unir ESTUDIOS AVANZADOS

Programa en

Transformación Digital

unir ESTUDIOS AVANZADOS

Programa en

Transformación Digital

Índice

- **Presentación** — pág. 3
- **Director del programa** — pág. 7
- **Ponentes** — pág. 7
- **Programa** — pág. 9
  - » **Módulo 1:** El efecto de la digitalización
  - » **Módulo 2:** Gobierno de la digitalización
  - » **Módulo 3:** Clientes
  - » **Módulo 4:** Procesos
  - » **Módulo 5:** Personas
  - » **Módulo 6:** Plataformas Tecnológicas
  - » **Módulo 7:** Riesgos Digitales
  - » **Módulo 8:** Tecnologías Exponenciales
  - » **Módulo 9:** Organizaciones Exponenciales
  - » **Módulo 10:** El imperativo de Innovar

Presentación

Es interesante analizar cómo clientes y empleados son mucho más digitales que las empresas que les venden o para las que trabajan.

La tecnología ha cambiado radicalmente los hábitos, comportamientos, así como el proceso de toma de decisiones de las personas.

En la nueva era digital impera la velocidad, la inmediatez y la disponibilidad. Los clientes exigen tiempos de descarga rápidos, navegaciones amigables y productos/servicios a golpe de click. Es decir, buscan EXPERIENCIA, porque asumen que el producto cumple por defecto la calidad esperada.

Estos atributos son la principal carencia de los negocios tradicionales y por el contrario representan a los pure players que nacieron digitales. **Por eso, los tradicionales necesitan pasar al siguiente nivel, necesitan digitalizarse para competir y volver a enamorar a sus clientes.**

Sin embargo, **digitalizarse no es igual a integrar tecnología.** Convertirse en un negocio digital supone establecer unos **objetivos estratégicos** que pasan por transformar la **relación con el cliente, convertirse en una data driven company, digitalizar procesos y en muchos casos, evolucionar el modelo de negocio.**

> ***"Según Mckinsey el 85% de las empresas que inician un proceso de transformación digital acaban fracasando."***

Por eso, UNIR presenta un programa UNICO y DIFERENTE para los profesionales que quieren liderar con éxito la Transformación Digital de su empresa.

Un programa con el **mejor mix teórico-práctico** y con los **protagonistas de la digitalización de empresas** de los sectores más representativos: banca, seguros, retail, turismo, energía, infraestructuras, e-commerce, alimentación

Un programa INNOVADOR, que pone el **foco en los puntos críticos** que amenazan cualquier proceso de Transformación Digital y propone soluciones a partir de las **experiencias vividas por sus ponentes.**

- Analizar el **efecto de la digitalización** en el ecosistema empresarial y en tu propia empresa

Objetivos

- Analizar el **efecto** de la **digitalización** en el ecosistema empresarial y en tu propia empresa
- Conocer los **aspectos críticos** de la transformación digital con una **perspectiva global y transversal**
- Identificar las **principales amenazas** que ponen en peligro el éxito de un Proyecto de Transformación Digital
- Profundizar en los grandes pilares de la transformación digital: **cliente, cultura, personas, procesos, tecnología, gestión del dato y riesgos digitales**
- Descubrir **casos de éxito** de negocios tradicionales que están evolucionando para competir en la nueva era digital
- Inspirarte con **pure players** que han revolucionado sus respectivos sectores
- Aprender desde la práctica a través de un **caso práctico de Transformación Digital** de una "empresa ficticia"

Por qué UNIR recomienda este programa

El programa de Transformación Digital de UNIR es único y diferente porque cuenta con representantes de empresas líderes en sus respectivos sectores, **tanto pure players como negocios consolidados y con el asesoramiento de empresas especializadas en tecnología, innovación, ciberseguridad, customer centric y gestión del dato,** entre ellas:

ENDESA, ING, REPSOL, FINTONIC, SANITAS, FERROVIAL, PULLMANTUR, COLVIN, ALK-ABELLÓ, AXA, PISAMONAS, EVO BANCO, MUTUA MADRILEÑA, MAHOU-SAN MIGUEL, MAPFRE, UNIR.

