

Magazine

AMDD

ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO Y DIGITAL DE CHILE

Mar-17
#34

EDUCACIÓN Y TRABAJO DIGITAL



PARA TODO Y PARA TOD@S

LA EDUCACIÓN AL
ALCANCE DE MILLONES

>> POR GIOVANNI DUBOIS

HUMANIZANDO
LA MANO DE OBRA

>> POR EZEQUIEL ARSALANIAN



AM DD

ASOCIACIÓN DE MARKETING
DIRECTO Y DIGITAL DE CHILE

_04

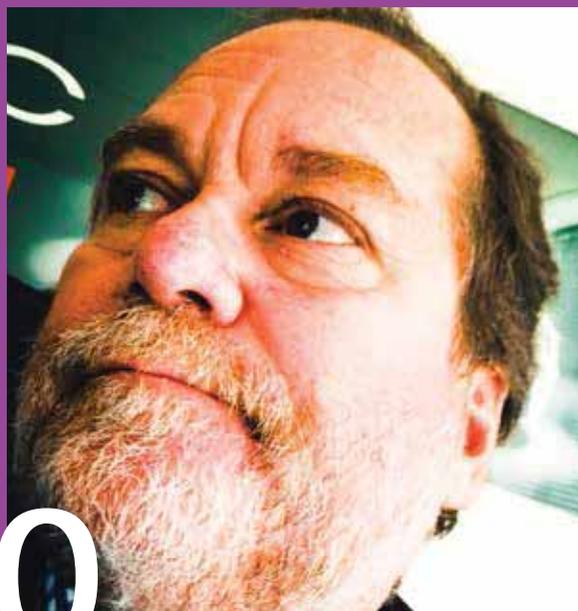
_Entrevista
internacional:
Giovanni Dubois

22 _Reportaje Central:
Educación Digital

28*
_Tips

10

_Entrevista nacional:
Carlos Marsh



29 _Visiones
38 _Nota
40 _Estudio e Inversión
54 _Sociales

Magazine AMDD Virtual



amddchile.com

f amddchile

t amddchile

Presidente:

_Cristián Maulén

Directores:

_Cristián García - María
Teresa Herrera - Manuel
Muñoz - Luis Moller - Rodrigo
Espínosa - Agathe Porte -
Marcela Ceruti - Pablo Cárcamo
- Ricardo Martínez - Rodrigo
Sabugal - Carla Brautigam -
Víctor Muñoz - Rodrigo Edwards

Past President:

_Felipe Ríos

Gerente General:

_Marlene Larson

Ejecutiva Comercial:

_Verónica Novoa

Producción y edición Periódica:

_María Carolina Villalobos

Diseño:

_Edwards Asociados

Impresión:

_Moller+R&B

Comité Editorial:

_Marlene Larson - Verónica Novoa -
María Carolina Villalobos

Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile -

Dirección: Estoril 50, oficina 522, Las Condes - Teléfono: 22 706 6787

EL HÁBITO DE APRENDER DIGITALMENTE

El hábito de aprender es lo que distingue al hombre civilizado. La digitalización habilita el acceso pero no asegura la calidad.



No quedan dudas sobre el impacto del fenómeno de la globalización en las relaciones humanas y en las transacciones de todo tipo, pero debemos reconocer que paradójicamente, hasta hace algunos años, el principal sector que ha resistido frontal y tenazmente a esta globalización es la propia educación. Aunque los MOOC -acrónimo en inglés de *Massive Online Open Courses* o cursos online masivos y abiertos- no han sido otra cosa que la evolución de la educación abierta en internet y una oportunidad capitalizada.

Todos los meses más de 700 universidades de todo el mundo, ofrecen cientos de cursos y que son gratis, transformando los paradigmas tecno-económicos de este sector. Los MOOC entregan la posibilidad de hacer un curso gratis en Harvard, Stanford o en Duke y conectar con gente que estudia en las principales universidades del mundo, actualizando contenidos en asuntos específicos para nuevos proyectos laborales.

El acceso masivo a la educación que aporta la digitalización, es un fenómeno social prodigioso en sí mismo pero que no asegura la calidad de esa educación. ¿Cómo hacer para mantener la calidad de la enseñanza frente a la avalancha de candidatos, al desborde de las exigencias laborales y a la presión social? Nadie sabe a ciencia cierta cómo proceder con sensatez en este campo, pero nada impide que en algún punto se combinen la cantidad y la calidad bajo nuevas formas difíciles de imaginar aún.



Cristián Maulén
Presidente Directorio AMDD

La educación es un servicio cuya demanda crece en forma rápida. Es el momento de generar nuevos “espacios para la educación” y con más fuerza para educación ejecutiva, para que procedan a derribar las murallas de conocimiento específico y que se aprovechen mejor tantos talentos dispersos.

Con respecto a los cambios que la digitalización genera, me atrevo a plantear que no siempre se descansa cuando uno se “desconecta”. Los nuevos hábitos digitales de estudio comienzan a desarrollarse hoy en el colegio (deberían) y continuarán perfeccionándose durante toda la vida bajo la forma de una capacitación permanente. Lo que debemos proteger es el verdadero descanso, absolutamente necesario para el equilibrio físico y espiritual de las personas cuando el trabajo o el estudio están transitando con mayor facilidad por las redes digitales. Estos tiempos de descanso y de trabajo no obedecerán más a un rígido cronograma burocrático, estarán regulados por nuestro propio reloj interno.

¿Estamos ante un cambio radical en educación digital y trabajo a distancia? ¿Cuáles son las formas adecuadas de interacción en estos ámbitos? ¿Qué papel toman y tomarán las soluciones móviles para el aprendizaje y el trabajo? Estas son las interrogantes que buscamos abordar en esta edición de nuestro magazine.



LA EDUCACIÓN

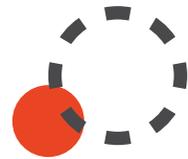
al alcance de millones



Giovanni Dubois

Head of Global Partnerships
at Coursera.
University of California,
Berkeley, Estados Unidos.

Coursera es una plataforma de educación virtual nacida en octubre de 2011 y desarrollada por académicos de la *Universidad de Stanford* con el fin de brindar oferta de educación masiva a la población (*Massive Online Open Course*), con cursos en inglés y otros idiomas como el español, francés, italiano y chino. Ofrece cursos tanto gratuitos como de pago, sobre temas variados a niveles universitarios, pero abiertos a todos los sectores de la población. Hoy *Coursera* tiene casi 25 millones de personas aprendiendo, con más de 149 Universidades a lo largo del mundo como socias y ofrece más de 2000 cursos entre gratuitos y pagados.



Conversamos con **Giovanni Dubois, Head of Global Partnerships** de la empresa para que nos hablara sobre Educación Digital.

¿Cómo visualizas las estrategias de educación digital de las principales universidades a nivel mundial? ¿Hacia dónde apunta el desarrollo?

La estrategia de la educación digital en las principales universidades es en realidad poder crear el impacto social que ya están haciendo las universidades por la vía tradicional desde hace años. Por ejemplo, la Universidad Católica de Chile es una universidad muy prestigiosa en su país y en toda América Latina, pero muy poca gente puede llegar desde el extranjero a Santiago para poder aprender. Pero ahora, con este nuevo formato que ofrece la UC, llega a gente por más de 50 o 100 países alrededor del mundo y, con ello, se están quitando las barreras o más bien las paredes que existen de una universidad para llegar más allá... eso es impacto social.

Utilizando el aprendizaje que se obtiene de los alumnos en línea, en conjunto con los profesores que los dictan, podemos hacer investigación, con el fin de mejorar el aprendizaje en línea, así como también los contenidos en ciertas materias específicas. Para entregar un ejemplo, un profesor dio un curso de Antiterrorismo en Holanda, en la Leiden University. Tenía 50 mil alumnos en su cátedra y comenzó a hacer encuestas a sus alumnos sobre cuál es el sentimiento que existe alrededor del mundo acerca del terrorismo.



“ La gente que en verdad quiere superarse, puede hacerlo vía digital ”



“ La principal sombra es el estigma que la educación en línea no funciona ”

**¿Cómo ha cambiado al mundo la educación digital?
¿Cuáles son las luces y sombras que ha otorgado a la generación de conocimiento en las persona?**

Hoy, más que en cualquier época de la historia de la humanidad, hay oportunidades de aprender de cualquier cosa no importando dónde estés. La gente que en verdad quiere superarse, puede hacerlo vía digital.

Las luces son básicamente que las universidades están dando acceso a la gente alrededor del mundo no importando dónde estén o qué tan costosa pueda ser una universidad.

La principal sombra es el estigma que la educación en línea no funciona. Pero esto es para la generación más adulta. Poco a poco nos damos cuenta que la gente joven vive frente a sus pantallas, y que es la forma principal en cómo se comunican.

Debemos fomentar la investigación de mejores prácticas de educación en línea, cómo ayudar a que la gente en verdad esté aprendiendo, y para esto crear evaluaciones formativas y sumativas que también enseñan a la universidad que los estudiantes realmente aprendieron.

Yo me gradué de la universidad en el 2002. La tecnología, los conocimientos han cambiado drásticamente desde esa fecha en donde no existía Facebook, Social Media, ni siquiera se hablaba de Byte Science o ciencia para todos. Si yo quiero estar, si yo quiero capacitarme para las demandas que existen en el mundo laboral, pues necesito esto que llamamos Life Long Learning o aprendizaje durante toda nuestra vida.

¿Existe alguna correlación entre un profesional que se educa mediante una plataforma digital y un aumento en su productividad? ¿Existen mediciones al respecto que incentiven a las empresas a fomentar el desarrollo de sus trabajadores a través de esta modalidad?

Nosotros creemos que sí. En términos de si existe alguna relación entre un profesional que se educa mediante una plataforma digital en realidad sí, por eso hemos invertido en algo que llamamos “Coursera after bussines” o “Coursera para empresas”, donde se entrega una oportunidad para que una empresa pueda crear un programa específico basado en nuestro catálogo que la ayude a escoger habilidades necesarias para que sus funcionarios puedan superar y escoger cursos que están relacionados con esas habilidades. La gente que termina estos cursos, nos hemos dado cuenta que sienten que tienen motivación para aprender y tienen motivación para ejercer lo que aprendieron. En términos de qué incentivo fomentan las empresas para el desarrollo de sus trabajadores, nosotros en Coursera utilizamos nuestros cursos para capacitar a nuestros empleados y los incentivos existen en términos de bonos, en términos de oportunidades de nuevos proyectos, y en términos de competir internamente con otros estudiantes o más bien con otra gente que trabaja en la empresa y poder ver quién termina más cursos y en verdad quién está aprendiendo. Básicamente utilizando lo que aprendió en el día a día de su vida laboral.



¿Cómo crees que ha influido tu diversa experiencia, en la ingeniería, en los negocios en el marketing... en el desarrollo de este gran proyecto centrado en la educación digital?

Bueno, yo fui estudiante de ingeniería en la Universidad de Berkeley...estuve ahí para la licenciatura, la maestría y también un doctorado, y durante mi tiempo allí, pude entender exactamente cómo es que funciona una universidad. Fui presidente de varias organizaciones dentro de Berkeley, trabajé con Decanos para implementar nuevas iniciativas. De hecho yo quería ser profesor y estaba muy emocionado y enamorado con el mundo académico. Entonces eso me influyó en la importancia que le doy a la educación. Después tenía interés en aprender lo que era el mundo de los negocios, y fui como consultor a una empresa en Nueva York, trabajando en proyectos de estrategia, de marketing y de ventas. Y eso me dio básicamente el entrenamiento de un MBA pero en la vida real, donde pude aprender la importancia de crear y de pensar estratégicamente una iniciativa. Y por último como emprendedor, antes de entrar a Coursera, yo tenía mi propia empresa y eso me ayudó bastante en crear una mentalidad de fluidez, de poder cambiar de estrategia rápidamente, basado en lo que está pidiendo el mercado y creando algo sostenible. Y para mí toda esa diversa experiencia fue necesaria para llegar a donde estoy hoy en día: amo mi trabajo, amo lo que hago, amo este proyecto.

Para mí el impacto social que tiene este proyecto es tremendo. Hay historias de estudiantes que yo he conocido en persona y que te dicen que gracias a Coursera y las universidades mi vida ha cambiado para bien. Y poder trabajar en algo que cambia a la gente, y a millones de personas, es increíble. Entonces, la experiencia que he tenido, que ha sido diversa, ha sido necesaria para poder asegurar que esto sea un éxito. Y tengo mucha suerte por poder tener esta oportunidad.

“La tecnología y los conocimientos han cambiado drásticamente desde esa fecha en donde no existía Facebook”



Luz Montero

Directora UC online
Pontificia U. Católica de Chile.
www.uconline.uc.cl

Desde la aparición de los primeros cursos en línea hace más de 20 años, la educación online, también llamada virtual, digital o e-learning ha ido ganando terreno en la educación superior. Se le define como “un tipo de aprendizaje que implica el uso de plataformas web para facilitar la colaboración y el acceso a contenidos más allá del aula de clase” (EDUCAUSE, 2013), sin embargo aún existen muchos mitos en torno a ella:

Mito 1: “Los alumnos aprenden menos”: la evidencia actual demuestra que su efectividad es similar a la de un curso presencial, siendo la modalidad mixta o blended la que genera mayor aprendizaje.

Mito 2: “Es una educación de segunda categoría”: hoy día las mejores universidades ofrecen programas online y el número de estudiantes crece sostenidamente. Por ejemplo, en EEUU, el 28% de la matrícula de pregrado corresponde a estudiantes online o blended, siendo el segmento full online el de mayor crecimiento (Babson Survey, 2016). Los avances en tecnologías educativas e informáticas, el acceso masivo a internet y el gran uso de dispositivos móviles permiten generar educación digital de excelencia: orientada a competencias, globalizada, deslocalizada, con aprendizaje colaborativo y en redes.

