

Business Strategy

Innovation  
Branding  
Solution  
Marketing  
Analysis  
Ideas  
Success  
Management

**unir**  
ESTUDIOS  
AVANZADOS

# PDP Big Data for Business

Interpretando la información para la toma de decisiones

- › Despliega todo el potencial del Big Data convirtiendo grandes volúmenes de datos en información válida y relevante para tu negocio
- › Conoce mejor a tu cliente y dale lo que quiere cuando lo quiere
- › Genera nuevas ofertas y servicios a tus clientes a través de Big Data

IMPARTIDO POR EXPERTOS DE:

TELFÓNICA

CORREOS

FINTONIC

EVERIS

NORTHGATE ESPAÑA

SINGULAR SOLVING

SYNERGIC PARTNERS

EVO BANCO

ORANGE ESPAÑA

GRUPO SANTANDER

PUIG

ESRI ESPAÑA

ISBAN- GRUPO SANTANDER

MINSAIT BY INDRA

NH HOTEL GROUP

GAIN DYNAMICS

PARADIGMA DIGITAL

UST GLOBAL

AVORIS.REINVENTING  
TRAVEL

AYUNTAMIENTO  
DE VALENCIA

GATREFOUND  
HOLDING

MARYPAZ



# Índice

## PRESENTACIÓN

## PONENTES

## PROGRAMA

### MÓDULO 1

Big Data y su impacto en la Transformación Empresarial ..... 8

### MÓDULO 2

Entendimiento básico de una plataforma de Big Data ..... 8

### MÓDULO 3

Data Science en Business ..... 10

### MÓDULO 4

Cómo enfrentarse a un proyecto de Big Data ..... 11

### MÓDULO 5

Gestión comercial y marketing con Big Data, optimizando la relación con el cliente ..... 11

### MÓDULO 6

Optimizando las ventas ..... 12

### MÓDULO 7

Aplicaciones del Big Data en Inteligencia Artificial ..... 13

### MÓDULO 8

Importancia del "Dónde" en la 4ª Revolución Industrial: GeoMarketing, Big Data e IA ..... 14

### MÓDULO 9

Aplicando Big Data: Business Cases de explotación y monetización de datos  
en el ámbito empresarial ..... 15

## CONFERENCIA PRESENCIAL

### MÓDULO PRÁCTICO



DIRECTOR DEL PROGRAMA

**JORGE CABALLERO**  
DATA SCIENCE DIRECTOR  
EVO BANCO

Ejecutivo con más de 16 años de experiencia en el campo de Data Science con experiencia en diferentes industrias, Banca, Retail, Telecomunicaciones y Seguros. Previo a su salto a la banca trabajó en Cognodata Consulting como Socio de Operaciones en España

y los últimos 4 años como Country Manager en México desarrollando el área de Customer Strategy.

La mayoría de sus trabajos se han centrado en el mundo de los algoritmos y los datos con un enfoque al negocio. Si bien en los últimos años ha liderado la transformación digital en diferentes proyectos.

Actualmente es Director de Data Science en EVO Banco. Donde dirige las áreas de Analytics, Customer Experience y Campañas. Siendo por ello responsable de la experiencia del cliente, los algoritmos y la comunicación con el cliente a través de un enfoque digital.

Acostumbra a compaginar su trabajo con clases en distintas escuelas de negocio y universidades en áreas de Data Science y Big Data. Así como publicaciones para revistas especializadas y medios.

En el ámbito de la digitalización además es el autor del libro sobre la digitalización de las pymes en España: "Digitalización de la pyme española" publicados por el EOI y Accenture.

## Carta del Director

Estoy muy orgulloso por tener el privilegio de dirigir este programa que permitirá a los alumnos adentrarse en el mundo del Big Data para los Negocios. Un programa acompañado de excelentes profesionales que no sólo cuentan con amplia experiencia teórica; sino práctica y en diferentes industrias tales como Banca, Retail, Telecomunicaciones, Seguros, Tecnológicas, Utilities, etc.

