

Aiwin cumple 5 años y se prepara para ser el "PlayStation de la empresa"

Desde 2014, la compañía fundada por Sergio Jiménez ha desarrollado soluciones exclusivas de alto impacto en formato videojuego para motivar, comprometer personas y producir cambios en más de 20 grandes multinacionales

El videojuego ya no es cosa de niños, y son los mismos adultos los que lo dicen. Según un estudio de la AEVI (Asociación Española de Videojuegos), solo el 17% de los adultos en España considera que son productos infantiles, mientras que más de la mitad de los españoles de 30 a 44 años declara jugar con ellos. En este contexto, no es raro que las empresas apuesten por formar, motivar y transmitir su cultura y valores, entre otros, a una plantilla cada vez más abierta al videojuego. No en vano, se estima que el mercado mundial de la gamificación crecerá un 30% anual de aquí a 2024, de acuerdo con las últimas cifras publicadas por Mordor Intelligence.

Sin embargo, la gamificación no es una técnica de aprendizaje que haya surgido en los últimos años. Buen ejemplo de ello es Aiwin, una empresa española que lleva desde 2014 desarrollando soluciones en formato videojuego como medio de formación, comunicación y generación de valor en la empresa y la sociedad.

Con sus tres plataformas de juego (Amigotchi, Insider y E-motion) de interfaz y jugabilidad propios, Aiwin ha personalizado más de 40 proyectos desarrollados ad hoc para cada cliente con contenidos propios generados de forma personal para cada cultura y política de empresa.

Precisamente, estas soluciones han situado a Aiwin y a su fundador y CEO, Sergio Jiménez, como uno de los principales referentes de la gamificación en nuestro país, al contar en sus 5 años de vida con el aval de diversos proyectos para más de 20 multinacionales españolas e internacionales en sectores tan diversos como banca, energía o farmacéutico.

Con este historial y la creciente aceptación de los videojuegos en la sociedad, Aiwin ha decidido apostar por un modelo de negocio que llegue no solo a todo tipo de empresas, sino también al consumidor particular. Con este giro, Aiwin desarrollará un completo catálogo de videojuegos listos para ser jugados por cualquier persona desde cualquier lugar, y centrados en las temáticas más demandadas y que más preocupan a las empresas en la actualidad, como son los sesgos inconscientes, implantación de la agilidad, ciberseguridad y liderazgo para adaptarse a entornos digitales, multidisciplinares y de cambio constante.

Según Sergio Jiménez, fundador y CEO de Aiwin, "con esta nueva perspectiva, prevemos ampliar nuestro mercado en los próximos años y continuar creciendo al 40% de aquí a 2021. ¿Nuestra aspiración? Convertirnos en el PlayStation de la empresa, ayudando a cualquier compañía, independientemente de su tamaño, a acceder a las experiencias más avanzadas en aprendizaje en cualquier parte del mundo y a través de cualquier dispositivo para entrenar los temas más

demandados para hacer frente a la transformación digital”.

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Juegos](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#) [Gaming](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>