DERRIBANDO MITOS DE LA EDUCACIÓN ONLINE

Mito 3: “Los alumnos prefieren estudiar de manera presencial”: cada vez más alumnos prefieren esta modalidad, en particular los “millennials” y los “alumnos no tradicionales”, ya que les permite aprender desde cualquier lugar, en cualquier momento y a su propio ritmo.

Mito 4: “Esto es para sólo países desarrollados”: en Chile y Latinoamérica, el e-learning ha experimentado un fuerte proceso de expansión con iniciativas de más de 20 años, aunque las instituciones más prestigiosas recién la están incorporando. La Universidad Católica ha sido pionera dictando su primer curso online hace 21 años y ofreciendo actualmente más de 200 programas, entre cursos, diplomados y MOOCs (cursos virtuales masivos gratuitos), con un total de más de 120.000 inscritos el 2016.

En resumen, la educación online es efectiva, llegó para quedarse y solo seguirá creciendo.

A futuro, muchos procesos educativos serán reemplazados por sistemas digitales estandarizados, seguros y altamente efectivos y la integración de las tecnologías con las metodologías más tradicionales será cada vez mayor, generando más y mejor aprendizaje. 



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS

DIPLOMADOS ONLINE EN MARKETING

INICIO MAYO 2017 · Postulaciones abiertas

- Marketing Estratégico
- Inteligencia de Mercado
- Creación de Valor Comercial
- Gestión de Canales de Distribución
- Comunicaciones Integradas de Marketing



20%

Descuento para socios de AMDD.
¡INSCRÍBETE!

www.cdduc.cl

MÁS INFORMACIÓN: Carlos Chaverri · cchaverri@uc.cl · (562) 2354 2162 · (569) 8465 2946



Luis Lombardero

CEO, Instituto de Talento y Empresa Digital ITED
Universidad Camilo José Cela, Madrid, España.

DIRIGIR EMPRESAS DIGITALES

Es necesario revisar viejas concepciones, ancladas en el tiempo, sobre el trabajo directivo. Llevamos más de 40 años afirmando que las competencias blandas son las más importantes para dirigir las empresas. Esto pudo haber sido cierto en tiempos de estabilidad tecnológica, pero no lo es en plena transformación digital. La falta de mentalidad digital en la dirección, de cultura online en todos los empleados y de talento y competencias adecuadas para cada empleo, se está convirtiendo en un inhibidor de la transformación digital y haciendo más difícil el camino hacia la futura empresa digital.

Entre el 50% y 60 % de los resultados de las empresas proviene de las decisiones directivas que más adelante y en su mayoría, estarán relacionadas con el desarrollo de empresas digitales. El desarrollo es un proceso continuo que se apoya en una visión holística y estratégica de su ecosistema digital y está abierta a explorar las posibilidades del futuro. Es una organización de personas, infraestructura organizacional y tecnológica, orientada a crear valor para sus clientes digitales.



El Chief Digital Officer (CDO) o Director de Transformación Digital es una de las nuevas profesiones creadas para conducir la transformación digital de las empresas tradicionales y en muchos casos, el probable director general de la empresa digital. Es un directivo emprendedor con capacidad de entender que la clave es ser capaces de innovar rápidamente, apoyándose en las tecnologías digitales para defenderse de un entorno donde las empresas basadas en plataformas tecnológicas globales y transversales a varios sectores, centran su actividad en el uso de la tecnología y los datos para ofrecer nuevas experiencias en entornos de movilidad a los clientes digitales. El CDO considera todas las funciones, actividades, productos y servicios de la empresa como susceptibles de ser digitalizadas, lo que supone desarrollar nuevas cadenas de valor físico-virtuales, capacidades logísticas y nuevos modelos de negocio con fuentes de ingresos claros.

Esta concepción de empresa digital crea las necesidades de nuevas profesiones relacionadas con el marketing digital, la innovación abierta, el Big Data, el internet de las cosas (IoT), la arquitectura tecnológica de la empresa, la ciberseguridad y el desarrollo de la cultura, el talento y las competencias digitales adecuadas a la actividad de cada empresa. Todo un gran desafío el imponer en la empresa la necesidad de disponer de empleados que trabajen en entornos digitales distribuidos y capaces de entender y dialogar por cualquier canal con el cliente digital. [^](#)



INNOVANDO A TRAVÉS DEL WORKFLOW

Conversamos con Carlos Marsh, Director General AGENCIA DIGITAL 4SALE y su proyecto de innovación plataforma de trabajo digital .



Carlos Marsh
Director General
AGENCIA DIGITAL 4SALE.

¿Por qué Trabajo Digital? ¿Por qué crees que es un nicho bueno para explotar?

Estamos en un momento de cambio importante en recursos humanos, las personas quieren ganar más y trabajar menos, ser más felices. Con eso, cada vez será más difícil mantener un equipo estable en tu empresa. Ya la tasa de movilidad laboral en Chile es de un 37% anual (de hecho, es la más alta del mundo). Tenemos un cliente retail con app. 5.000 empleados y rotan casi 900 al mes.

Es decir la estabilidad de las empresas ya no sólo depende de su foco en el negocio y los márgenes, sino de las personas que lo desarrollan. Y si estas personas quieren crecer y vivir mejor, y la empresa donde trabajan no les habilita ese futuro, entonces están sólo de paso, y a veces por períodos cortos. Cuando empleados relevantes se van, no sólo dejan una vacante, sino que además se llevan el expertise, esa gran inversión que debe volver a hacer la empresa y que toma tiempo y recursos.

Entonces irrumpe la tecnología, ahora todos andamos full conectados con un aparato 100% interactivo (smartphone) y por tanto estamos disponibles en cualquier momento y lugar para interactuar. De esta forma, las empresas ya no necesitan al 100% de sus empleados sentados en sus oficinas esperando coordinar sus trabajos, con un alto costo inmobiliario, de gestión y consumo para las empresas. Acá tienen un tremendo espacio para mejorar sus balances, ahorrando en costos.

Y por otra parte van apareciendo emprendimientos frescos no-tradicionales con modelos más eficientes y atractivos de trabajo, que pagan por metas cumplidas en vez de horas asistidas.

Si todo esto lo metemos en una plataforma digital que permita conectar a las empresas con trabajadores part-time no presenciales, aparece una gran oportunidad el ser una interfaz entre ellos, un facilitador para fomentar el trabajo en forma remota.

¿Cómo nace tu proyecto? ¿Crees que es un upgrade de una empresa que preste servicios transitorios u outsourcing? ¿O es algo que va más allá de eso?

La idea que estamos trabajando es de una o más plataformas tipo workflow que permitan encargar, controlar, supervisar y coordinar múltiples tipos de trabajos en forma remota. Estamos tratando de integrar lo que existe en vez de crear una de cero, porque así en forma colaborativa recogemos lo mejor y lo juntamos en una interfaz.

Los workflow permiten además documentar todo el trabajo, para que en caso de traspaso a otra persona, mantengan un historial que dé gran continuidad al negocio y sea muy fácil traspasarlo a otro profesional para repetir o mejorar ese mismo trabajo. Miden el tiempo exacto de apertura y cierre de tareas específicas en cada trabajo, así también se puede valorar por hora efectivamente trabajada.



¿Ves que tu proyecto se pueda desenvolver en algún escenario competitivo similar al de las aplicaciones de transporte como Easy Taxi, Uber, Cabify o Safer Taxi, por nombra algunos?

La mayoría de esas plataformas tienen algo en común, el uso de los tiempos ociosos de máquinas y/o personas en forma colaborativa, de ahí su éxito. Lo nuestro es por el mismo camino, porque el mayor beneficio no se lo llevará sólo la empresa al ahorrar costos, sino también el mismo usuario que puede de esta forma aprovechar mejor sus talentos dedicándose a múltiples trabajos, mejorando sus ingresos al optimizar su tiempo.

¿Cuáles crees que son los motivos de por qué no existe un gigante tecnológico desarrollando una app de trabajo digital similar a la tuya? (Como Google por ejemplo)

El RRHH es una de las áreas más abandonadas en tecnología, porque es compleja de asumir. Cada empresa maneja en forma diversa sus políticas de empleo y laborales, pero eso está cambiando básicamente porque las personas están presionando. Cada país tiene diferentes culturas y leyes que dificultan tener una plataforma global, entonces hay que disponibilizar una herramienta dúctil y sobre todo SIMPLE.

Nosotros estuvimos estudiando las plataformas disponibles, y descubrimos que son muy complejas de usar desde el punto de vista del usuario final (el trabajador), quién es el que debe adoptarla. Hay casos aislados de empresas que ya tienen un alto porcentaje de empleados trabajando en forma remota, pero son los menos.

Y otro factor que vimos es la seguridad, aún se desconfía de los sistemas y su permeabilidad en cuanto a datos sensibles, lo que pone una barrera a las empresas para optar por trabajadores remotos.

En lo personal, en mi empresa ya tenemos un sistema colaborativo que nos permite interactuar con algunas áreas, sin necesidad de reuniones presenciales, compartiendo archivos, tiempos de trabajo, documentación y comunicación permanente online.

Y tenemos varios colaboradores que renunciaron a la empresa que ahora trabajan part-time desde sus casas, con resultados sorprendentes en costos y tiempos de realización.

En lo que tengo 100% de certeza es que toda está cambiando, las pegadas de hoy no serán las mismas en los próximos años, por lo que se deben asumir los desafíos de innovar y mejorar el RRHH en cada empresa. 



Germán Arrate

Director del Centro de Desarrollo Gerencial y Corporativo de la Facultad de Economía y Negocios.

Fue Gerente General de una de los brokers líderes en la industria del Trading y ahora dirige el Centro de Desarrollo Gerencial y Corporativo de la Universidad de Chile. Visiones de dos mundos distintos que lo hacen tener una perspectiva única para el desarrollo de Educación Digital en Chile, conversamos con él.

Cuéntanos un poco de tu experiencia en Trading ¿Cuáles fueron los factores de éxito para que la industria se desarrollara vía online?

Uno de los factores de éxito, fue el interés que surgió en las personas de esta era digital, de tomar sus propias decisiones de inversión, sin tener que pasar por un intermediario. En el Trading, las oportunidades de inversión muchas veces no pueden hacerse esperar y es necesario tener la posibilidad de invertir en línea y en tiempo real. Por otro lado, el fácil acceso a la información, permite que las personas puedan informarse prácticamente al instante de las noticias del mundo, las que producen volatilidad en los mercados y que por ende generan oportunidades de inversión en Trading.

¿Es posible hacer un paralelo de esa experiencia con la evolución de la educación digital en Chile?

Es posible hacer un paralelo en 2 aspectos. Por un lado, la accesibilidad que existe en Chile a internet es muy alta, lo que favorece el desarrollo digital tanto en la industria financiera como en educación. Por otro lado, está la flexibilidad que entrega la evolución digital, ya que a través de ella se puede invertir o estudiar a la hora o en el lugar que más le acomode a cada uno, y con un menor costo.

Educación tradicional, E-Learning y Blend Learning ¿Por qué pista corre cada uno en el Chile del 2017? ¿Qué otros modelos se han explorado?

Cada uno de estos formatos se adaptan a las necesidades y perfiles de cada persona, y ahí está la importancia de entregar la posibilidad de que puedan formarse, capacitarse, actualizarse o desarrollarse, en función de las posibilidades y restricciones de cada uno. ▲



AUMENTA LA RENTABILIDAD DE TU EMPRESA, CENTRADO EN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

DIPLOMADOS Y CURSOS DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE

ADMISIÓN 2017

Daniela Mandujano
mandujano@unegocios.cl
+562 29783623
Diagonal Paraguay 257, Torre 26, Piso 9, of. 903



Facultad de Economía y Negocios
UNEGOCIOS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

CURSO
MARKETING METRICS

Inicio: 03/04/2017 - Término: 03/05/2017

DIPLOMADO
MARKETING ESTRATÉGICO & RENTABILIZACIÓN DE CLIENTES

Inicio: 24/04/2017 - Término: 02/10/2017

30% D SCTO. SOCIOS AMDD

unegocios.uchile.cl



TIC, EDUCACIÓN Y CRECIMIENTO DEL E-LEARNING

El uso de **Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)** está presente, de manera transversal, en todas las etapas educativas. En el **Ministerio de Educación** señalan estar convencidos que éstas son herramientas relevantes que contribuyen y permiten el desarrollo de habilidades digitales que son claves para participar en la sociedad actual.

La inquietud no es nueva. **Enlaces, Centro de Educación y Tecnología del Mineduc**, iniciativa pionera en la región en la incorporación de TIC al ámbito educativo, desde hace 25 años ha desarrollado una labor clave en la materia, reconocida internacionalmente, capacitando profesores, promoviendo recursos educativos digitales, e impulsando iniciativas de conectividad e incorporación de tecnología a los establecimientos escolares del país. Dado que las tecnologías cambian a un ritmo vertiginoso, **a mediados de 2016, el Mineduc convocó a expertos de diversas áreas vinculadas al uso de TIC en educación, para conformar un Consejo Asesor para la Agenda Digital en Educación, con el propósito de apoyar al Ministerio en la elaboración de una estrategia en la materia, en el marco de la Reforma Educacional.**

Según el **Mineduc**, del total de alumnos cursando una carrera de educación superior de pregrado **en nuestro país en 2016, el 2,1% está en un programa a distancia y 0,6% en semipresencial.** En los últimos cinco años se aprecia un incremento de la matrícula total de pregrado en programas a distancia de **8.291 alumnos matriculados en 2012 a 24.659 en 2016.** Si el análisis se hace solo respecto de 2015, se observa que en 2016 el número de alumnos en programas a distancia creció 21%, es decir, 4.288 alumnos más que en 2015. Del total de carreras de pregrado que ofrece el sistema a 2017, los programas a distancia representan el 2,9%, y los semipresenciales el 1,7%.