Antes de hablar de Big Data, es necesario hablar de Transformación Digital. Ésta comenzó en los **años 80** con los primeros ordenadores entrando en las empresas. En los **años 90** vino el lanzamiento de la Web a nivel global; surgieron empresas como Amazon o Google. No es hasta el **2007** que la **3ª revolución digital** trae de la mano del Iphone una entrada del móvil en las sociedades y empresas. Apenas estamos iniciando la **4ª revolución** de la mano de la **Inteligencia Artificial**.

En esta Transformación Digital, el Big Data, es una de las piezas claves. El Big Data está **evolucionando los modelos de negocio** y la manera en que estos se consumen, está

ayudando a darle un servicio nuevo a una sociedad que cada vez más consume bienes y servicios a través de internet, del móvil, de las cosas. Usando un símil de la industria; si el petróleo fue clave en la transformación de la industria, los datos son este nuevo petróleo y el **Big Data es el conjunto de herramientas, tecnologías, algoritmos y plataformas para extraer, usar, consumir y monetizar esta información**.

Gracias a este programa, a través de sus distintos módulos y casos de uso, los alumnos conseguirán de manera muy práctica, una visión panorámica y transversal de lo que es actualmente el Big Data, sin descuidar la parte técnica pero, sobre todo, **ahondando en la parte de negocio**, sus usos y sus aplicaciones a través de casos reales en las diferentes industrias.

Los alumnos de este programa podrán entender mucho mejor como **aplicar Big Data a su sector y caso particular; podrán ver casos de éxito trasladables al suyo y preguntar a los mejores expertos sobre sus casuísticas particulares**.

# Por qué UNIR recomienda este programa

Porque el directivo de hoy en día se enfrenta al reto de comprender mejor al cliente, digitalizar el negocio, y encontrar nuevas oportunidades de monetización. Este programa permitirá al directivo conocer mejor cómo el Big Data puede mejorar su negocio y conocimiento del cliente. Verá como otras industrias ya han comenzado e implantado este tipo de tecnologías y tendrá la oportunidad de aprender muchos casos de éxito así como la teoría necesaria para tal fin.

## BENEFICIOS

Realizando este programa conocerás las posibilidades reales que ofrecen las soluciones de Big Data y su impacto en el negocio. Además, obtendrás las claves para monetizar dicha inversión implementando una estrategia Customer Centric.

## Datos clave

### SÓLO 13 SEMANAS

Fecha de comienzo: primavera 2019

### SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Los asistentes podrán interactuar en real time con los profesores y con el resto de participantes

### PONENTES PROFESIONALES DE EMPRESAS LÍDERES

#### DIRIGIDO A

- Directores de Data Science
- Directores de Analytics
- Directores de Riesgos
- Directores de Inteligencia Comercial
- Directores de Inteligencia de Negocio
- CMO
- CIO/CTO/COO
- CDO/Directores de BI
- Directores de Transformación Digital
- Directores de canales

### CONSULTA A TU ASESOR EL PRECIO Y LOS DESCUENTOS POR INSCRIPCIÓN ANTICIPADA

Tlf.: 941 209 743

Mail: [info@unir.net](mailto:info@unir.net)

# Por qué elegirnos

Nuestro modelo pedagógico pionero en el mercado y basado en **clases online en directo**, permite al profesional seguir el curso **en cualquier momento y desde cualquier lugar**, para adaptarse a su exigente agenda. Nuestra plataforma permite a los participantes establecer contacto y compartir experiencias, fomentando el **NETWORKING**, que es clave en su desarrollo profesional.



## FLEXTIME

Nos adaptamos a tu disponibilidad horaria permitiéndote acceder y participar en directo a las sesiones online, a los foros de discusión, así como a los materiales complementarios. Sin barreras geográficas, en cualquier momento y en cualquier lugar.



## PROFESSIONAL SPEAKERS

Todos nuestros ponentes son profesionales de empresas líderes, que imparten sus sesiones en base a su propia experiencia, lo que aporta una visión real del mercado



## NETWORKING INTERNACIONAL

Podrás conocer al resto de participantes de España y Latinoamérica con los que te pondremos en contacto de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso.



## LEARNING BY DOING

La aplicación de conocimientos a través de la resolución de un caso práctico aporta al participante una experiencia formativa única. Se resolverá en grupos de trabajo multidisciplinarios para fomentar el Networking y estará dirigido por un especialista en la materia. Sus conclusiones serán la excusa perfecta para intercambiar experiencias con el resto de participantes.



## SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Gracias a nuestra tecnología podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés y sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, no te preocupes ya que todo el material queda grabado para que lo puedas volver a ver siempre que quieras.



## MENTORING CONSTANTE Y PERSONALIZADO

Desde el primer día se te asignará un tutor que te acompañará y apoyará en todo momento, resolviendo todas las dudas que te puedan surgir y tratando de potenciar tus habilidades para tu desarrollo profesional.

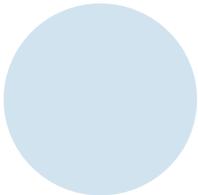
# Ponentes



ÁNGEL GALÁN  
*Responsable de Departamento de  
Inteligencia de Negocios*  
**CORREOS**



MARTA DEL VAL  
*Directora de Marketing & Clientes*  
**NORTHGATE ESPAÑA**



MARÍA ÁNGELES IZQUIERDO  
*Directora de Revenue Management  
y BI*  
**AVORIS. REINVENTING TRAVEL**



JAVIER G. RECUENCO  
*Personetics Expert - CSO*  
**SINGULAR TARGETING**



EDUARDO FERNÁNDEZ  
*Managing Director. Head of Innovate  
Technologies Architecture*  
**ISBAN- GRUPO SANTANDER**



VICENTE YBARRA  
*Data Technologies & Analytics  
Manager*  
**MINSAIT BY INDRA**



PEDRO TORRES  
*Marketing Director*  
**ESRI ESPAÑA**



RAMÓN FERRÍ  
*Jefe de Servicio de Tecnologías de la  
Información y la Comunicación*  
**AYUNTAMIENTO DE VALENCIA**



EVA MONTORO  
*Head of CDO Intelligence (Global  
Chief Data Officer)*  
**GRUPO SANTANDER**



RAMÓN SÁNCHEZ-BAYTON  
*Managing Director*  
**GAIN DYNAMICS**



OLIVIA ARCHANCO  
*Head Global Digital & CRM Director*  
**PUIG**



IGNACIO CHARFOLE  
*Gerente de BI y BigData*  
**TELEFÓNICA**



ANTONIO PITA  
*Operations & Solutions Director*  
**SYNERGIC PARTNERS**



AITOR CHINCHETRU  
*COO*  
**FINTONIC**



**BORJA ADSUARA**  
*Experto en Derecho y en Estrategia Digital*



**ROBERTO SAN JOSÉ**  
*Delivery Manager / Solutions Architect (Agile, Big Data, AI, Blockchain, Cloud)*  
**PARADIGMA DIGITAL**



**DAVID SANZ**  
*Head of Data & Analytics Europe*  
**EVERIS**



**JAIME PESTAÑA DOMINGUEZ**  
*Senior Manager Big Data & Analytics  
 Practics Director*  
**UST GLOBAL**



**FCO. JAVIER LAHOZ**  
*Head of Data Engineering & Enterprise  
 Data Architect*  
**ORANGE ESPAÑA**



**PEDRO MOLLEDA**  
*Vice President • Business Intelligence*  
**NH HOTEL GROUP**



**ANTONIO CANTALAPIEDRA**  
*Cofounder & Executive Chairman*  
**GATREFOUND HOLDING**  
*Cofundador y ex Consejero Delegado*  
**MYTAXI**



**ASIER FERNÁNDEZ DE ERIBE**  
*CIO - Digital Transformation*  
**MARYPAZ**

## Por qué los alumnos recomiendan este programa



**JOSÉ MARÍA PUERTA GONZÁLEZ**  
*Customer Business Manager*  
**BARCELÓ VIAJES**  
**Alumno PER1 PDP Big Data for Business**

*"Ha sido una experiencia más que satisfactoria, de hecho ha superado las expectativas con las que lo inicié. **Recomiendo realizar este curso tanto como paso previo a profundizar en cualquiera de sus temáticas, como si lo que se busca es un conocimiento general para trabajar en proyectos donde el Big Data tenga un papel relevante.**"*