Sin duda, una propuesta INNOVADORA por la aplicabilidad de sus contenidos y el enfoque práctico a través de 10 módulos de trabajo donde los alumnos

- Profundizarán en **Gobierno Digital, Riesgos Digitales, Customer Centric, Liderazgo, Cultura, Talento, Plataformas Tecnológicas, Tecnologías Exponenciales, Innovación y Gestión/Explotación del Dato**, entre otros.
- Analizarán los aspectos críticos de la transformación digital con una **perspectiva global y transversal**
- Obtendrán un **roadmap específico** de cada uno de los módulos de trabajo que siempre irán acompañados de casos de éxito
- Realizarán un **análisis exhaustivo** a través de la resolución de un caso práctico de una "empresa ficticia"

Datos Clave

13 SEMANAS / 32 HORAS ONLINE

CLASES ONLINE EN DIRECTO

Adaptándose al escaso tiempo de los profesionales participantes

PONENTES EXPERTOS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS LÍDERES Y PURE PLAYERS:

- 24 expertos
- 10 casos prácticos
- 3 Action Plans

RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DE "EMPRESA FICTICIA"

- Determinación de Índice de Madurez Digital
- Transformación de Procesos

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 Lationoamerica con los que te pondremos en contacto de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso.

LEARNING BY DOING

Aplicarás todos los conocimientos gracias al aprendizaje adquirido en sesiones prácticas. Trabajarás en grupos dirigidos por especialistas, donde podrás fomentar el Networking e intercambiar experiencias.

SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés, sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, podrás ver el material grabado en cualquier momento.

MENTORING CONSTANTE Y PERSONALIZADO

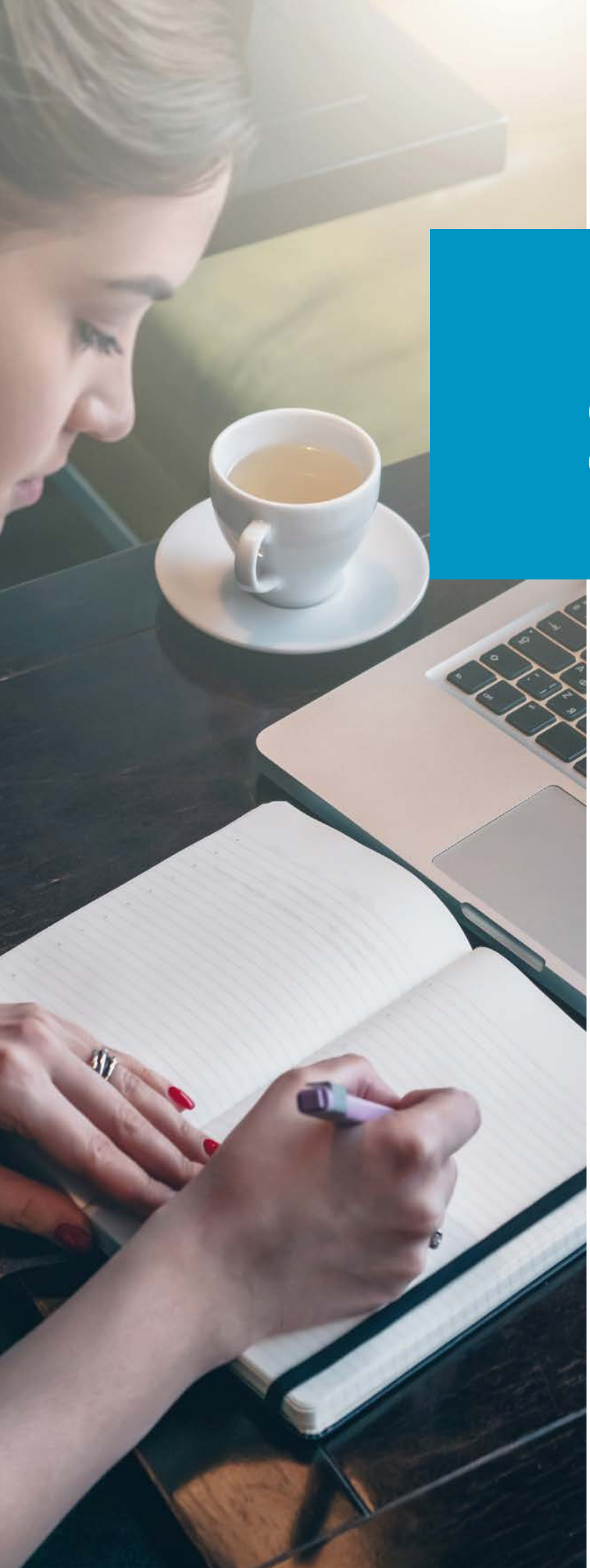
Desde el primer día se te asignará un tutor que te acompañará y apoyará en todo momento, resolviendo todas las dudas que te puedan surgir y tratando de potenciar tus habilidades para tu desarrollo.

Por qué elegirnos

Porque ponemos a tu disposición todo lo que necesitas para mejorar tu carrera profesional, **sin necesidad de desplazarte**, tan solo requieres de conexión a internet y un dispositivo (PC, Tablet o incluso un Móvil) para seguir el programa.