Y aunque el número de programas o carreras en esta modalidad es bajo, si se analiza la evolución entre los años 2012 y 2016, se observa un alza importante en la oferta de programas a distancia, que pasa de 87 en el 2012 a 361 en 2016.



Rotter & Krauss

Conversamos con Manuel Bórquez, Jefe de Fidelización de Clientes y CRM en Ópticas Rotter & Krauss, sobre el marketing directo y digital y sus expectativas de entrar a la AMDD.

AMDD

Uno de los principales objetivos de Rotter & Krauss es siempre estar atentos a oportunidades que nos ayuden a mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes y creemos que ser parte de esta importante asociación, es un paso que apunta en ese sentido, junto con convertirse en una gran oportunidad en la certificación de nuestros procesos de relacionamiento con clientes.

Marketing Directo

Es parte fundamental del desarrollo estratégico en el área de relacionamiento con clientes. A través de CRM logramos comunicarnos de forma directa e inmediata con ellos, entregando información de valor a partir de un conocimiento integral que nos permite identificar, diferenciar y segmentar a cada cliente.

Beneficios del Marketing directo

Podemos medir el resultado de nuestras campañas y a partir de esta medición, gestionar los cambios para

que la estrategia de relacionamiento sea un éxito. La información que logramos obtener en cada punto de contacto con el cliente hace que un dato a través de un círculo virtuoso, se transforme en inteligencia.

Clientes y Estrategia

Buscamos llegar en el momento exacto con el canal de contacto ideal para cada uno de nuestros clientes. Hemos desarrollado estudios donde invitamos a los consumidores a dar su opinión sobre nuestra estrategia de marketing directo y los resultados nos sorprenden, tanto por el conocimiento de nuestras campañas, como por el valor que los clientes ven en lo que hacemos.

Autorregulación Código de Certificación

No basta con creer en que las cosas se hacen bien, respetando el derecho de nuestros clientes; también es necesario establecer pautas y buenas prácticas que nos permitan tener la certeza de que se hace un buen trabajo. 

NO ERES IGUAL TODOS LOS DÍAS

NECESITAS MÁS DE UN ANTEJOJO

POR LA COMPRA DE TU PACK PLATA
— LLEVA TU —

SEGUNDO PAR A
\$1

MEJORA TUS CRISTALES POR

\$30.000

PACK BRONCE

\$50.000

PACK PLATA

(DETALLE DE MEJORAS EN CRISTALES EN MENÚ PSV)

Promoción válida en tiendas R&K y corner Falabella del país. Por la compra de tu marco más cristales Alto Índice 1,6 o 1,67 asociados a la promoción. Lleva un cupón de descuento desde \$30.000 canjeable en un segundo par en marcos Seen (E358-E359) más cristales CR-39 blancos. Pregunta al vendedor por otros marcos y/o cristales con valor adicional. Cupón transferible y canjeable durante 30 días a contar de la fecha de emisión en la tienda de la compra inicial, canjeable en otro par de marcos más cristales, anteojos de sol con receta o audífonos. Cupón no entrega vuelto ni se canjea por dinero en efectivo. No acumulable con otros convenios, descuentos y/o promociones. Marcos de la imagen son referenciales. Código de promoción 9335

jumbo



Rodrigo Feller V, Subgerente Marketing Jumbo; Carolina Ramos, Buena Práctica; Michelle Bolomey, Product Manager Marketing Digital; Verónica Novoa, Ejecutiva Comercial AMDD; Carissa Ayala, Jefe Comercial CRM; Esteban Ruiz O, Jefe Área Contratos y Licencias Gerencia de Asuntos Legales Cencosud.

Proceso de Certificación:

Significa mucho para nosotros tener esta certificación, ya que demuestra que respetamos a nuestros clientes. Con respecto al proceso, aunque tuvimos que recopilar mucha información histórica, fue simple.

Claves de éxito:

Involucrar a todas las personas que participan en el flujo desde un principio.

Dificultades:

Buscar la historia de muchos mails y aprobaciones.

Buenas Prácticas de Marketing Directo y Digital:

Nos dimos cuenta de que si bien se pueden hacer cosas de mejor manera, hemos cuidado y respetado los intereses de los clientes en nuestras acciones y eso es lo principal.

Beneficios de la Certificación:

Te validas como un área que se preocupa de sus procesos. Para nosotros, cuidar el contacto con los clientes es fundamental y que internamente la empresa lo sepa aporta mucho.

ELIGE LA FORMA MÁS CÓMODA DE COMPRAR



COMPRA ONLINE Y TE LO ENVIAMOS A TU CASA



COMPRA ONLINE Y RETIRA TUS COMPRAS EN TU AUTO



COMPRA ONLINE Y TE LO ENVIAMOS EN 90'



COMPRA EN TIENDA Y TE LO ENVIAMOS A TU CASA



COMPRA VÍA TELÉFONO Y TE LO ENVIAMOS A TU CASA



COMPRA ONLINE Y RETIRA TUS COMPRAS EN TU JUMBO



COMPRA EN www.jumbo.cl

SERVICIO AL CLIENTE 600 400 3000



JUMBO.cl

paris



Sergio Mondaca, Subgerente CRM Tiendas por Departamento; Laura Al dayuz, Product Manager Senior Programas Especiales Paris; Verónica Novoa, Ejecutiva Comercial AMDD; Celeste Aristegui, Jefe Customer Insight Paris; Carla Brautigam, Gerente Fidelidad y CRM; Carolina Ramos, Buena Práctica; Esteban Ruiz, Jefe Área Contratos y Licencias Gerencia de Asuntos Legales Cencosud.

Proceso de Certificación:

Si bien el proceso de certificación es exigente, definimos esta actividad como prioridad en nuestra área de CRM, logramos recopilar todos los antecedentes solicitados y realizar todas las iteraciones respectivas en tres meses aproximadamente, lo que implicó un esfuerzo de todo el equipo entendiendo el valor de esta certificación con respecto a la legislación actual y futura.

Claves de éxito:

Una de las principales claves del éxito fue el trabajo en equipo con la empresa auditora, quien siempre nos acompañó aclarando dudas o especificando las solicitudes de información durante todo el proceso. Otro factor clave fue alinear a todas las áreas de Paris involucradas, las cuales colaboraron siempre en cada etapa de la certificación.

Dificultades:

Dentro de las principales dificultades estuvo recopilar todos los antecedentes legales históricos tales como

contratos, textos legales y procedimientos internos además de los alcances tecnológicos que involucra la certificación. Si bien estas tareas implicaron tiempo y dedicación, el contar con toda la compañía alineada nos facilitó bastante superar estos compromisos.

Buenas Prácticas de Marketing Directo y Digital:

Después de realizar este proceso contamos con una metodología mucho más robusta, sobre todo de cara a políticas y procedimientos que no estaban registrados en la compañía. Esto pensando siempre en cumplir con la legislación actual y futura en cada una de nuestras actividades de Marketing Directo.

Beneficios de la Certificación:

En primer lugar nos permitió conocer las normas generales que utiliza la industria del retail así como otras industrias del mercado, en cuanto al manejo de comunicación y datos de contacto de nuestros clientes. A su vez, nos permitió mejorar el registro de nuestros procesos internos para asegurar la confidencialidad de la información personal de nuestros clientes. [^](#)

ESCOLARES

2017

EN PARIS.CL ENCUENTRA UNIFORMES
ESCOLARES TODO EL AÑO!

easy



Carolina Ramos, Buena Práctica; Nicole Sansone, Gerente de Marketing Easy; Verónica Novoa, Ejecutiva Comercial AMDD; Rodrigo Hernández, Subgerente de CRM Easy; Carla Brautigam, Gerente Gerencia Fidelidad y CRM.

Proceso de Certificación:

Es una prioridad mantener un sistema robusto de manejo de información de clientes, con procesos controlados y estándares de seguridad elevados, hay una disposición para que el proyecto de certificación tenga éxito. El principal trabajo es el inicial, ya que requiere de un conjunto de reuniones con personas claves, lo que supone, que comprendan la relevancia de la certificación y que entreguen el apoyo necesario en términos de levantamiento de procedimientos.

Claves de éxito:

La colaboración de las distintas áreas que participan de procesos críticos que involucran información de clientes. Esto nos permitió llegar de manera eficaz a un diagnóstico de la situación actual, logrando detectar rápidamente oportunidades de mejora.

Dificultades:

La certificación requiere un grado importante de involucramiento de parte de la empresa para poder disponer de toda la información necesaria en cada uno

de los procesos que se revisan, lo que representa una dificultad, que se puede sortear en la medida en que se transmita correctamente la relevancia del tema en las diversas áreas involucradas.

Buenas Prácticas de Marketing Directo y Digital:

Al estar certificados creo que estamos en un buen nivel para enfrentar la realidad regulatoria actual, sin embargo tenemos oportunidades de mejora que estamos trabajando desde ya para poder implementar durante este año.

Beneficios de la Certificación:

La principal ventaja tiene que ver con el entendimiento y toma de conciencia respecto de la relevancia del correcto manejo y uso de información de clientes por parte de la compañía, especialmente de aquellas personas que dentro de sus labores tienen procesos que involucran manejo de datos de clientes, lo que implica mayor incidencia en el control y seguridad de la información. ▲



CUANDO
AMUEBLAS
TU CASA
la haces tuya



edgy



Juan Pedro García, Socio co-fundador de Edgy; Marlene Larson, Gerente General AMDD; Gonzalo Gil, Gerente General de Edgy.

Proceso de Certificación:

Fue un proceso exigente y muy completo, si embargo fluyó de manera eficiente debido a que fue muy bien conducido por los asesores de la AMDD, lo que nos permitió realizarlo sin grandes complicaciones. La guía y asesoría fue fundamental para sistematizar y desarrollar los elementos necesarios para aprobar la certificación.

Claves de éxito:

Por una parte la guía y conducción especializada que presta la AMDD y sus asesores expertos. Por la otra, el orden y la estructuración tanto de procesos como de metodologías de trabajo que en Edgy ya teníamos implementadas. Ello fue la base para implementar las mejoras sugeridas.

Dificultades:

Más que nada recolectar y sistematizar la información necesaria para poder demostrar que las buenas prácticas estaban presentes. El día a día es siempre muy intenso por lo que cuesta detenerse a analizar y organizar la documentación.

Buenas Prácticas de Marketing Directo y Digital:

Creemos que estamos en un muy alto nivel de cumplimiento de las buenas prácticas de la industria. La rapidez y facilidad con que pudimos cumplir con la certificación nos ratificó que estábamos en una buena senda, la cual pudimos optimizar y mejorar gracias a los consejos de la certificación.

Beneficios de la Certificación:

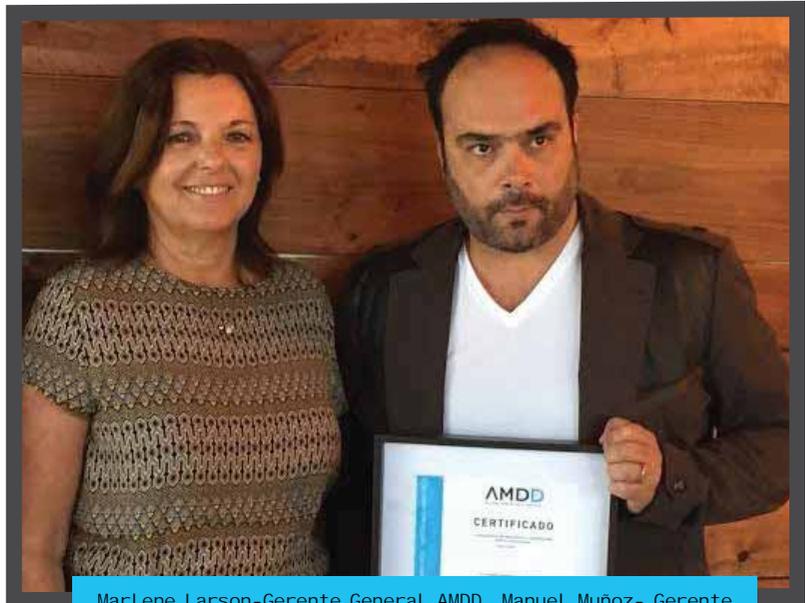
Estamos orgullosos de habernos certificado porque nos permite corroborar ante nuestros clientes que cumplimos con altos estándares de calidad, lo que finalmente los protege a ellos ante sus audiencias. Asimismo, el equipo se siente seguro acerca de que el trabajo que venimos realizando cumple con estándares de muy alto nivel. ⬆



ES MOMENTO DE DARNOS UN GUSTO.

BURBERRY	CH <small>CAROLINA HERRERA</small>	DOUCE & GABBANA
EMPORIO ARMANI	EMPORIO ARMANI CAFFE	Ermenegildo Zegna
GUCCI	JIMMY CHOO	LONGCHAMP <small>PARIS</small>
LOUIS VUITTON	MICHAEL KORS	MONT BLANC
OMEGA	POLO <small>RALPH LAUREN</small>	Salvatore Ferragamo
TIFFANY & CO.		TOUS
		

MDB



Marlene Larson-Gerente General AMDD, Manuel Muñoz- Gerente General MDB.

Proceso de Certificación:

En términos generales fue un proceso que significó dedicación extra al trabajo, demandante, pero fue de gran valor tener una agenda bien definida.

Claves de éxito:

Diría que una de las claves fue ser muy responsables con el proceso, también diría que un gran acierto fue seguir desde el primer momento las instrucciones recibidas por la empresa certificadora, tener una agenda muy clara y cumplir con los tiempos acordados.

Dificultades:

La dificultad fue asignar a un encargado o responsable del proyecto y de los procesos, esto porque la estructura de nuestra agencia es pequeña (25 personas) y somos una organización más bien horizontal.