*El PDP en Big Data for Business de UNIR proporciona una introducción detallada al mundo de Big Data y su aplicación a escenarios de negocio. Presenta los conceptos y tecnologías con suficiente nivel de detalle para poder profundizar posteriormente en ellos según sea necesario. Ayuda a cualquiera que quiera entender los conceptos de Big Data desde una perspectiva práctica, sin dejar de lado la teoría básica sobre la que se sostiene esta forma de explotar la información. El programa está bien estructurado y la programación es razonable, además el acceso a las sesiones y al material con posterioridad a cada clase facilita la organización personal y permite salvar aquellas situaciones en las que, por motivos de agenda, no se pueda participar en directo."*

# Programa

## MÓDULO 1

### Big Data y su impacto en la Transformación Empresarial

#### Big Data como palanca para reestructurar y optimizar con éxito los procesos empresariales

- ¿Qué es Big Data? ¿Por qué Big Data?
- Desde la Minería de Datos al Big Data
- Marketing Intelligence
- La revolución Digital
- Transformando las áreas de actividad de las empresas desde el Big Data
  - > Impacto en el área de marketing
  - > Impacto en el área de la logística
  - > Impacto en el área de operaciones
  - > Impacto en el área desarrollo de producto
  - > Impacto en el departamento financiero
  - > Impacto en procesos
- Transformación del negocio desde Big Data: un recorrido por los sectores de Retail, Banca, Seguros, Telco, Salud, Industria, Utilities

Javier G. Recuenco

CSO & Founder

**SINGULAR SOLVING**

### Caso Práctico de Transformación en los Departamentos de Marketing

La **integración del CRM** y las **plataformas DMP** es una área en crecimiento. ¿Cómo puede facilitar Big Data el uso tu **customer lifetime value** en tu **paid media**? ¿Cómo mejorar la **contribución de display advertising** a otros canales Marketing? ¿Cómo impactar con un anuncio a aquellos clientes que no abrieron tu mail usando la información facilitada por Big Data?

Marta del Val

*Directora de Marketing & Clientes. Experta en estrategias de Marketing, estrategias digitales y Customer Experience*

**NORTHGATE ESPAÑA**

### Caso Práctico de Transformación en Procesos

Aproximación práctica al Big Data comparando los diferentes planteamientos de adopción de esta tecnología. Analizaremos diversas alternativas para alcanzar el modelo objetivo, valorando para cada una de ellas el encaje e impacto en los diferentes modelos de negocio.

- ¿Qué lecciones puedo aprender de aquellos que lo están abordando?
- ¿Qué aproximación se adapta mejor a mi situación?
- ¿Qué ventajas competitivas aporta cada enfoque?

Vicente Ybarra

*Data Technologies & Analytics Manager*

**MINSAIT BY INDRA**

## MÓDULO 2

# Entendimiento básico de una plataforma de Big Data

## Principales conceptos y términos tecnológicos de Big Data

Los datos cada vez tienen más peso en la toma de las decisiones de las compañías y es habitual que se hable de Big Data y de términos relacionados con esta tecnología en todos los departamentos. Por ello, cada vez son más los profesionales que necesitan conocer de forma sencilla los principales conceptos de un sistema informacional Big Data, así como los principales términos tecnológicos.

Repasaremos el "viaje del dato", desde la **ingesta de la información, su transformación y su uso final, además de las formas de almacenarlo**. Y todo ello, de forma segura y gobernada.

Al final del módulo los alumnos podrán entender sin grandes problemas la nomenclatura habitual de un entorno Hadoop BigData (HDFS, Spark, Hive, Flume, Kafka, etc).

- Los diferentes tipos de datos: Estructurado, semiestructurado, desestructurado
- La fases del tratamiento de la información: ingesta, transformación y explotación
- Gobierno del dato: seguro, legal, identificado y con calidad

- Tecnologías de gestión dato: Del Datawarehouse al BigData
- Infraestructuras: el hardware que lo hace posible, y aproximación al "cloud"
- Usos de la Información y cómo servirla: report, analítica, IA