Porque con nuestro modelo pedagógico, pionero en el mercado, participarás en **clases online en directo impartidas por los mejores profesionales** de cualquier parte del mundo. Además, podrás verlas en **cualquier momento y desde cualquier lugar**, ideal para compatibilizarlo con tu agenda personal y profesional.

Porque fomentamos el **NETWORKING**, clave en tu desarrollo profesional, poniéndote en contacto con ponentes y participantes de alto nivel, con los que compartirás trabajo y experiencias a través de la plataforma.



Un nuevo concepto de Universidad online

La Universidad Internacional de La Rioja, universidad con docencia 100% online, se ha consolidado como solución educativa adaptada a los nuevos tiempos y a la sociedad actual. El **innovador modelo pedagógico de UNIR** ha conseguido crear un nuevo concepto de universidad en el que se integran aspectos tecnológicos de última generación al servicio de una enseñanza cercana y de calidad. La **metodología 100% online** permite a los alumnos estudiar estén donde estén, interactuando, relacionándose y compartiendo experiencias con sus compañeros y profesores. Actualmente UNIR cuenta con:

- Más de **41.000 alumnos**
- Más de **10.000 alumnos internacionales**
- Presencia en **90 países de los 5 continentes**
- Más de **130 títulos de Grado y Postgrado**
- Más de **4.000 convenios de colaboración** firmados para dar cobertura de prácticas a nuestros estudiantes
- Además UNIR es una **universidad responsable con la cultura, la economía y la sociedad.** Este compromiso se materializa a través de la Fundación UNIR.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

José Luis Calvo Salanova
Director de Inteligencia Artificial
SNGULAR

José Luis Calvo es un experto en la aplicación de la tecnología al negocio. En estos años siempre ha estado saltando de una tecnología a otra, teniendo como factor común la innovación. Ha desarrollado multitud de proyectos en relación a la economía colaborativa, el internet de las cosas, la realidad virtual o blockchain. Actualmente se ha especializado en la Inteligencia Artificial

Comenzó su carrera profesional hace 25 años, como director de desarrollo software en la consultora Infoglobal y Director de Calidad de Software y Tecnología en Adecco. Ha dedicado 15 años de su carrera a Microsoft, como responsable de soluciones para banca y seguros entre otros roles, además de mantener un vínculo con la división de I+D. Recientemente ha sido el responsable del Centro de Innovación Tecnológica de MAPFRE. También ha participado en el mundo de las startups tecnológicas. Asiduo participante en mesas de debate y ponencias en jornadas dedicadas a la tecnología, a la innovación y a los sectores de la banca y los seguros. Actualmente colabora con varias compañías como consultor de innovación.

Ponentes

Juan Garrigosa de Sigmaringa
Head of B2G
ENDESA X

Javier Recuenco
CSO & Founder
SINGULAR SOLVING

Eduardo Cano
e-Commerce, Digital Marketing and Digital Development Manager
GRUPO PULLMANTUR

Juan Armesto
Transformación Digital
MUTUA MADRILEÑA

Eva García Lizcano
Marketing and Sales Readiness Manager- Big Data B2B
LUCA- Telefónica Data Unit

Rubén Parra Tapia
Responsable de Transformación y Desarrollo IT
REPSOL ELECTRICIDAD Y GAS

José Miguel Romero
Responsable Contact Center en área Operaciones y Tecnología
EVO BANCO

Ponentes

Pedro Andrés Jiménez Minchillo
Director de Transformación Digital y Procesos
UNIR

Gisela Santos Agudo
Legal & Compliance Senior Counsel
ALK-ABELLÓ

Daniel Ferreiro
Responsable de Formación y Selección
SANITAS SEGUROS

Maite Agujetas
Founder & CEO
ARETÉ ARQUITECTURA Y

Silvina Arce
Chief Data Officer (CDO)
BANCO DE CHILE

Aitor Chinchetru
Founder & Co-CEO
FINTONIC

Ángela Sánchez Vignote
Directora Digital
ING ESPAÑA Y PORTUGAL

Eva Astorga
Digital Talent Leader
MAHOU SAN MIGUEL

Juan Miguel Velasco
Partner & Managing Director
AIUKEN SOLUTIONS

Virginia Cabrera Nocito
Especialista en Transformación Digital
TELEFÓNICA EMPRESAS

Daniel Medina
Opinno Ideas Director
OPINNO

Óscar Paz de la Fuente
Responsable
AXA OPENSURANCE

Jose Luis Gallego
Gestión Global de Infraestructuras y Servicios
MAPFRE

Enrique Bretos
Cofundador & CEO
PISAMONAS

Xavier Cardet
UX Lead
COLVIN

Joan Clotet
Talent Innovation Manager
FERROVIAL

Programa

MÓDULO 1

El efecto de la Digitalización

Convertirse en un negocio digital tiene que ver con lo "new normal". Donde lo normal es lo digital. Donde el cliente es el centro y las respuestas a sus necesidades tienen que ser inmediatas.