Buenas Prácticas de Marketing Directo y Digital:

Estamos seguros que lo más importante es que la certificación te obliga a pensar en procesos de mejora continua y cuando eso además va unido al aprendizaje de las diversas, múltiples y nuevas formas de comunicación con el consumidor se hace indispensable ser gestores y actores de un mejor y más responsable marketing permanentemente.

Beneficios de la Certificación:

Sin duda que la certificación tiene un impacto interno y otro externo. En la interna los procesos favorecen el orden y ese es un beneficio muy concreto. También mencionaríamos que tiene un positivo impacto frente a los clientes y la industria, siendo una muestra inequívoca del interés de la agencia en querer hacer mejor las cosas. 

Decide qué
canjear
con un **click**



Canjea desde 1.000 puntos ingresando a puntoscencosud.cl y revisa todas las alternativas que tenemos para ti.



Viajes, estadías y programas.



Cine, restaurantes, entretenimiento, peluquerías y Spa.



Productos para el hogar, niños, tiempo libre y electrónica.



Descuentos en belleza, vestuario y mucho más.



**Luis Hidalgo
Pottecher**

Partner DeCV&Partners,
Feelings, Emotions and
People Performance
www.decastrovillanueva.com

EL FUTURO DE LA TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS

¿Cuál es tu visión acerca del cambio que ha vivido la gestión de personas y talentos en la última década?

La gestión de personas y talentos se debate entre tecnología o personas, sin que los profesionales entiendan que puede haber tecnología con un trato cada vez más personalizado. RRHH debe ser el impulsor de la gestión experiencial para dar a cada generación lo necesario para engancharlos.

¿Cómo ha influido el desarrollo tecnológico en este cambio?

Estamos en ello. Lo increíble viene ahora con el uso de Big Data al campo humano. El futuro es un software que proponga decisiones según los datos que los empleados proporcionan a través del uso de internet y webs en la empresa. Gestionaremos mejor los riesgos, pero el problema es que algunas demorarán.

¿Qué hacen las empresas para vivir de forma más profunda este cambio? ¿Y las personas?

Las empresas grandes están creando posiciones nuevas, el tema es si el CEO y el equipo de dirección creen en la transformación digital plena. Muchas empresas no notan que casi el 40% son empleados nativos digitales y que aumentará al 50%. Esto provocará cambios o desaparición.

¿Hay diferencias notorias en las distintas generaciones a la aceptación del cambio? ¿Tienen ventaja los nativos digitales y/o millennials?

Se dio un choque generacional entre CEOs mayores que dependen de la secretaria v/s nativos digitales jugando en la nube desde cualquier parte.

¿Con que frecuencia se ven casos de trabajo digital? ¿Existe alguna industria que lleve la delantera en este desarrollo?

La tecnología y su industria van a mil km por delante de otras, cada vez influye más en otras partes, el problema de algunos países es que los sectores son muy endogámicos y por ello no hay transferencia de conocimiento diferente de un sector a otro.

¿Cómo visualizas la gestión de personas para los próximos 10 años en las economías desarrolladas?

Ocurrirá que habrá clusters de zonas e industrias donde se aplicará la tecnología a la gestión de personas y otras tendrán sistemas obsoletos y gestionarán de forma menos sofisticada y más lineal. El futuro está en unir tecnológicamente el trabajo y la vida, donde se colabore con personas en diferentes países y se pueda trabajar, sin viajar, en 3D. Está en saber cómo se siente un colaborador siempre para poder apoyarle y fidelizarle. La tecnología unirá distancias y el big data dará previsiones y análisis de decisiones inimaginables. 



EDUCACIÓN DIGITAL

PARA TODO Y PARA TOD@S

La **irrupción de las TICS (Tecnologías de la información y la comunicación)** desde la última parte del siglo XX, ha permitido que la educación cambie sus paradigmas tradicionales. Los nuevos objetivos apuntan a la adquisición de competencias y habilidades para aprender a instruirse, tanto a nivel de profesores como de estudiantes, lo que se transforma en un proceso de formación permanente.

Mirando hacia el futuro, son varios los estudios que describen cómo será la educación al incorporar las nuevas tecnologías de pleno. Tal como se aprecia en la siguiente infografía realizada a partir de un estudio de **Rooter (empresa de consultoría especializada en tecnología, medios y telecomunicaciones)** y la doctora Covadonga Rodrigo, del departamento de Lenguajes y Sistemas informáticos en ETSI Informática en la UNED.

De ella se desprenden lo que denominan en el estudio **“10 claves para el futuro de educación digital”**, siendo **las principales y las más aplicables a nuestra realidad las siguientes:**

Gracias a la conectividad global, los nuevos modelos y formatos de e-learning van a revolucionar la educación universalizando el acceso al conocimiento de calidad.

Uno de los **G.A.F.A. (Google, Amazon, Facebook, Apple)** probablemente liderará e impondrá la plataforma tecnológica educativa de referencia.

Por educación digital se entiende la educación presencial y a distancia que hace uso de las tecnologías digitales.





Se están desarrollando modelos educativos cada vez más basados en la analítica e interpretación de datos (learning data), lo que permitirá generar desde nuevos modelos de negocio a sistemas de recomendación más eficientes.

El desarrollo de nuevos cursos y contenidos tiene cada vez más una mayor orientación a mercado, con contenidos a la carta y se reducen y optimizan los tiempos formativos.

El profesor dispondrá de mayores herramientas y capacidades de autoedición, incrementándose la calidad, los contenidos audiovisuales, el m-learning, las gamificaciones y el uso del cloud.

Las dinámicas formativas son cada vez más colaborativas, de ámbito internacional (**globally distributed virtual teams**) y continúan ex post mediante comunidades online de Alumni más complejas.

El papel del docente tendrá nuevos roles. Aparecen nuevos perfiles profesionales en el mundo de la educación (**curador de contenidos, Tuto 2.0, facilitador digital, Content Project Manager**).

En esta misma línea, la Fundación Orange acaba de presentar un estudio en España donde se habla de la transformación digital en el sector de la educación y analiza el proceso de transformación digital en el ámbito educativo sobre la base de cuatro ejes estratégicos: **Cloud, Mobile, Internet de las Cosas y Social**, de los que se destacan una serie de buenas prácticas y casos de éxito cuyo nexo común es la innovación.

Profundizando en el estudio, resulta del todo interesante conocer cuáles serán las tendencias que regirán esta transformación que ya comenzó.

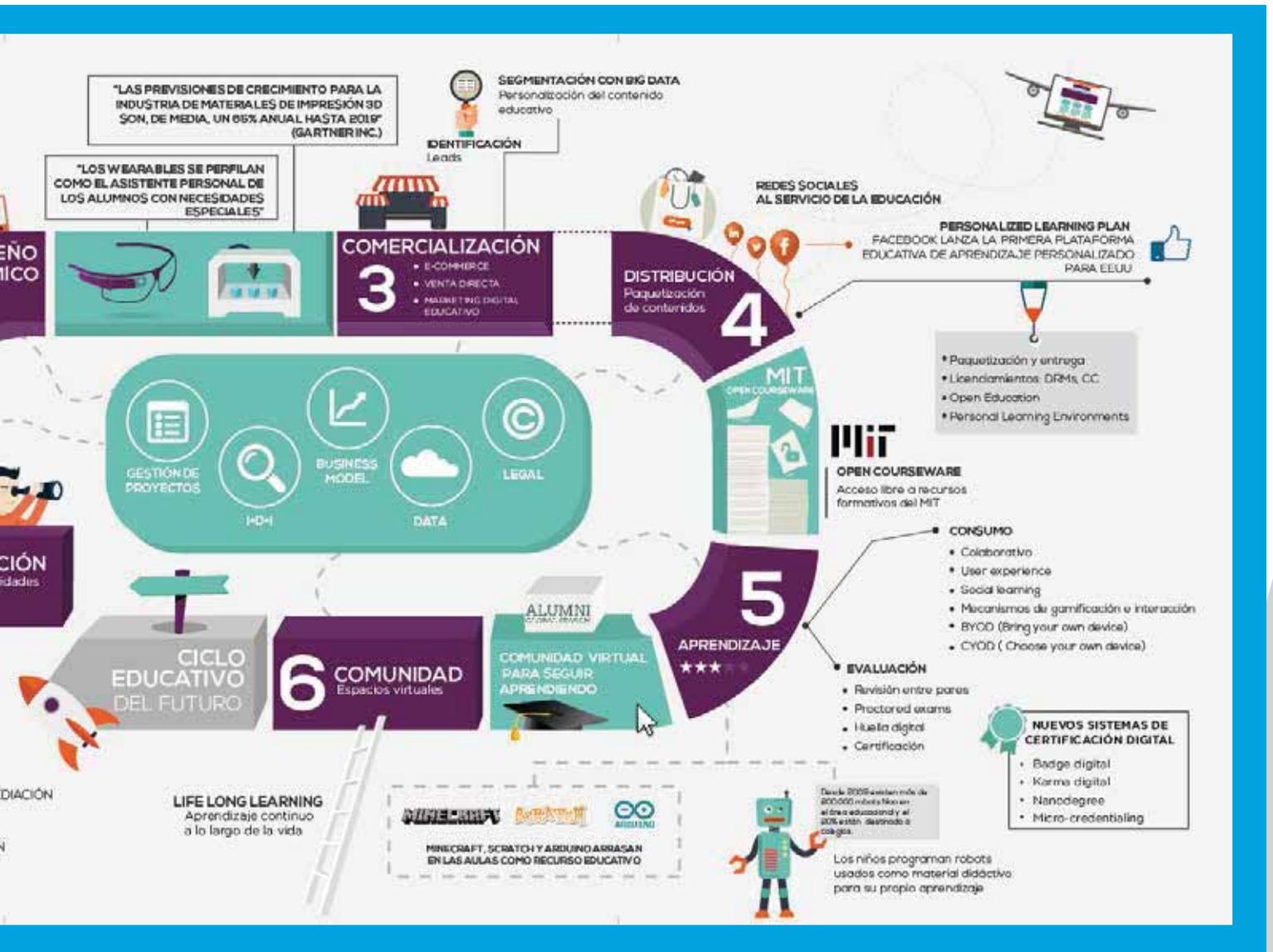
En primer término, se menciona que la hibridación tecnológica y metodológica suponen un cambio disruptivo en la educación, pero no se trata solamente de que este cambio permita aprender más y mejor. La clave es que incida en la experiencia del alumno, que se encuentre cómodo con una metodología y tecnologías que le estimulen y le animen a seguir el proceso de aprendizaje en un entorno multicanal.

La educación móvil o educación ubicua, denominadas en inglés como m-learning y u-learning son dos conceptos que marcan una tendencia en esta transformación y que dejan al e-learning como un concepto ya tradicional y casi obsoleto. Podemos estudiar a través de Internet, pero además podemos

“Podemos estudiar a través de Internet, pero además podemos hacerlo en cualquier sitio y en cualquier momento”

hacerlo en cualquier sitio y en cualquier momento. En esto se incluye la entrada de los dispositivos en el aula, que bajo las siglas **BYOD (bring your own device)** se refleja como otra de las tendencias reconocibles, en esa conexión con contenidos cada vez más visuales e interactivos. Por otra parte, el uso de objetos inteligentes o *wereables* para el aula o fuera de ella, permite crear una entramado de datos a lo largo de todo el proceso educativo. Unos datos cuyo análisis posibilita interactuar con distintos agentes del sector para poder crear nuevos productos o servicios. Todo ello gracias a las tecnologías de big data y learning analytics, que permiten hacer uso de la información que genera el alumno en sus actividades educativas online. Ahora la enseñanza se personaliza de forma más precisa.





Sobre lo anterior, Cristina Fariña, Magíster en Diseño Instruccional y Magíster en Currículum y Comunidad Educativa, con especializaciones en el área de aplicaciones del Diseño Instruccional en el E-learning y gestión de Sistemas de Aprendizaje, dice que “los modelos de aprendizaje deben encajar con las diferentes situaciones y ambientes en que las personas están aprendiendo. Por ejemplo, asociamos cada vez menos el aprendizaje a un centro formal de educación y si de igual modo debemos concurrir a él, somos menos tolerantes a aprender algo que no nos interesa, o no considera la riqueza de los entornos informacionales y multimediales a los que estamos acostumbrados”. Al mismo tiempo Fariña alude a que “estos contextos omnipresentes en los que ocurre el aprendizaje, no tienen puntos específicos de inicio y final. El aprendizaje es continuo, ya que está sucediendo siempre y en cualquier momento. Mientras que nuestro concepto de la enseñanza suele acotar el aprendizaje en retazos. Esos segmentos cronológicos, tienen sentido para las instituciones, pero no encajan con la naturaleza de cuándo y cómo sucede el aprendizaje en el mundo real”.

“El aprendizaje es continuo, ya que está sucediendo siempre y en cualquier momento”

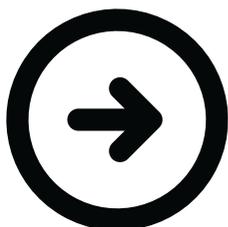


“WOW Room un concepto de aula que aporta al alumno una experiencia educativa completamente nueva”

Siguiendo con el estudio de tendencias de **EVOCA**, los entornos virtuales de aprendizaje y redes sociales son muy prácticos para actividades formativas, ya que facilitan la colaboración. Aparecen como dos modelos en auge las redes sociales educativas sin ánimo de lucro, que facilitan la comunicación entre los agentes del sistema educativo; y unos marketplaces que buscan consolidar su modelo de negocio ofreciendo entornos virtuales de aprendizaje con todo tipo de formación, contenidos y materiales.

Los ya conocidos **MOOC (massive open online course)** continúan su hegemonía en este entorno digital debido a su gran oferta temática, la facilidad de acceso y su gratuidad.

