del ruidoso universo de información que nos rodea, las inyecciones masivas de nuevos conocimientos se desconectan más rápido de la memoria.

Fuente:

- userlane.com
- educationcorner.com
- IMRBrasil



The Machine Learning Solutions

AURORA

www.auroradigital.space
All content © Aurora Digital Space, 2021