Para convertirse en un negocio digital una compañía tiene que tener una cultura abierta, apostar por la colaboración, la agilidad y la flexibilidad. Además tiene que optar por el digital first y por ser una data driven Company, siempre teniendo como referencia al cliente.

Veamos las diferencias entre empresas nativas digitales y empresas que están en pleno proceso de transformación digital.

- **La transformación Digital en la empresa**
  - La IV Revolución Industrial donde lo digital es lo normal
  - La Ley de Moore y el crecimiento exponencial ¿Cómo conseguirlo?
  - La Transformación Digital ¿para qué sirven en la empresa?
  - La nueva Cultura Corporativa: evolución a la cultura digital

Eduardo Cano
e-Commerce, Digital Marketing and Digital Development Manager
GRUPO PULLMANTUR

CASO PRÁCTICO

Cómo construir una entidad financiera con la filosofía Digital First: captación, on boarding, marketing y relación con el cliente

Fintonic se ganó con éxito la confianza del usuario en un sector como el financiero en el que la presencia física era indispensable. Gracias al mejor mix de tecnología y UX, ha conseguido que más de 700.000 usuarios en España, Chile y México utilicen esta app para gestionar sus ahorros. ¿Cuáles son las claves de su éxito?

- *Filosofía de un pure player*
- *Cómo practicar el digital first en el marketing y captación con el cliente*
- *Claves para fidelizar al cliente con una experiencia WOW desde el on boarding y en toda la interacción con el cliente*
- *La importancia de la agilidad, velocidad y User Experience*

Aitor Chinchetru
Founder & Co-CEO
FINTONIC

CASO PRÁCTICO

Cómo gestionar un ecommerce: claves para crecer con éxito online

Pisamonas es una zapatería infantil online que en solo 5 años se ha posicionado como referente en el mundo ecommerce gracias a su meteórico crecimiento. Nació en 2013 como pure player, está presente en España, Portugal, Francia, Reino Unido e Italia, cuenta con una red de 30 tiendas propias que complementan su actividad

online y ha crecido hasta superar los 500.000 pares anuales. En base a dicha experiencia en la gestión de un ecommerce repasaremos las claves principales para crecer con éxito en el mundo digital y conseguir:

- *Que te encuentren: cómo lograr visibilidad de tu negocio online*
- *Que te compren: las claves para que tu web funcione*
- *Que repitan: qué hacer para que el cliente vuelva*
- *¡Y hacerlo escalable!*

Enrique Bretos
Cofundador & CEO
PISAMONAS

CASO PRÁCTICO

Evolución del negocio energético en la nueva era digital: nuevos productos y servicios más allá del sministro de luz y gas

Endesa X ha nacido como respuesta a las nuevas necesidades de una sociedad más digital, más ecológica y más sostenible. El negocio tradicional de suministro basado en la venta de una commodity obliga a las utilities a reinventarse e innovar ofreciendo nuevos servicios para el Hogar Digital, la Industria, la Movilidad Eléctrica o para las Ciudades.

- *Nuevos modelos de negocio en el sector de la energía*
- *De los productos y servicios tradicionales a los SERVICIOS DIGITALES*
- *Economía circular como factor competitivo*

Juan Garrigosa de Sigmaringa
Head of B2G
ENDESA X

MÓDULO 2

Gobierno de la Digitalización

Digitalizar un negocio requiere una dirección, unos objetivos estratégicos bien definidos y un equipo comprometido y alineado. La tecnología debe ser la herramienta no el fin. La Dirección debe liderar el proyecto y las personas son la clave del éxito del mismo.