Por otro lado, la formación inmersiva, comienza a crecer, gracias, en parte, al abaratamiento del costo de los dispositivos y plataformas de realidad virtual que impulsan productos y servicios en esta línea. Ejemplo de ello es **“WOW Room un concepto de aula que aporta al alumno una experiencia educativa completamente nueva”**, afirma Jolanta Golanowska, Directora de Learning Innovation de IE. **“Es una experiencia más colaborativa y participativa que facilita una mayor inmersión de los alumnos en programas de formación online”**. WOW Room, siglas que responden al concepto ‘Window on the World’, es un espacio físico ubicado en el campus de IE en Madrid. Cuenta con 48 pantallas que componen un tapiz digital de 45 metros cuadrados con forma semicircular, replicando el aspecto del auditorio de un aula convencional. Está equipado con ordenadores de última generación, proyectores holográficos y **servidores SyncRTC** que permiten llevar la video colaboración a un nuevo nivel en el ámbito de la formación, facilitando la interacción no solo entre el profesor y sus alumnos, sino también entre estos últimos.





Por último, la cultura maker, que promulga espacios de innovación digital en los que la robótica, la impresión 3D o la programación son las “asignaturas” más conocidas. Esta cultura no solo ofrece un ámbito de aprendizaje colaborativo en espacios alternativos, sino que cada vez más, también se incluye en las propias aulas. ▲





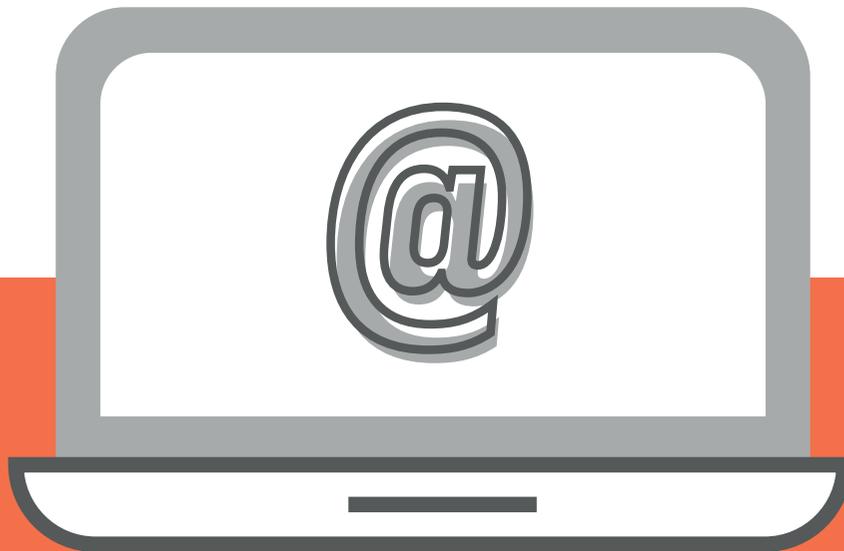
Ventajas

1. Reduce costos porque evita el desplazamiento.
2. Permite mejorar el desarrollo académico y profesional de los adultos y favorece la retención de información.
3. Otorga contenidos actualizados y la continua supervisión de tutores.

Desventajas_

1. Como no hay una comunicación constante entre el tutor y el alumno, se crea desconfianza en aspectos como el proceso de aprendizaje y evaluación académica del estudiante.
2. Aísla a la persona.
3. Algunas instituciones que imparten formación online no cuentan con la tecnología para un proceso efectivo.

Estudiar Online



Ventajas_

1. Se puede trabajar tranquilo solo con el computador y evita los traslados estresantes. Lo que ahorra dinero en locomoción y comida.
2. Si alguien no puede trabajar debido a una discapacidad física, esta opción le sirve porque desarrolla la capacidad del conocimiento mental y no le obliga a cumplir horarios y si te va bien, puedes descansar sin tener que pedir permiso.

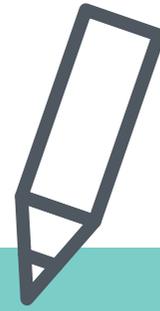
Trabajar Online



Desventajas

1. No se logra una plena estabilidad trabajando por Internet porque no se gana dinero inmediatamente.
2. Aísla del mundo porque solo se está en frente de un computador y significa largas horas frente para saber qué y cómo funciona. Y se debe considerar que se hará todos los días lo mismo con el fin de cumplir objetivos.

Educación_Digital



1. ¿Ha ayudado a democratizar más la educación los programas dictados por e-learning?
2. ¿Cómo valoran los estudiantes la flexibilidad de los programas? ¿Semi presencial? ¿100% online? ¿Es una variable relevante al momento de elegir una opción?



Daniela Cabrera

Consultor e-learning.
Especialista en
Entornos Virtuales de
Aprendizaje.

1. Si han ayudado, como antes lo hicieron otros medios tecnológicos utilizados en los procesos educativos. Habría que evaluar si éstos, usados hoy para los procesos formativos e-learning, se han popularizado como para llegar a estratos menos favorecidos de la población.

2. La flexibilidad está asociada a su capacidad de autogestión del tiempo. Mientras más posibilidad tenga para gestionarlo, el estudiante preferirá un curso 100% online. Así combina actividades diarias con la modalidad elegida para su formación y mientras menos capacidad tenga, le gustará el componente presencial que le anime a cumplir.

1. Sin duda. Ha facilitado el acceso al estudio a personas que trabajan por necesidad económica y a aquellos que necesitan actualizarse en sus profesiones. Ofrecen opciones que se acomodan a sus horarios disponibles. Esto ocurre tanto en el campo tecnológico como en el profesional.

2. Depende del aspecto tutorial que ofrezcan los programas 100% online. Si usan recursos tecnológicos para compartir tiempo con colegas del mismo programa y cuentan con el apoyo en línea de consultas y tiempo compartido con sus instructores, pueden ser muy aceptados porque compensan las ventajas de los cursos semi presenciales.



Fernando Gómez C.

Director para Cali
V&A Consulting Group.
Socio y Director General,
Contenidos Educativos Online
Colombia y Perú.

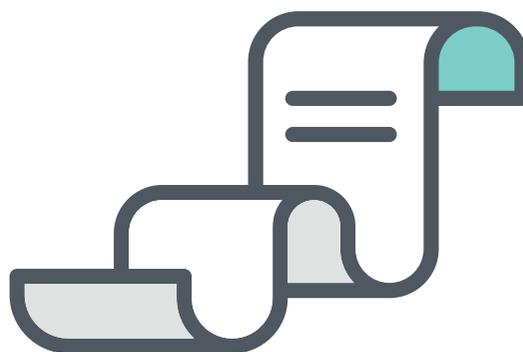


Isis Monagas

Asesoría, E-learning,
Formación y Desarrollo
Organizacional Telefónica
Educación Digital.

1. Ha apurado el paso, abriendo espacios para ponerla a disposición de todos. La tendencia de los cursos masivos, abiertos y online (MOOC) ha cobrado fuerza, generando confianza de instituciones privadas que han salido de la zona de confort, sumándose a la entrega del conocimiento gratuito.

2. Un estudiante e-learning posee un perfil que valora la flexibilidad como algo sustancial. Busca autonomía en el progreso, en sus itinerarios de aprendizaje y libertad de tiempo, conexión y ubicación geográfica. La semipresencialidad es una alternativa válida para algunos sectores, aunque amerita sacrificar, en cierta medida, la preciada flexibilidad.



Gerardo Barros

Director Diseño,
Desarrollo e Impartición
Online U. Andrés Bello.

1. Absolutamente porque elimina las barreras del espacio geográfico, permite la continuidad de estudios o profundizar en materias o competencias profesionales en todo el mundo y el compatibilizarlos con los tiempos laborales, familiares y personales.

2. En el caso de pre grado presencial, la experiencia de cursos online se valora como un complemento que enriquece la experiencia formativa. La valorización de la flexibilidad de estas metodologías depende de los perfiles sociolaborales de los alumnos. Se debe considerar propuestas semipresenciales, híbridas y 100% online.





Paulo Volante B

Académico de la Facultad de Educación UC
Creador plataforma Liderazgoescolar.uc.cl
Doctor en Psicología UC.
Magíster en Administración de Empresas (MBA-UC).

1. En la UC han aumentado los participantes en términos de ubicación geográfica, de su nivel de calificación inicial y de sus intereses. Hoy no hay barreras para participar de una experiencia formativa online. Un ejemplo son los MOOC y su principal requisito: la automotivación y persistencia.
2. En liderazgoescolar.uc.cl, hemos generado muchas opciones de programas, podemos llegar a cualquier perfil de usuario, desde experiencias 100% online, hasta “simulaciones” con talleres personalizados. Hemos comprobado que distintas modalidades logran similares resultados, garantizando la calidad del aprendizaje independiente del tipo de formación.



Tómate un respiro en marzo y disfruta la **aventura** que siempre quisiste vivir.

Pide tu
Crédito de Consumo
en Scotiabank con hasta
6 meses de gracia⁽¹⁾

Participa por 1 de los 10 premios de

1 **año gratis**
sin pagar
cuotas⁽²⁾



Pídelo hoy en scotiabank.cl,
en nuestras sucursales
o llamando al 600 4000 800.

 **Scotiabank[®]**

(1) Hasta 6 meses de gracia para Créditos de hasta 60 meses plazo (2) Sorteo de 10 premios que consisten en pagar las primeras 12 cuotas consecutivas de Créditos de Consumo nuevos, se excluyen refinanciamiento o reprogramación. Monto máximo de pago de cuota mensual es de \$300.000. Monto mínimo de Crédito de Consumo para participar del sorteo es de \$4.000.000. Fecha del sorteo 11/04/2017. Bases de la promoción en www.scotiabank.cl y protocolizadas en Notaría Antonieta Mendoza Escala con fecha 13 de febrero de 2017. La entrega del premio es de exclusiva responsabilidad de Fidelis y sin responsabilidad de Scotiabank Chile en la entrega y atención que demande. Promoción válida desde el 20/02/2017 y hasta el 31/03/2017. Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbf.cl. © Marca Registrada de The Bank of Nova Scotia, utilizada bajo licencia.



Victoria Medina B.

Jefa de Tecnología y Diseño
en TIC'S Educación
Centro de Innovación en Educación
Fundación Chile.

1. Sí, permiten acceder a conocimiento y herramientas, independiente de las barreras geográficas, además de la ventaja de acceder en cualquier momento y lugar, más si es gratis, como es el caso de los cursos en online de EducarChile, los que permiten superar barreras socioeconómicas para acceder al conocimiento.

2. Según el estudio realizado a docentes por EducarChile el 2016, el 65% prefiere capacitarse a través de cursos online por la flexibilidad del formato y porque pueden ir a su ritmo. Esta variable es importante hoy por el poco tiempo disponible y la necesidad de actualizar conocimientos.



Washington Arís

Master of Sciences (University of Tennessee), especialista en gestión de Educación Superior y de Educación a Distancia - Profesor Universidad UNIACC.

1. Las metodologías del e-learning representan una oportunidad de aprendizaje para gente que cruza por diferentes etapas de vida. Esta plataforma es un estratégico puente para la formación continua y resulta motivador y altamente formativo participar en una sala de clases virtual con alumnos que están a lo largo del país.

2. La ventaja de la web es que permite flexibilidad. Muchas universidades ofrecen 3 niveles de incorporación de lo digital en lo docente: el bi-learning, programas semipresenciales y el 100% online. Esto permite a cualquiera poder estudiar.

Trabajo_Digital

1. ¿Qué paradigmas se rompieron cuando el teletrabajo por una parte y el trabajo digital pasaron a ser opciones reales de las empresas?
2. ¿Qué ventajas competitivas generan las empresas que han implementado el trabajo digital en sus operaciones?



Alexis Apablaza C.

Master en Comunicación Empresarial
Universidad de Barcelona I L3. Consultor
en Comunicación Digital agencia Webiz
PR Barcelona.

1. Han facilitado el “don de la ubicuidad”. El acceso a conexiones de internet y transferencia de datos cada vez más rápidas, permiten estar en distintos lugares al unísono. Esa experiencia online mediante herramientas como Skype, Wsp o telefonía IP, permite relaciones laborales continuas.
2. Hay más oportunidades de generar un valor diferencial para cada organización como la Internacionalización. Si una empresa opera en el extranjero y digitaliza procesos, le ofrece instantaneidad, bajo costo y fidelización interna.

Eduardo Castillo

Editor de Internet CHV Noticias-CNN Chile.

1. Creo que la flexibilidad laboral -sea teletrabajo u otra- demostró que no se pierde productividad o que la gente va a “sacar más la vuelta”. Son buenas las iniciativas que incentivan al trabajador. Hoy la tecnología a nivel de software, comunicación e incluso rendimiento, permiten que esto se masifique.
2. Velocidad de respuesta, mayor compromiso de los trabajadores con su empresa y de ese modo disminuir el éxodo laboral que siempre impacta en los costos de una compañía.



Ignacio Pérez Tuesta

Director Escuela de Periodismos UDLA
Director Radiosport.cl



1. Aún no se rompen totalmente. Vemos empresas donde la productividad es estar 8 horas sentado en el escritorio provocando bidireccionalidad negativa. Cada vez hay más empresas que están aplicando el teletrabajo. El jefe debe pasar a ser un líder y un facilitador. Los trabajadores deben asumir mayores responsabilidades y no reaccionar bajo un látigo.

2. Con la cultura de la confianza se lograrán objetivos más rápido y con mayor calidad. Trabajar por metas y no por horario mejora la productividad y baja costos operacionales. Quienes tengan la posibilidad de trabajar online, ahorrando traslados, comparten con su familia, tienen espacios de ocio. Cuando hay gente contenta, desarrollada y tranquila trabajando, es indudable que es una ventaja feroz.