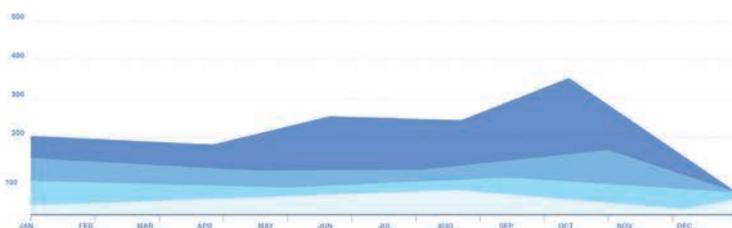
Ignacio Charfole  
Gerente de BI y Big Data  
**TELEFÓNICA**

## Caso práctico de una plataforma de Big Data en funcionamiento

En este caso se verá cómo una plataforma de Big Data soporta un front móvil; la clase se centrará en los servicios desplegados en el front (móvil) y cómo éstos son soportados por las distintas piezas de arquitectura.

- Servicio de Gamificación
- Servicio de previsión de gastos
- Servicio de previsión de recibos
- Servicio de voz
- Servicio de escucha al cliente
- Servicios GPS

Jorge Caballero  
Data Science and Customer Experience Director  
**EVO BANCO**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.



## MÓDULO 3

# Data Science en Business

## ¿Qué valor aporta el Data Science a las organizaciones?

En este módulo se presenta **el Data Science aplicado a las organizaciones** y cómo el tratamiento de información utilizando técnicas analíticas avanzadas está ayudando a las empresas a tener ventajas competitivas. Se ilustrará con ejemplos de diferentes industrias en las que se aplica el Data Science.

- ¿Qué es el Data Science?
- ¿Qué problemas resuelve?
- ¿Es tecnología o business?
- Casos de éxito: ejemplos de diferentes industrias en las que se aplica el Data Science
- ¿Cuál es el equipo mínimo necesario?
- ¿Cómo debería incluirlo en mi organización?
- Retos de las organizaciones para introducir el Data science en las organizaciones

## Metodología de procesamiento de datos mediante Data Science

En este módulo se presenta la **metodología de procesamiento** que permite transformar datos en conocimiento para poder aplicarlo a todas las áreas de la organización. Es fundamental utilizar una metodología para asegurar el éxito del desarrollo del Data Science en las organizaciones.

- Comprensión del negocio
- Comprensión de los datos
- Tratamiento de los datos
- Modelización

- Presentación de resultados
- Puesta en valor

Antonio Pita

*Operations & Solutions Director*

**SYNERGIC PARTNERS**

## Caso práctico de modelos predictivos en Fintech. Big Data y Advanced Analytics, el nuevo paradigma del desarrollo de modelos financieros

El uso de Big Data y Advanced Analytics está creando un nuevo paradigma en el diseño de modelos bancarios. Fintonic emplea metodologías de machine learning para desarrollar modelos estadísticos predictivos sobre propensión a la compra, riesgo de crédito y sensibilidad al precio.

Aitor Chinchetru

*COO*

**FINTONIC**

## Casos prácticos de Big Data & Analytics en Telco. Demostración de análisis de Tweets en Tiempo Real

Se explicarán distintos casos de uso que emplean tecnologías de Big Data y técnicas analíticas para generar valor a diferentes áreas de negocio del sector Telco. También se verá una demostración del uso de tecnologías Big Data para el análisis de sentimiento de Tweets en Tiempo Real.

Fco. Javier Lahoz

*Head of Data Engineering & Enterprise Data Architect*

**ORANGE ESPAÑA**

## MÓDULO 4

# Cómo enfrentarse a un proyecto de Big Data: planificación, cálculo de rentabilidades económicas y configuración del equipo

## La importancia de los datos como recurso estratégico

Las compañías se han dado cuenta que tienen a su disposición una gran cantidad de información, y que el análisis y la explotación de ésta es una **palanca poderosa** para ser **más eficientes** y poder **desmarcarse de la competencia**.

Así mismo, las tecnologías Big Data han irrumpido como la mejor solución para **recoger, almacenar, compartir, analizar y procesar un mayor volumen de datos** facilitando un **tratamiento más rápido y flexible** de lo que tradicionalmente conocíamos con un menor coste para las empresas.