¿Cuáles son los puntos críticos de un programa de Transformación Digital? Desafíos, éxitos y errores

- **Cómo gobernar la transformación digital: modelos de gobierno, concepción y ejecución de un programa de Transformación Digital**
  - Definición de los objetivos estratégicos para un programa de Transformación Digital
  - Análisis de partida: identificación del grado de madurez que presenta la organización en aspectos de leadership y capacidades digitales
  - Elaboración de roadmap: identificación y priorización de iniciativas considerando los objetivos estratégicos
  - Gobierno de la transformación digital: modelos de gobierno e identificación de aquellos más adecuados para la organización
  - Comunicación: importancia de la gestión de la comunicación interna y externa para involucrar empleados e impactar en el entorno
  - Personas: por qué Recursos Humanos y Comunicación juegan un rol fundamental para el éxito de una estrategia de transformación digital
  - Medición y seguimiento: cómo medir y seguir el éxito de los objetivos establecidos
  - Lecciones aprendidas: repaso de las lecciones aprendidas y puntos de atención

Rubén Parra Tapia
Responsable de Transformación y Desarrollo IT
REPSOL ELECTRICIDAD Y GAS

MÓDULO 3

Clientes

En esta era digital el cliente se ha empoderado. El cliente es cada vez más sabio y más exigente. Por eso las empresas están evolucionando de un modelo basado en procesos y/o producto a un modelo "customer centricity". El reto es entender mejor al cliente, predecir su comportamiento, transformar el marketing y la forma de relacionarse con él.

La clave está en orquestar la diferenciación a través de experiencias memorables que generen engagement. Y esa diferenciación sólo puede producirse utilizando el Digital First, UX Enterprise y una toma de decisiones basada en datos.

- **"Customer Centricity" como piedra angular de la Transformación Digital**
  - Drivers que influyen en la fidelidad de los clientes
  - Transformación del marketing y proceso de ventas
  - Estrategia de Orientación al Cliente como ventaja competitiva
  - Human Data Model: información relevante para prestar el mejor servicio
  - El proceso de investigación para obtener insights: clave para entender el comportamiento del cliente
  - La orquestación como diferenciación

Javier Recuenco
CSO & Founder
SINGULAR SOLVING

CASO PRÁCTICO

Cómo construir un Customer Journey digital dándole un toque humano: valor del dato, reaserch y escucha activa del cliente claves en la personalización

ING llegó a España hace 20 años como el primer banco 100% digital revolucionando el Sector y aún hoy sigue siendo referencia para muchas empresas de diferentes sectores que se inspiran con su manera de entender su relación con el cliente. ING es capaz de personalizar todas las interacciones con el cliente a través de soluciones digitales vía PC o Móvil

- *Cómo utilizar la información que ofrecen los datos y el research para conocer mejor al cliente*
- *La escucha activa del cliente: feedback imprescindible*
- *Cómo mejorar la experiencia del cliente a través de la personalización basada en el data, el research y el feedback del cliente*
- *Análisis del impacto de la UX en el negocio: reputación corporativa, satisfacción del cliente, eficiencia, aumento de la contratación*

Ángela Sánchez Vignote
Directora Digital
ING ESPAÑA Y PORTUGAL

CASO PRÁCTICO

La transformación digital en el proceso de captación de nuevos clientes

La transformación digital nace en Mutua Madrileña con una visión transversal, desde la

Dirección y cómo una de las claves del plan estratégico de la compañía. Los objetivos de la Transformación Digital en Mutua son:

- *Aumentar el Time to Market,*
- *Adaptar del Core del negocio a la filosofía customer centricity*
- *Conseguir una visión 360º en los canales de captación y la digitalización del cliente.*

Veamos cómo se ha digitalizado el proceso de captación de nuevos clientes, aportando resultados de casos de uso y poniendo el foco en web, DPM, App y un Asistente Virtual.

- *Visión de la Transformación Digital en Mutua Madrileña*
- *Metodología de desarrollo*
- *Acercamiento al cliente en el proceso de captación con 3 focos: web, DMP (casos de uso), chatbot y App*
- *Resultados obtenidos*

Juan Armesto
Transformación Digital
MUTUA MADRILEÑA

CASO PRÁCTICO

Del producto a las experiencias memorables: la importancia de UX Enterprise y UX Data

El mercado de las flores on line mueve más de 100.000 millones al año. Antes de que lleguen al cliente pasan hasta por 8 intermediarios con el impacto que tiene en la durabilidad y calidad de las flores. Colvin es un pure player que hace las flores accesibles para todo el mundo, con precios asequibles y transparentes, ofreciendo un servicio al cliente totalmente personalizado.

- *De la idea a la experiencia: de una flor a explicar una historia con ella*
- *UX Enterprise clave para el futuro del negocio: UX como filosofía de empresa y prioridad transversal en la organización*
- *Construyendo los momentos con las historias de tus clientes: cómo conseguir nuevas features y aprender a pivotar*
- *UX Data: el cliente siempre tiene la razón aunque no siempre coincide lo que dice con lo que al final termina haciendo*
- *Por qué es importante entender todo el ciclo de vida del producto: clave para una UX memorable*

Xavier Cardet
UX Lead
COLVIN

MÓDULO 4

Procesos

La digitalización tiene un fuerte impacto en los procesos. Sobre todo cuando tienen que ser rediseñados y adaptados a una empresa que aspira a ser Customer Centricity. Además, es importante sentar las bases para integrar nuevos métodos ágiles y utilizar tecnologías (RPA, Cloud, Blockchain, IoT, Machine Learning y IA) como habilitadores de esta transformación.