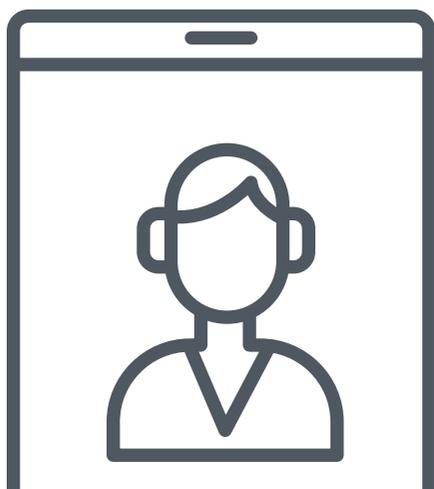
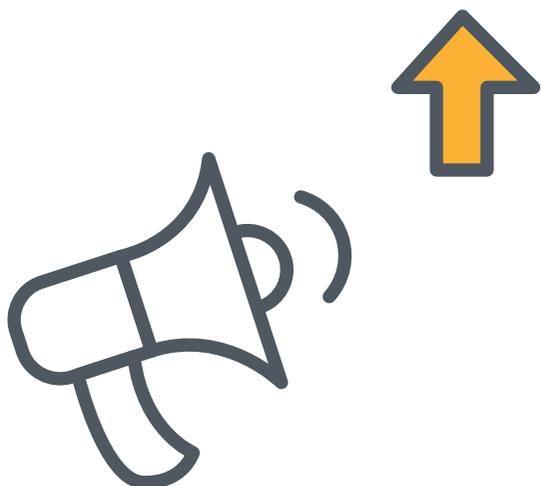


Daniel Guajardo

Periodista Consultor SEO, experto en Google Tag Manager, Google Analytics y GSC. Certificado en Google Analytics y Google Adwords. Desarrollador Web (PHP/HTML5/CSS/JQuery).

1. El mirar el horario como un factor determinante del rendimiento. En un modelo de teletrabajo, una persona puede acomodar su tiempo en función de sus necesidades y obligaciones para cumplir con sus tareas en el plazo asignado; y esto requiere organización y responsabilidad, que son las dos competencias base del trabajador a distancia.

2. El fortalecimiento del orden y la estructura de los procesos en la empresa: el teletrabajo obliga a ser ordenados, organizados, usar plataformas para compartir información y editar en grupo, como Google Drive; pero también se hace necesario salir del modelo de “trabajo bajo presión”, que es un eufemismo para “improvisación”.



Juan Carlos Camus

Periodista y profesor de Contenidos Digitales en distintas universidades.

1. Aunque el teletrabajo aún no es adoptado como una opción valorada más allá de una solución para casos puntuales, su aporte es permitir que buenos profesionales puedan ayudar al desarrollo de una empresa sin que la distancia o desplazamiento sea un obstáculo. Hay que atreverse.

2. La principal es la flexibilidad para enfrentar situaciones diarias y la capacidad de cumplir con objetivos complejos, contando con personas interesadas en hacer aportes valiosos, ya que están contentas de poder trabajar desde donde estén. Profesionales y técnicos contentos son claves para apoyar y generar soluciones creativas que cumplan con lo que empresas y clientes esperan.



Luis Marambio Ibarra

Director de Futbol Sites.net y Cofundador de RedGol.cl

1. Primero, el clásico del trabajador marcando tarjeta. Dejó de ser controlado de manera presencial por un jefe. Acá tiene más libertad, solo tiene la supervisión de sí mismo y sus resultados. Es una muestra de confianza que evalúa al trabajador por su desempeño y no por las horas sentado en el escritorio.

2. Lo fundamental es el valor que le otorga el trabajador a esto. Genera un compromiso con la empresa porque le evita el estrés de movilizarse. En Chile el empresario valora poco al trabajador y con la opción digital, éste se siente más comprometido y finalmente, hace mejor su pega.



En un Crédito de Consumo, los seguros no son obligatorios. ✓

Recuerda informarte siempre y evaluar la cobertura que entrega cada uno de ellos. ✌️ ✓

Eddu

Te da consejos para cuidar tu plata

Conoce más en edduteayuda.cl



Vladimir Huber

PhD en Psicología y Educación (c),
capacitación Sistema Huber, Massachusetts
Institute of Technology.

1. Se abrieron varias oportunidades: que personas con diferentes capacidades pudieran trabajar desde su casa; ahorro de combustible, contaminación y tiempo, al no haber desplazamientos físicos; madres pudieron cuidar a sus hijos y trabajar a distancia; se aumentó el ingreso familiar al abrirse el campo laboral a personas que antes no trabajaban por distintas razones.

2. Se les han abierto posibilidades de incluir entre sus colaboradores a personas valiosas, que no podían viajar diariamente, enriqueciendo el contenido del grupo laboral. Ahorro de costos en metraje cuadrado porque no están todos presentes. Hay una cultura y gestión moderna en la organización.



Marcelo Saavedra

Ex productor ejecutivo
en CNN Chile

1. El paradigma que la presencia de un trabajador en la oficina era un elemento indispensable para la productividad y que la asistencia era siempre necesaria. También se eliminan los gastos de tiempo en el traslado, que en una ciudad como Santiago son cada vez mayores.

2. Principalmente el gasto de tiempo en traslados y en la implementación de estaciones de trabajo para todos los funcionarios. Hay un ahorro que permite invertir esos recursos en otros ítems. En el caso de los vendedores en terreno se privilegian las metas más que las horas en las que está en la oficina.



TU TARJETA DE SOCIO, SIEMPRE CONTIGO.

Desde el 1 de abril las tarjetas del programa
LATAM Pass serán 100% digitales.

-  Descarga la App LATAM Airlines
-  Inicia tu sesión
-  Encuentra tu tarjeta
en la sección LATAM Pass



Descarga la App desde App Store o Google Play.



SOCIAL MEDIA^x

DEL MUNDO REAL AL VIRTUAL

UN CAMBIO QUE FAVORECE AL PEQUEÑO EMPRESARIO

La publicidad está dando el salto del mundo real al mundo virtual a una velocidad vertiginosa y este cambio no hace más que favorecer al pequeño empresario, abre todo un mundo de oportunidades jamás antes imaginadas y crea un escenario bastante interesante de cara a un futuro que ya está aquí.

Un video de un famoso volcando sobre sí mismo un cubo de agua helada que se vuelve viral, un tweet de un pequeño artista que lo difunde un cantante o la foto de una top model con unas zapatillas que compró en una pequeña tienda, son ejemplos del nuevo marketing viral que está al alcance de todos.

Pero ¿y por qué el pequeño empresario no lo aprovecha?...

Cualquiera puede tener presencia en Internet. Actualmente existen herramientas que permiten de forma muy sencilla crear una página Web. Todos tenemos un conocido, entiéndase por tal a un hijo, una sobrina o cuñado que sabe de redes sociales (en este caso “saber” se limita a tener una cuenta en alguna red social y publicar unos cuantos selfies) y en muchos casos esto es lo que hace el pequeño empresario, se limita a tener presencia, pero es muy diferente hacer acto de presencia en una fiesta, que convertirte en el alma de la misma.

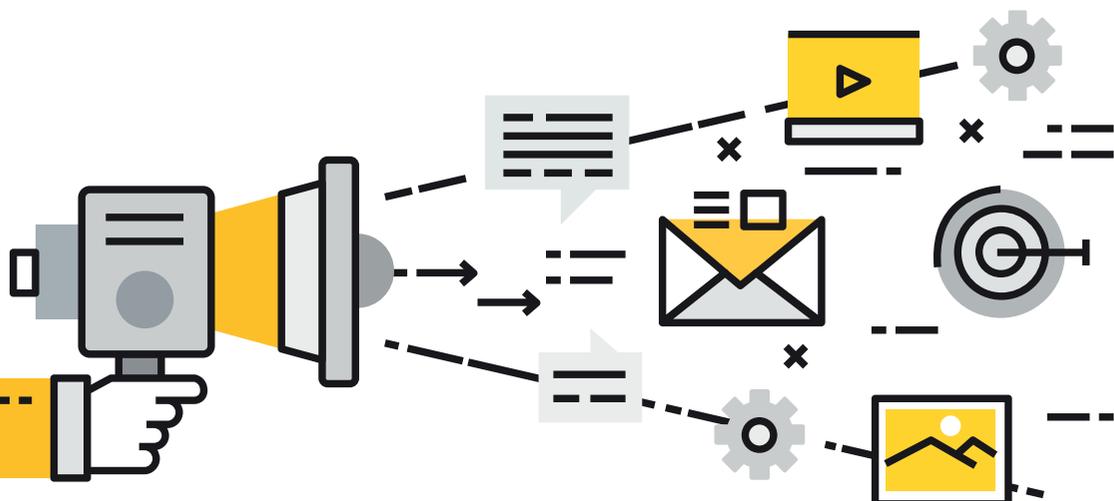
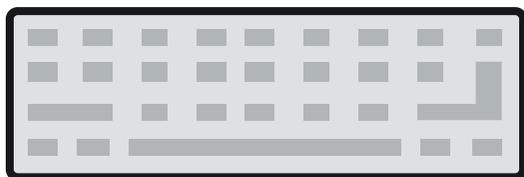
Por tanto, el panorama de la comunicación ha cambiado con las redes sociales, pero quien está reticente al cambio es el pequeño empresario, muchas veces por el poco tiempo, otras por falta de conocimiento y otras por una mezcla de ambas, ya que en este caso no podemos hablar de falta de presupuesto, pues una campaña efectiva en Facebook puede llegar a costar mucho menos de lo imaginado.

En este caso se trata de ser nuestra propia esencia, el ser humano es una criatura creativa y adaptable, así que no es más que eso lo que se debe hacer, adecuarse y utilizar la creatividad para hacer crecer tu negocio. [^]



Nel son Molero

Founder & CEO Bi social
www.bi social . me



HUMANIZANDO LA MANO DE OBRA

Ezequi el Arsal ani an

Director Ejecutivo de Accenture
Interactive Hispanoamérica.

La fuerza laboral está cambiando. Con los avances en la colaboración y en medios sociales, la tecnología da accesibilidad desde cualquier lugar, lo que se transforma en flexibilidad laboral y aumenta hasta en un 25% la productividad.

Conversamos con **Ezequiel Arslanian, Director Ejecutivo de Accenture Interactive Hispanoamericana** acerca del tema:

1. ¿Cuáles son los cambios que ha provocado el desarrollo digital en la fuerza laboral, en los equipos?

El cambio más profundo es social. La relación de las personas con el trabajo cambió para siempre. Hay una “re significación” (positiva) del sentido de vivir y que va a seguir evolucionando. En la nueva economía digital está surgiendo una fuerza laboral que termina con las estructuras arcaicas, donde la gente tenía un trabajo específico dentro de una organización, para pasar a plataformas de modelos a demanda, lo que entrega a las personas oportunidades para trabajar en diferentes tareas y temas.

Avances tecnológicos como la inteligencia artificial, asistentes virtuales y aparatos inalámbricos están transformando el mundo laboral, ya que la tecnología llegó para equilibrar la relación persona/empresa. Las compañías lo saben y por eso en el reporte de Accenture, TechVision, 85% de ejecutivos a nivel mundial planea aumentar la contratación de freelancers el próximo año.

2. Uno de los cambios que se mencionan en el estudio es el quiebre de las jerarquías en las organizaciones ¿Cómo ha contribuido el desarrollo digital a que se dé esto?

El desarrollo digital es fundamental, ya que por ello, los ambientes de trabajo son cada vez más flexibles y colaborativos. La irrupción de la tecnología ha democratizado el conocimiento, básicamente por el acceso a la información. Por esto, las jerarquías tal cual conocíamos, tienden a desaparecer, porque hoy el que más sabe no siempre es el “Jefe”. El nuevo liderazgo es horizontal, el trabajo de equipos de alto desempeño se construye con colaboración continua y el fundamento esencial en ambos casos, es el conocimiento, no la posición.

3. ¿Cómo la fluidez digital de las personas ha hecho disminuir la brecha de género en el trabajo?

La tecnología tiene un rol fundamental para cerrar la brecha de género en el mundo laboral. En primer lugar, porque la tecnología es el futuro y por lo tanto, las mayores oportunidades laborales se centrarán en esa área. Por otra parte, la tecnología permite a las mujeres compatibilizar mejor su vida familiar y laboral. De acuerdo con el reporte de Accenture “Getting To Equal”, al ritmo actual de adopción digital, las naciones en desarrollo alcanzarán la igualdad de género en el mundo laboral en 2100. Sin embargo, si se dobla la velocidad de adopción digital podrían alcanzarla 40 años antes. 

VIDEO

LEARNING

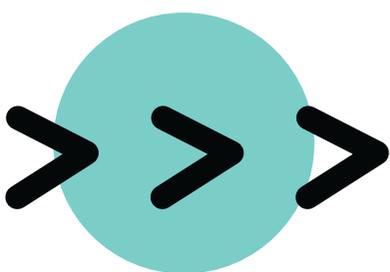
aprende a tu ritmo

Jesús Castillo

Co-Fundador - Gerente
en Distrito C -
Capacitación Digital.