Sin embargo, la realidad es que no todos los proyectos considerados “proyectos Big Data” están siendo exitosos. La **tecnología en sí misma no garantiza el éxito**, la tecnología ha de ser un medio pero no un fin. Para tener éxito, es fundamental **definir el proyecto en base a objetivos claros** y el alcance que queremos darle, **alineándolo con los costes** que generaría y los resultados esperados, y considerando tanto **aspectos organizativos, técnicos** como **legales** y sobre todo no olvidando la **gestión del cambio**.

- Fase de conceptualización: identificación del caso de negocio y esponsorización
- Definición de roles y responsabilidades: equipos multidisciplinares
- Arquitectura de datos y alineamiento con la arquitectura IT
- Gobierno y gestión de dato: como asegurar la ruptura de silos, la accesibilidad y la calidad de los datos, sin olvidar aspectos legales, regulatorios y de privacidad y seguridad.
- Evaluación previa, durante y post-ante del desempeño y el rendimiento. Desarrollo de indicadores clave y cuadros de mando
- Cómo enfrentar la resistencia: cambio cultural, proceso de adaptación y la importancia de la capacitación
- Creatividad y mejora continua: experimentar y perder el miedo al error

Eva Montoro

*Head of CDO Intelligence (Global Chief Data Officer)*

**GRUPO SANTANDER**



## MÓDULO 5

# Gestión comercial y marketing con Big Data, optimizando la relación con el cliente

## Cómo están revolucionando el Big Data y la digitalización la manera de entender la experiencia del cliente, los touchpoints y los customer journeys

La capacidad de añadir inteligencia, modelos predictivos y tiempo real a los customer journeys clásicos nos permite avanzarlos a un nuevo paradigma disruptivo: los **customer journeys líquidos**. Estos permiten generar eventos multicanal en tiempo real que maximizan la experiencia de cliente.

Análisis de caso real de EVO Banco en donde la implantación de estos customer journeys líquidos les ha llevado a obtener el mejor IPN del sector en el último ranking de valoración.

- Qué es un touchpoint
- Qué es el customer journey
- Qué entendemos por experiencia de cliente y cómo se mide
- IPN del cliente y su mejora a través del Big Data
- Cómo el Big Data nos ayuda a mejorar los customer journeys
- Implantación de un sistema de mejora continua de la experiencia de cliente con customer journeys líquidos
- Caso práctico de customer journey líquido en Banca

Jorge Caballero

*Data Science and Customer Experience Director*

**EVO BANCO**

## MÓDULO 6

# Optimizando las Ventas

## Integración de tecnologías Big Data dentro de la estrategia Omnicanal

¿Cómo identificar sinergias y oportunidades durante el proceso de toma de decisiones y Momentos de la Verdad (MOT) del cliente de cara a predecir el comportamiento del consumidor y optimizar su experiencia, ventas, journeys, ...?

A través de la exposición de casos prácticos se explicará la aplicación de la tecnología sobre distintas estrategias de venta Omnicanal: Puntos de Venta integrados, eCommerce, Social CRM, Consumer profiling, Retail Management.

Así mismo, en este módulo se hablará de Social Listening, Social Profiling, de las plataformas de Identity Management y de los componentes que permiten que estas herramientas puedan desplegar todo su potencial basándose en tecnologías Big Data.

- Estrategia de venta omnicanal
- Next Best Activity
- Venta en batch con campañas
- Venta en tiempo real
- Caso práctico de venta en Retail

Olivia Archanco

*Head Global Digital & CRM*

**PUIG**

## MÓDULO 7

# Aplicaciones del Big Data en Inteligencia Artificial

## En la era del Big Data y del Advanced Analytics, ¿cuál es la conexión entre Big Data e Inteligencia Artificial?

¿Qué tienen en común la Visión Artificial, los Asistentes Virtuales, la Robótica, el Marketing Digital, o los Sistemas Expertos? Data, Big Data.

Todos estos campos de aplicación de la Inteligencia Artificial (IA), requieren de importantes volúmenes de datos, con calidad, para el desarrollo de los algoritmos que emplean, así como para monitorizarlos y retroalimentarlos, permitiendo que aprendan y se perfeccionen. La Inteligencia Artificial está logrando aportar y accionar un nuevo valor y el Big Data es uno de sus grandes aliados.

A través de este módulo revisaremos este importante nexo de unión, analizando el estado del arte de la IA y el papel clave que sobre ella juega el Big Data.