- **Reenfoque de la perspectiva de los procesos en la Transformación Digital**
  - La orientación radical a cliente: el impacto transformador de los canales digitales
  - Roadmap: cómo debes analizar y rediseñar procesos
  - Buenas prácticas: estrategia de implantación de procesos
  - Cultura de gestión de procesos: agilidad en los métodos y su impacto en el cambio organizativo
  - Tecnología que moviliza la transformación de procesos: RPA, Cloud, Blockchain, IoT, Machine Learning, IA

- **Simulación de Transformación Digital de una "empresa ficticia"**

El profesor presentará un caso de una "empresa ficticia" e invitará a los alumnos a aplicar el Roadmap de Digitalización de Procesos a través de una nueva batería de preguntas. Los alumnos podrán reflexionar sobre el caso y trabajarlo individualmente. Después el profesor resolverá el caso en una clase on line en directo.

Además el profesor estará activo en el Foro para que los alumnos puedan preguntar dudas e intercambiar impresiones y experiencias en torno al caso práctico.

Pedro Andrés Jiménez Minchillo
Director de Transformación Digital y Procesos
UNIR

CASO PRÁCTICO

Digitalización de procesos de Contact Center: automatización de @mails y canal telefónico

El filtrado, gestión y respuesta rápida y eficiente a los miles de e-mails y llamadas que recibe una empresa supone un desafío para cualquier entidad, especialmente para los negocios B2C. Con la automatización de sus procesos de Contact Center, EVO Banco ha reducido un 40% sus costes, los tiempos de demora disminuyeron considerablemente mejorando la UX gracias con la redefinición y mejora del Customer Journey

- *Automatización de @mails en Contact Center/Backoffice y automatización de canal telefónico:*
  - *Situación de partida*
  - *Ineficiencias del proceso: elevado tiempo de gestión, retraso en respuesta al cliente, pobre experiencia del cliente, importante número de personas dedicadas a tareas de bajo valor*
  - *Digitalización de los procesos*
  - *Beneficios obtenidos en cuanto a mejora de flujos, eliminación de riesgo de errores, minimización del coste, mejora de UX y reducción de tiempos*

José Miguel Romero
Responsable Contact Center en área Operaciones y Tecnología
EVO BANCO

MÓDULO 5

Personas

Peter Drucker decía que la cultura de una organización se desayuna a la estrategia. Las personas que forman parte de la organización son claves para que un proceso de cambio tenga éxito. Por ello, es importante saber acompañar a los empleados en la adaptación a los nuevos procesos y los cambios tecnológicos, así como en las nuevas formas de relacionarse con otros compañeros, proveedores y clientes y a los cambios del mercado.

- **El epicentro de la transformación digital no es la tecnología, son los empleados**
  - ¿Estamos preparados para afrontar los cambios a la velocidad que lo hace la tecnología?
  - ¿Cuáles son las nuevas competencias digitales del empleado del siglo XXI?

Daniel Ferreiro
Responsable de Formación y Selección
SANITAS Seguros

- **La tecnología como soporte y elemento articulador de la cultura corporativa**
  - Personas y empresas con actitud "Lifelong learning"
  - Expertos digitales vs. talento digital
  - Principales tendencias en tecnología aplicada a las áreas de Personas
  - Nuevas herramientas para la selección del

talento
- IA aplicada al diseño de contenidos y a los entornos personales de aprendizaje (PLEs)
- Gamificación y aprendizaje experiencial: construyendo el engagement a través de la tecnología
- Vinculación con el profesional a través de micromomentos: chatbots, voicebots y asistentes virtuales
- Tecnologías inmersivas aplicadas al aprendizaje, la gestión de riesgos, la inclusión y otros
- People Analytics para la toma de decisiones basadas en datos

Eva Astorga
Digital Talent Leader
MAHOU SAN MIGUEL

- **Cuáles son las actitudes digitales necesarias para transformarnos nosotros mismos**
  - Ritmo digital
  - Trabajo en "voz alta"
  - Marca personal
  - Aprendizaje autodidacta
  - Colaboración multiproyectos
  - Empatía digital

Virginia Cabrera Nocito
Especialista en Transformación Digital
TELEFONICA EMPRESAS

MÓDULO 6

Plataformas Tecnológicas

La Tecnología es la principal responsable de que las personas hayan cambiado sus hábitos, comportamientos o su forma de relacionarse. De hecho, las personas son mucho más digitales que las empresas. Clientes y empleados a menudo se sienten impotentes porque las empresas no son capaces de responder a sus necesidades de disponibilidad de producto o inmediatez.