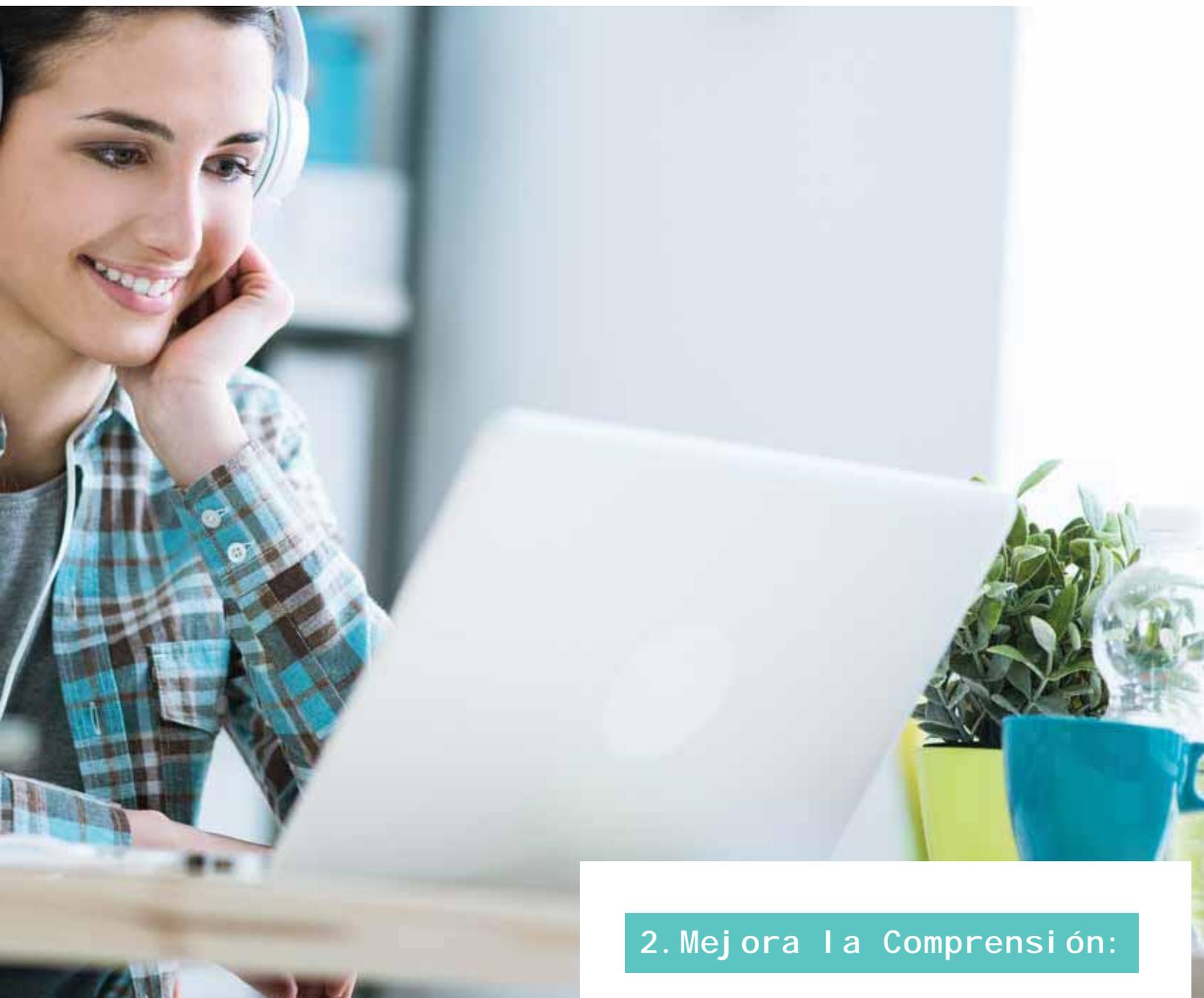
Sin duda, la manera que consumimos contenido ha cambiado de una forma radical en los últimos años. Quizás el mejor ejemplo es cómo vemos hoy televisión. Gracias a Netflix y a YouTube vemos **lo que queremos, cuando queremos y donde queremos.**

Este fenómeno también llegó a la educación a través del Video Learning. En agosto del 2004 Salman Khan empezó a impartir clases de matemáticas a sus sobrinos a través de videos que subía a YouTube; su éxito fue tal, que además de sus sobrinos, obtuvo una gran cantidad de seguidores que lo animó a fundar Khan Academy, plataforma que tiene más de 100 millones de usuarios y más de 10.000 videos de diversas materias y traducidos a 36 idiomas.



Las principales ventajas del Video Learning es que ajusta a los diferentes estilos de aprendizaje.





1. Somos visuales:

Se estima que recordamos solo el 10% de lo que escuchamos, 30% de lo que leemos y 80% de lo que vemos. Como dice Chris Anderson de Ted Talks, “En realidad es más rápido leer que ver. Pero en un video hay un componente visual además del relato, es mucho más que solo palabras lo que se está transmitiendo. En esa parte no verbal hay algo de magia. En algún lugar oculto en los gestos físicos, la cadencia de la voz, las expresiones faciales, el contacto visual, la pasión, etc.”

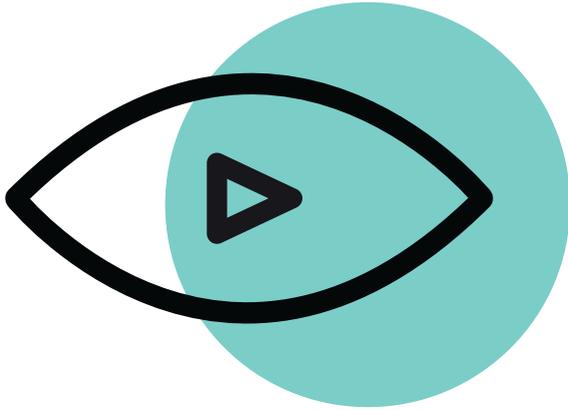
2. Mejora la Comprensión:

Muchos estudiantes, o la mayoría, olvidan mucho de lo que escucharon en una clase presencial. Pensaron que lo habían entendido y cuando llegan a casa se dan cuenta que tienen varios vacíos y no comprenden del todo la materia. Con el video, los alumnos van a su propio ritmo, pueden hacer una pausa, repetir secciones o el video completo o pueden volver a verlo en otro momento si olvidaron alguno de los puntos importantes.

3. Es eficiente:

Hay ciertos temas que son más fáciles de demostrar que de escribir. Ser capaz de ver algo una y otra vez puede ser beneficioso para el aprendizaje, requiriendo mucho menos tiempo para pasar del conocimiento a la comprensión.

También es eficiente desde el punto de vista del tiempo, ahorrando en traslados al centro de aprendizaje, al poder ver los videos desde cualquier parte y en cualquier momento.



4. Los millennials aprenden con videos:

Se podría argumentar que ésta generación aprende por su cuenta y especialmente en la web. Cuando un millennial está decidido a aprender algo nuevo, no va a una biblioteca o le pregunta a una persona, simplemente busca un video tutorial en YouTube. Hay más de 135 millones de videos de “cómo hacer algo”, cubriendo desde simples inquietudes cotidianas a consultas científicas complejas. De alguna forma, YouTube se convirtió en la gran universidad de los nativos digitales.

5. Son lecciones de corta duración:

Las mejores prácticas de Video Learning implementan Micro Learning. Para adaptarse al estilo de vida que tenemos hoy, las lecciones en video deben ser cortas: está comprobado que nuestra capacidad de atención ha caído un 33% en los últimos 15 años. Un estudio hecho por IFP de Francia indica que el porcentaje de personas que ve los videos de aprendizaje completos es cerca del 90% si son menores a los 6 minutos, pero si duran entre 14 y 17 minutos, ese porcentaje baja a un 65% e incluso a un 50%. Simplemente dejamos de ver los videos si son “largos.”

El Video Learning llegó hace unos 10 años, pero con el mejor acceso a la banda ancha de alta velocidad y la mejor tecnología de compresión de videos, se espera que esta manera de aprender se convierta en el nuevo paradigma de la educación.

DESCARGA MI PASS Y AUTORIZA TUS TRANSFERENCIAS DESDE TU CELULAR

Vive la mejor experiencia digital con Mi Pass, la aplicación móvil que te permitirá autorizar todas las transacciones que hagas en bancoedwards.cl y bancochile.cl sin necesidad de usar otro dispositivo de seguridad



- **DESCARGALA HOY**
Desde App Store o Google Play
- **REGISTRATE**
Con tu RUT, Clave Internet y Dispositivo de Seguridad
- **AUTORIZA**
Con tu clave cada vez que realices una transferencia

Disponibles en:



U. DIEGO PORTALES CONCRETA ALIANZA CON AMDD



Germán Echeopar, Director de Desarrollo de la Facultad de Economía y Empresa UDP, Marlene Larson, Gerente General AMDD

La Universidad Diego Portales, confirmó su participación y entrega de beneficios para los socios de la Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, se destaca un beneficio del 20% de descuento para los Socios AMDD en programas de Magíster y Diplomados enfocados en el desarrollo estratégico de las áreas de marketing.

Una de las misiones de la Facultad de Economía y Empresa es producir, difundir y certificar conocimiento en las áreas de Economía, Dirección y Gestión de Empresas y Políticas Públicas y conducir las organizaciones en las que se desenvuelven para el mejor desarrollo económico y social de Chile y América Latina.

Marlene Larson, Gerente General de la Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, resaltó: “Siempre estamos en la búsqueda de nuevos beneficios para todos nuestros asociados, es por este motivo que esta alianza con la Universidad Diego Portales

será de gran utilidad, donde ellos podrán estar en permanente actualización en los temas relacionados al mundo comercial y del marketing, accediendo a una capacitación de excelencia, con atractivos descuentos, que esperamos que aprovechen en toda su magnitud”.

La alianza entre UDP y AMDD, entregará los siguientes beneficios a sus socios:

- * 20% de descuento en el arancel de los siguientes programas de Magíster:
 - Dirección de Marketing
 - Dirección Financiera
 - Desarrollo Organizacional y Gestión Estratégica de personas
 - Políticas Públicas 2
- * 20% de descuento en el arancel de Diplomados

POSTGRADOS UDP

INICIO DE CLASES
MAYO 2017

MAGÍSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING

POSTULACIONES
ABIERTAS

postgradosfee@udp.cl | 2213 0100 | mdm.udp.cl

CustomerTrigger_

TRAVESIAS

Transformación Digital
en la Decisión de Compra.



CustomerTrigger desarrolló en un formato Ebook, la primera publicación de la **Transformación Digital** y busca aportar y colaborar en el foco que hoy necesitan las organizaciones para abordar la transformación digital como un asunto estratégico de negocio, como también para inspirar planes de trabajo orientados al cliente.

Los desafiantes proyectos a los que hemos sido invitados por nuestros clientes, nuestra red de trabajo y el permanente foco en la investigación, nos han permitido generar nuestra primera publicación que hoy hemos querido compartir con ustedes a través de este Ebook.

Hemos desarrollado este contenido para colaborar en el foco que hoy necesitan las organizaciones para abordar la transformación digital como un asunto estratégico de negocio y también para inspirar planes de trabajo orientados al cliente. 

Descarga el Ebook en
<http://www.customertrigger.com>
o en el siguiente código QR:



Disfruta tus beneficios en Chile y el mundo

Usa tu **CMR Visa** para todo:



ACUMULA CMR PUNTOS EN TODAS
TUS COMPRAS

0%

COMISIÓN INTERNACIONAL
EN COMPRAS EN EL EXTRANJERO



TUS COMPRAS INTERNACIONALES
EN 1 ESTADO DE CUENTA
Y EN PESOS



Canje y acumulación de puntos sujeto a términos y condiciones de Reglamento del Programa CMR Puntos vigente.

Claro_

EL ESFUERZO

de las empresas por un ciudadano digital.



En 10 años, el tráfico de datos móviles o uso de internet ha crecido 10 veces. Y todos los años se duplica, producto de la mayor demanda de contenidos más la creciente utilización de nuevas aplicaciones, video y música en streaming. Además de observar esta realidad, Claro Chile está realizando acciones para subir a los chilenos a esta carretera digital con acciones puntuales y en lugares con poco acceso a la información.

Aula Móvil y Lengua de Señas son dos de los proyectos que está impulsando con fuerza el 2017. El primero de ellos es a través de la enseñanza del mundo office y conceptos asociados a telefonía móvil y android en comunas o localidades lejanas. Con profesores y un container que está recorriendo el país, la compañía está llegando a 15 comunas en regiones como Coquimbo, Metropolitana, Bío Bío y la Araucanía, con un horizonte de aproximadamente 750 personas capacitadas.

Redes de apoyo a la discapacidad

El creciente uso de internet ha llegado también a personas con distintas discapacidades. En este contexto, Claro optó por dar un paso en la capacitación de sus trabajadores en lenguaje de señas, con el objeto

de apoyar a la comunidad sorda chilena para que tenga un mejor acceso a la tecnología móvil.

En una inédita alianza público-privada entre Claro, Fundación Ronda, Sence, Senadis y Esilence Asoch, todas las sucursales de Claro en la Región Metropolitana cuentan hoy con ejecutivos especializados de servicio al cliente y se está trabajando para que se replique este modelo en el resto del país.

Esta iniciativa considera que a partir de hoy, cada vez que una persona con algún grado de discapacidad auditiva requiera orientación en temas de telefonía móvil, televisión por cable o servicios de Internet Banda Ancha, pueda recurrir a los ejecutivos de Claro Chile en sucursales de toda la Región Metropolitana.

“El acceso a tecnología debe ir aparejado con un ciudadano digital”, explica Leonardo Cerda, gerente de Asuntos Corporativos de la compañía, quien declara que en las grandes ciudades a veces cuesta constatar el cúmulo de necesidades de educación que tienen las personas en comunas más alejadas o aisladas. “Damos por hecho que todos entienden y saben utilizar la tecnología, pero en realidad aún tenemos un gran desafío en educación digital”. 

HAHAHA

WHY SO SERIOUS?

Y MILES DE HISTORIAS MÁS EN

Claro-video



Descarga tu app en



clarovideo.com



Con Claro es posible

DIRECTV_

ESCUELA+

acerca la tecnología y contenidos a más de 2 millones de niños en Latinoamérica.



Escuela+ es un programa de televisión educativa, creado e implementado para colegios rurales de Latinoamérica. El programa ofrece metodología, contenidos, tecnología, capacitación y acompañamiento para enriquecer los contenidos de la sala de clase.

El objetivo de Escuela+ se ha logrado gracias a un trabajo colaborativo de los socios estratégicos: Discovery en la Escuela, National Geographic Channel, Fundación Torneos y TAKE OFF MEDIA. DIRECTV provee la

tecnología de la televisión satelital y digital, capaz de llegar a cualquier punto del continente, además de un DVR que permite al profesor grabar y administrar los contenidos audiovisuales.