Presentaremos asimismo algunas experiencias de desarrollo y aplicación de la IA.

- ¿Qué es la Inteligencia Artificial?
- La materia prima para la IA: los datos y el Big Data
- Procesamiento del lenguaje natural
- Análisis del Lenguaje y del Sentimiento: aplicaciones prácticas
- Los Bots y su utilidad

**Eduardo Fernández**

*Managing Director. Head of Innovate Technologies Architecture*

**ISBAN - GRUPO SANTANDER**



## MÓDULO 8

# Importancia del "Dónde" en la 4ª Revolución Industrial: GeoMarketing, Big Data e IA para la creación de ventajas competitivas en empresas Data Driven

## Impacto de los datos geo-referenciados

Las plataformas tecnológicas, las comunicaciones, el software como servicio y la inteligencia artificial están cambiando la naturaleza de los negocios y la economía en la 4ª Revolución Industrial. En este módulo se hará un análisis, a través de casos prácticos, del impacto en negocio del uso de los datos geo-referenciados.

- Conceptos prácticos de los Sistemas de Información Geográfica en las organizaciones **"Data Driven"**
- La cadena de valor de los datos geo-referenciados en la 4ª Revolución Industrial. Ejemplo prácticos
- Procesos de extracción, transformación y carga de **datos geo-referenciados**
- Internet de las cosas y puesta en valor de datos heterogéneos en tiempo real
- Big Data e imágenes de satélite para su aplicación práctica en **entornos 3D** y de **Realidad Aumentada**
- **Geo Artificial Intelligence**. Un enfoque práctico para predecir y optimizar el conocimiento y las relaciones con los clientes
- Casos de éxito internacionales

Pedro Torres  
Director de Marketing  
**ESRI ESPAÑA**

## Caso práctico: Big Data en la construcción de las Smart Cities

Los datos son una infraestructura crítica para las ciudades inteligentes. La conversión de los mismos en conocimiento, comprensión o incluso sabiduría en la gestión integrada de ciudad, requiere la utilización de tecnología y ciencia. Explicaremos cómo estamos utilizando en Valencia herramientas basadas en datos para la ayuda a la toma de decisiones de nuestros gestores y planificadores.

Ramón Ferri Tormo

*Jefe de Servicio de Tecnologías de la Información y la Comunicación*

**AYUNTAMIENTO DE VALENCIA**

## MÓDULO 9

# Aplicando Big Data: Business Cases de explotación y monetización de datos en el ámbito empresarial

## Lecciones aprendidas en el Big Data aplicado a sectores de Negocio

- Necesidad de conocer el ADN del cliente y de la Red
- Segmentación del cliente en función de su valor en red y no individual
- Definición de modelos de Monetización del dato
- El dato al servicio del Negocio
- Aumento de Ingresos
- Incremento de eficiencia
- Medición de resultados
- El futuro de la toma de decisiones

## Transporte

El futuro de la movilidad pasa por la digitalización y por integrar en una plataforma diferentes soluciones de movilidad. Desde el punto de vista de la toma de decisiones, el Big Data y el machine learning serán responsables de la gestión de la ciudad en sí, para evitar colapsos y ruidos entre otras cosas.

Antonio Cantalapiedra Asensio

*Cofounder & Executive Chairman*

**GATREFOUND HOLDING**

*Cofundador y ex Consejero Delegado*

**MYTAXI**

## Hoteles

Pedro Molleda

*Vice President • Business Intelligence*

**NH HOTEL GROUP**

## Turismo

María Ángeles Izquierdo

*Directora de Revenue Management y BI*

**AVORIS. REINVENTING TRAVEL**

## Retail

Asier Fernández de Eribe

*CIO - Digital Transformation*

**MARYPAZ**

## Seguros

Han nacido nuevas oportunidades para enriquecer y captar clientes gracias a las redes sociales y al data analytics. Por primera vez las compañías de seguros tienen acceso a más información de sus clientes, pueden encontrar mayores oportunidades de conocerle e interactuar con él y tienen acceso directo a las personas que forman en mercado.