Sin embargo, nunca fue tan fácil, rápido y barato adoptar la tecnología por parte de las empresas. Pero para que la tecnología cumpla su papel habilitador tiene que integrarse en una Plataforma Tecnológica flexible, capaz de generar una UX única mientras se mantiene alineada con la estrategia de negocio.

- **Cómo definir una plataforma tecnológica por adaptarse al nuevo contexto digital**
  - Cómo definir una Plataforma Tecnológica
  - El nuevo contexto digital: el cliente digital, las empresas digitales, los datos, la avalancha tecnológica y el IoT
  - Qué debe aportar una Plataforma Tecnológica: UX, nuevas aplicaciones, extraer conocimiento, integración de nuevas tecnologías, adaptación al cambio
  - Cuáles son los elementos imprescindibles de una Plataforma Tecnológica en el nuevo contexto digital
    - Principios de una Plataforma Tecnológica y alineamiento con la estrategia de negocio
    - Arquitectura IT y Arquitectura de Datos: capas, componentes, relaciones entre ellas y tecnologías
    - Infraestructura: modelos de cloud, ciberseguridad, stack de desarrollo, ALM (Aplication Life Cycle Management)
  - Función, organización y modelo de gestión de IT

Maite Agujetas
Founder & CEO
ARETÉ ARQUITECTURA Y SISTEMAS

ACTION PLAN

Estrategia y Gobierno del Dato para ser una Data Driven Company

- *Los diferentes enfoques de la Estrategia del Dato*
- *¿Por qué el Gobierno del Dato? Roles y Responsabilidades*
- *El Gobierno del Dato en Big Data*

Silvina Arce
CDO
BANCO DE CHILE

MÓDULO 7

Riesgos Digitales

Para ser digital hay que conocer los riesgos, amenazas y posibles sanciones a los que nos enfrentamos al desarrollar nuestra actividad. Elegir la tecnología adecuada, los proveedores y herramientas acertados es clave para evitar incurrir en riesgos de costes, tiempo, problemas de integración, incompatibilidad, ciberseguridad, privacidad o compliance.

ACTION PLAN

Pilares y barreras en la transformación digital: análisis de los principales riesgos de adopción de herramientas tecnológicas

- *Pilares principales: cliente, innovación y agilidad*
- *Riesgo 1: intentar "hacer digital" antes de "ser digital"*
- *Riesgo 2: adoptar herramientas sin revisar procesos*
- *Riesgo 3: olvidarse del cliente cuando hacemos selección de herramientas tecnológicas*
- *Riesgo 4: relación con proveedores tecnológicos y flexibilidad/facilidad de integración, importación y exportación de la información*
- *Riesgo 5: Seguridad, privacidad y cumplimiento normativo*

José Luis Gallego
Gestión global de Infraestructuras y Servicios
MAPFRE

- **Ciberseguridad de un negocio digital: seguridad vs digitalización**
  - *Identificación de las ciberamenazas*
  - *Análisis de las vulnerabilidades: cloud, móvil, apps, IoT e Identidad Digital*
  - *Security Desing & Architecture*

Juan Miguel Velasco
Partner & Managing Director
AUKEN SOLUTIONS

- **La importancia de la protección de los datos en la transformación digital**
  - *Implicaciones prácticas del RGPD*
  - *Riesgos asociados a la seguridad de los datos de carácter personal: responsabilidades y consejos ante ciberataques*

Gisela Santos Agudo
Legal & Compliance Senior Counsel
ALK-ABELLÓ

MÓDULO 8

Tecnologías Exponenciales

La Ley de Moore nos indica cuál es el ritmo de progreso de los circuitos integrados y cómo la tecnología acelera la recombinación de ideas y conseguir su ejecución.

Por ello es importante conocer las tecnologías que revolucionarán el mundo en el que vivimos en los próximos años y que serán capaces de combinar recursos e ideas para conseguir crecimientos exponenciales.