- Nuevas fuentes de información
- Ejemplos de enriquecimiento de clientes a través de las redes sociales
- Nuevas fuentes de captación de leads
- Cómo utilizar el machine learning para optimizar este proceso

Ramón Sánchez-Bayton

*Managing Director*

**GAIN DYNAMICS**

## Clase magistral

### ¿Cómo afectará el GDPR al uso de Big Data en las empresas?

El 28 de mayo se aplica directamente el **nuevo GDPR europeo, que afecta a todas las empresas, grandes, medianas y pequeñas**. Pero, sin duda, el GDPR está pensado especialmente para las empresas que hacen tratamientos de grandes volúmenes de Datos (Big Data), que tienen unas mayores obligaciones y unas sanciones también mayores.

- ¿Cómo elaborar un plan que garantice el cumplimiento del GDPR? ¿Qué debe contemplar?
- ¿Qué perfil debe tener el profesional que lidere este proceso de cumplimiento?
- ¿Qué inversiones deben realizar las organizaciones para implementar procesos y sistemas que protejan y gestionen los datos garantizando el cumplimiento normativo?
- ¿Qué equipos y personas deben ser garantes del cumplimiento del GDPR? ¿Cómo asegurar que todos ellos están involucradas y son conscientes de este compromiso?
- ¿Cómo podrán los titulares de los datos ejercer sus nuevos derechos? ¿Cómo debe ser su consentimiento, para que sea válido?
- ¿Cómo afrontar una fuga de datos? ¿Qué procesos son necesarios para la detección, respuesta, investigación y notificación?
- ¿Cómo deben las organizaciones establecer un proceso de mejora continua que incorpore la evaluación de nuevos riesgos para la seguridad de los datos?

Borja Adsuara

Experto en Derecho y en Estrategia Digital



### Mesa redonda: Big Data y su convergencia con tecnologías exponenciales: Blockchain, IoT, Realidad Virtual & Realidad Aumentada, Inteligencia Artificial, Dispositivos Biométricos, Robótica

Roberto San José

*Big Data, Analytics & AI*

**TREELOGIC**

David Sanz

*Head of Data & Analytics Europe*

**EVERIS**

Jaime Pestaña Dominguez

*Senior Manager Big Data & Analytics Practics Director*

**UST GLOBAL**

Antonio Pita

*Operations & Solutions Director*

**SYNERGIC PARTNERS**

### Learning by doing. Presentación caso práctico

#### MÓDULO PRÁCTICO

El instructor explicará un caso práctico a los participantes en una sesión online al comienzo del curso.

Los alumnos trabajarán el caso a lo largo del curso en grupos multidisciplinares y entregarán sus conclusiones una semana antes de la sesión presencial. El instructor corregirá los casos.

En la sesión presencial cada grupo expondrá y defenderá la resolución del caso. El instructor compartirá en esta sesión sus impresiones sobre las diferentes soluciones dadas. Esta jornada, tendrá lugar en el auditorio de Proeduca en Madrid. Quienes no puedan asistir de manera presencial, podrán hacerlo por streaming.

D. Ángel Galán

*Responsable de Inteligencia de Negocio*

**CORREOS**

#### Otros Programas Avanzados que pueden ser de tu interés:

- Inteligencia Artificial
- Transformación Digital
- Dirección y Gestión de la Innovación
- Corporate Compliance

#### Otros programas de interés de la Escuela de Ingeniería:

- Máster universitario en Análisis y Visualización de Datos Masivos / Visual Analytics & Big Data
- Máster Universitario en Seguridad Informática

#### CONSULTA CON TU ASESOR LOS DESCUENTOS POR INSCRIPCIÓN A VARIOS PROGRAMAS

Tlf.: 941 209 743

Mail: [info@unir.net](mailto:info@unir.net)

**unir**  
ESTUDIOS  
AVANZADOS

**Delegación Madrid**

C/ Almansa, 101  
28040 Madrid  
España  
+34 915 674 391

**Delegación México**

Av. Extremadura, 8.  
Col Insurgentes Mix-  
coac. Del. Benito Juárez  
03920, México D.F.  
+52 55 63951017

**Delegación Colombia**

Carrera 21 # 102-46  
Bogotá, Bogotá, D.C.  
Colombia  
+317 574 2631  
+310 666 5574