Definición y aplicación a negocio de las tecnologías más disruptivas del momento

- Inteligencia Artificial
- Internet of Things
- Blockchain
- Realidad virtual y Realidad Aumentada
- Robótica
- Impresión 3D
- Biotecnología
- Nanotecnología

José Luis Calvo Salanova
Director de Inteligencia Artificial
SNGULAR

MÓDULO 9

Organizaciones Exponenciales

Amazon, Google, Facebook, AirBnB y Apple son algunos ejemplos de organizaciones exponenciales. Son las empresas que crecen a ritmos 10x y que cumplen la máxima de "winner-takes-all". Estas no sólo aprovechan el potencial de las tecnologías exponenciales, si no que comparten algunos atributos entre ellas. Muchas empresas "tradicionales" líderes están aplicando estos modelos e integrándolos para no quedarse atrás en la nueva era digital.

- **Aplicación de estrategias, modelos y elementos para conseguir organizaciones exponenciales**
  - Massive Transformational Purpose (MTP)
  - Atributos Externos
  - Atributos Internos
  - Estrategia para una organización lineal

José Luis Calvo Salanova
Director de Inteligencia Artificial
SNGULAR

MODULO 10

El imperativo de innovar

La vertiginosa velocidad del cambio genera la necesidad de innovar continuamente. Es muy difícil esperar a que alguien irrumpa con una innovación exitosa en el mercado para copiarla. El ritmo de adopción hace que, en muchos casos, cuando se quiere reaccionar ya sea tarde.

Por eso el espíritu innovador tiene que estar en el ADN de la empresa.

ACTION PLAN

El imperativo de innovar ante la exponencialidad de los cambios

- *Impacto de la exponencialidad por sectores*
- *Innovar o morir*
- *Fases del Modelo de Innovación: estandarización del proceso de desarrollo, pilotaje, liderazgo, visión, ecosistema, nutrición para el desarrollo, evolucionar la cultura, aprendizaje continuo*

Daniel Medina
Opinno Ideas Director
OPINNO

CASO PRÁCTICO

Insurtech: la transformación disruptiva del sector asegurador

- *Qué es INSURTECH*
- *Qué factores han desencadenado que ahora sea el momento de las INSURTECH*
- *Cuáles son las tendencias INSURTECH*
- *Nuevos paradigmas y nuevos retos que plantea el INSURTECH en el Sector Asegurador*
- *Cómo abordar esta disrupción a través de la colaboración abierta*

Óscar Paz de la Fuente
Responsable
AXA Opensurance

CASO PRÁCTICO

Cómo utilizar “el dato” para innovar

- El valor del dato en el proceso de Transformación Digital
- Analítica aplicada a servicio
- 3 casos prácticos: perfilado de visitantes, retail y transporte

Eva García Lizcano
Marketing and Sales Readiness Manager-Big Data B2B
LUCA-TELEFÓNICA DATA UNIT

OTROS PROGRAMAS RECOMENDADOS

- Emprendimiento Digital
- RRHH Digital
- Resolución de Problemas Complejos
- Dirección y Gestión de la Innovación
- Inbound Marketing & Copywriting
- Inteligencia Artificial

unir ESTUDIOS AVANZADOS

UNIR, mucho más que una universidad

Headhunting Club

Viveros online de Empleo

Inside the company

Feria Virtual de Empleo

Programa Shadowing

Prácticas de Excelencia

CONVIÉRTETE EN EL PROFESIONAL QUE LAS EMPRESAS NECESITAN

A través de nuestro **Dpto. de Salidas Profesionales y Empleabilidad**, podrás encontrar multitud de oportunidades, programas de apoyo y contacto con las mejores empresas de tu sector. Estas empresas ya forman parte de nuestra Red de Partners UNIR y te están buscando.

accenture · indra · Deloitte. · Hewlett Packard Enterprise · Telefónica · CEPSA · Microsoft · GARRIGUES · Heineken · Baker McKenzie. · IBM · EY · gasNatural fenosa · AIRBUS · CONVERSE · ferrovial · FCC · pwc · MELIÃ · zeppelin · Sacyr

Más información - 941 209 743

empleoypracticas.unir.net | info@unir.net

RECTORADO

Avenida de la Paz, 137
26004 Logroño
España
+34 941 210 211

DELEGACIÓN MADRID

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

DELEGACIÓN COLOMBIA

Calle 100 # 19 – 61
Edificio Centro Empresarial 100.
Oficina 801
+571 5169659

DELEGACIÓN MÉXICO

Av. Extremadura, 8.
Col Insurgentes Mixcoac. Del.Benito Juárez
03920, México D.F.
01800 681 5818

DELEGACIÓN ECUADOR

Av. República E7-123 y Martín Carrión (esquina).
Edificio Pucará
(+593) 3931480

DELEGACIÓN PERÚ

Gabriel Chariarse, 415
San Antonio, Miraflores
Perú, Lima
(01) 496 – 8095