El programa cuenta con guías pedagógicas especialmente diseñadas para su uso en el aula, además de 37 canales audiovisuales y 36 canales de audio. En Chile, ya son 2.685 las escuelas que incorporaron este programa de televisión educativa, ubicadas en las 15 regiones del país y beneficiando en la actualidad a 224.888 alumnos y 22.861 profesores, gracias a un convenio colaborativo con el Ministerio de Educación. [▲]

Cruzando Fronteras

El 6 y 7 de septiembre del 2017 en la Pontificia Universidad Católica Argentina, Buenos Aires, se desarrollará el Segundo Congreso Iberoamericano de Televisión y Educación ESCUELA+, donde el tema central será la experiencia de los usuarios frente al fenómeno de las multi pantallas y su integración dentro de los procesos educativos.

TENGO DIRECTV

TENGO DIRECTVPlay.com

Adiós a las peleas por el control remoto



CONTRATA DIRECTV AHORA

☎ 600 810 0100 | 📍 DIRECTV.CL

Si eres cliente DIRECTV ya tienes **DIRECTVPlay.com**, la TV online para disfrutar más de 12.000 títulos en series, películas y deporte en vivo.

 **DIRECTV**
TE CAMBIA LA VIDA

Cel media

Big Data

RESEÑA Y OBJETIVOS

Metodología innovadora que optimiza estrategias empresariales, mediante la segmentación de las necesidades y comportamientos de los consumidores en los mercados digitales de los diferentes segmentos objetivos, con el fin de acompañar a nuestros clientes a construir ofertas diferenciales, que realmente conecten con sus consumidores.

Este método reduce el sesgo de la información mediante la toma de muestras estadísticamente representativas de datos reales y espontáneos del mundo digital.

ESTRATEGIA

¿Qué Ofrecemos?

1. Análisis del tamaño y composición de los mercados digitales.
2. Perfiles, comportamientos y estilos de vidas de segmentos específicos de personas.
3. Acompañamiento constante en identificación de oportunidades y prevención de crisis reputacionales.

RESULTADO

Banco Estado

Como la transformación digital no solo consiste en abrir redes sociales, desarrollar una Web visualmente atractiva o una APP, Celmedia desarrolló un análisis 360° de todos sus mercados y segmentos, con el fin de optimizar sus recursos y construir estrategias efectivas para comprender las verdaderas necesidades y comportamientos frente a cada uno de sus productos.



**Estamos Contigo
Conectados**



Nueva APP Seguros Falabella
¡Descárgala, úsala y ahí estaremos!



Con las Mejores Asistencias



Grúas



Conductor de Reemplazo



Revisión Técnica



Bencineras



Comisarías



Seguro SOAP

► Descárgala en:



Seguros Falabella
CORREDORES
Estamos contigo

Global Interactive

y Cursos Clic para Entel Empresas.

RESULTADO

Se lograron más de 18.100 inscritos, más de 5 millones de personas alcanzadas en medios online y 29 apariciones gratuitas en medios como: La Tercera, Emol, LUN, etcétera, cerrando con un trofeo de Oro en el Festival Amauta 2016, como mejor campaña de fidelización. Toda la campaña y la generación de contenidos del programa Cursos Clic, estuvieron a cargo de Global Interactive.

RESEÑA Y OBJETIVOS

Entel Empresas trabaja para ser el socio amigo de los dueños de micro y pequeños negocios de Chile. Con el objetivo de fidelizar y apoyar a sus actuales clientes, creamos un plan de fidelización que consistió en ofrecer un programa gratuito de capacitación online, modalidad e-learning, con 6 cursos sobre diferentes temáticas, diseñado exclusivamente para nuestro target que le aportara conocimientos y herramientas concretas para aplicar en la gestión de su negocio. Emol, LUN, etcétera, cerrando con un trofeo de Oro en el Festival Amauta 2016, como mejor campaña de fidelización. Toda la campaña y la generación de contenidos del programa Cursos Clic, estuvieron a cargo de Global Interactive.

ESTRATEGIA

Para promover esta gran iniciativa, implementamos una campaña 360°, donde invitamos a las Pymes a inscribirse y a participar de las capacitaciones online de “Cursos Clic”, en diferentes medios y puntos de contacto como: canales digitales, radio, prensa y un plan de e-mail marketing a los clientes Entel Empresas.



Libros Sugeridos_



Compra directa:



Compra directa:



Educación Digital: Recursos multimedia de aprendizaje para la era del conocimiento.

Dante Ramírez Ramírez; Rodrigo de J. R. Romo Cardona. 2013

Este libro se refiere a que vivimos un cambio cultural global impulsado por el desarrollo de internet y el uso de dispositivos digitales, el que nos conecta en todos los sentidos con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. A ello se suma que la evolución acelerada de estas tecnologías las ha hecho más accesibles para las personas, llegando a convertirlas en parte imprescindible de la vida cotidiana.

En este libro se reflexiona sobre la influencia de las TIC en la educación y se presenta un panorama de los nuevos conceptos, estrategias y recursos multimedia para el aprendizaje en la llamada era de la educación digital.

Trabajar en la era Digital: Tecnología y competencias para la transformación digital

Luis Lombardero. 2015

Dominar la tecnología y las competencias que están transformando las empresas es lo que propone este libro. Internet está recibiendo el impulso de las tecnologías emergentes que transforma a las compañías tradicionales, cambiando el modelo productivo y creando nuevos empleos. En el entorno se puede ver cómo las empresas de todos los sectores están trasladando el crecimiento del PIB y el empleo a las actividades digitales, donde aparecen nuevas ocupaciones para las que se necesitan nuevas competencias duras que dan lugar a una revolución en el trabajo de directivos, técnicos y del trabajo cualificado.

LATERCERA

EL CHILE QUE SOMOS

64% de los chilenos realiza ejercicios para mejorar su salud

La Tercera en los grandes
EVENTOS DEPORTIVOS

e) | MARATON DE SANTIAGO

Síguenos en     



José Manuel Jiménez contacto@webdox.cl

Webdox: Inteligencia artificial en el área legal.

¿Cómo surge la idea de desarrollar IA en la administración de documentos legales?

“Surgió debido a una necesidad por optimizar y desarrollar un sistema más eficiente. WEBDOX es un software para administrar documentos legales, (de cualquier tipo) no solo en estudios de abogados, sino también en empresas medianas y grandes, organizaciones e instituciones. Con la incorporación de IA, primero se amplía la productividad, lo que hace más eficiente los procesos, y segundo su usabilidad, porque ofrece de una forma más ágil los elementos que un usuario quiere utilizar en un software. En definitiva, la IA hace que el usuario pueda tener lo que quiera de manera fácil y rápida y WEBDOX ya lleva tres años en eso”.

¿Cómo incide la utilización de este software en la búsqueda de información por los usuarios y la eficacia informativa?

“Esta incide directamente en la productividad y en el ahorro. WEBDOX es un software que permite disminuir un 85% del tiempo en la búsqueda de información, un 60% el de redacción y mejora en un 80% la eficacia informativa”.

¿En qué posición está Chile a nivel latinoamericano en la exploración de la IA?

“Actualmente somos los pioneros latinoamericanos en incorporar la IA a la administración de documentos legales, liderado por el asesor científico y profesor de la Universidad de los Andes, Pablo Zegers. En esta búsqueda, WEBDOX utiliza el análisis del lenguaje especializado para clasificar documentos, ver las fechas de término de contrato, qué obligaciones se pactaron, dónde se firmó, qué tareas críticas deben realizarse sobre el contrato, entre otras cosas. Todos estos aspectos están directamente relacionadas con la comprensión y el procesamiento de lenguaje natural”.

+ Los muebles son todo, y los tenemos aquí.

Esto y mucho más en SODIMAC.COM

 DESPACHO A TODO CHILE


Sueña, lo hacemos posible.

Auroraspace: Responsable de desarrollar el primer nano satélite en Chile.

Auroraspace es el team responsable de implementar el primer Cubesat con fines educativos y científicos. El SUCHAI 1 es el primer nano satélite hecho en el país y fue desarrollado el 2011, para medir plasma solar, por estudiantes de pregrado, ingenieros y profesores de la Universidad de Chile. Actualmente tienen también los satélites 2 y 3, que incorporan mejoras y aventuran desarrollos inéditos en este campo, como buscar nuevas formas de comunicación y coordinación entre ellos una vez orbitando.

Su objetivo es desarrollar tecnologías que permitan Apps de comunicaciones simples y levantar capital para I+D y para las 1° pruebas de demostración comercial, porque no existe una política de promoción de los nanos satélites, aunque el Estado cuenta con fondos para la investigación y para apoyar el desarrollo comercial.



BBVA

EN BBVA INVERTIMOS NUESTRO TIEMPO PARA QUE NO PIERDAS EL TUYO

Descubre todas las soluciones que tenemos para ti en bbva.cl



Crédito Online



Cuenta Simple



Bloqueo Tarjeta



Pago Móvil



Canje Internacional

adelante.

Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbif.cl

Facebook + Instagram: exitosa combinación para mejorar campañas digitales.



Mentalidad Web es el primero en Latinoamérica destacado por Facebook Business. Un éxito que trabaja con Facebook e Instagram y que apostó por utilizar todos los formatos vigentes de la plataforma publicitaria, optimizando una campaña a través de anuncios tradicionales de fotografía y videos de corta duración para lograr objetivos de Performance y Branding. Pablo Segovia, Account Strategist de la agencia, notó que los usuarios cambiaron sus formas de interactuar con las Redes Sociales y priorizó estar presentes en rangos horarios de un mayor número de visualizaciones y entregar un contenido de valor.

El éxito se debió principalmente a un buen trabajo en conjunto entre Mentalidad Web y el Marketing de Postgrados de la UNAB, aumentando los matriculados y disminuyendo el costo de la campaña gracias al lead.



Mi l l ones de niños podrán optar por la educación digital .

El proyecto ProFuturo promoverá la educación a través de la tecnología y la innovación. Así lo explicó el Presidente de la Fundación Telefónica, César Alierta, al presentar la mencionada iniciativa. El ejecutivo aseguró que 50 millones de niños en el mundo no tienen acceso a ningún tipo de educación y con este proyecto se utilizará la tecnología para cerrar esa “brecha educativa”.

En la actualidad, dos millones de niños y adolescentes han sido escolarizados en Latinoamérica y en África gracias a ProFuturo de Fundación Telefónica, pero la meta del proyecto es llevar la educación a diez millones de niñas y niños en no más de cinco años.

Fuente: Larepublica.pe



Planificar tu año nunca fue tan simple

Pide tu Préstamo Personal BICE, con condiciones convenientes y la flexibilidad que necesitas para concretar tus ideas.

Simple para ti.

BANCO  BICE

Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbif.cl

Complot Creativo.



Javiera Undurraga, Magdalena Holch, Francesca Nardecchia

A través de la estética, los detalles y la sensibilidad, COMPLOT pretende empoderarse del rubro de la producción corporativa, buscando sorprender cada vez más a las marcas, a través de nuevas tendencias y buenas ideas. Luego de muchos años de trayectoria, Magdalena Holch (Diseñadora), Francesca Nardecchia (Diseñadora) y Javiera Undurraga (Publicista) crearon Complot Creativo, una productora de eventos que se diferencia por tener desarrollo de contenido interno y más importante aún, con tres mujeres líderes al mando. Se definen como profesionales con carácter y actitud que buscan dejar su sello en cada proyecto que enfrentan y evento que realizan. Juntas recuerdan un lanzamiento que marcó algo especial en ellas, que las llevó a concretar esta empresa y que ya está funcionando desde enero en una oficina boutique de providencia.

Contacto: Magdalena@complotcreativo.cl

Capacitación Continua con CNUM.

El LMS fue concebido para traspasar las barreras geográficas, luego se fue incorporando la unificación de fuentes de contenido. Ernesto Campos Project Manager de Cnum SPA explica que su sistema está diseñado para la capacitación continua y el resguardo del conocimiento generado en las empresas (Know How), con un régimen setiable que puede ser desde a diario hasta lo que se estime conveniente. Esto permite que mejore el clima laboral, que disminuyan

los procesos redundantes de demandas internas entre departamentos y que los procesos de inducción sean más cortos y efectivos. El sistema contempla una cuenta corriente de puntos acumulables por participación, que luego son canjeables por premios, como gift cards, que ha sido un sistema muy exitoso.





42 mujeres se graduaron de la tercera generación luego del #LaboratoriaTalentFest

Laboratoria

Laboratoria organizó un festival de talento tecnológico donde las alumnas que hoy ya se gradúan mostraron todas sus aptitudes con empresas nacionales e internacionales a través de una "Hackathon", donde resolvieron un desafío digital planteado por la empresa. Junto con Lyft, las empresas Accenture, Banco BCI, Banco Estado, Everis, Falabella, Ilógica, Magnet, Osa Control y Sodimac estuvieron presentes.



Banco Bci, desde la Gerencia de Soporte TI Digital propuso un innovador desafío



El team Accenture logró un importante desafío, ofreciendo 6 plazas de trabajo



Mario Muñoz, Jefe de Proyectos TI de Sodimac con su equipo, contrataron a 3 coders



Banco Estado llevó todo su equipo de recruiting para identificar el talento tecnológico femenino de Laboratoria

UNA DISTINTA IMPRESIÓN



I M P R E S O R E S

Empresa Certificada Norma



Av. Lo Espejo 03120 - San Bernardo - Santiago - Chile
Fono: 56(2) 2679 8800 - www.mvrb.cl

SOCIOS AMDD

ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO Y DIGITAL DE CHILE

BANCO BICE

Banco de Chile
El banco de Chile

SOCIO
CERTIFICADO

Banco Falabella

BBVA

SOCIO
CERTIFICADO

bigblue

SOCIO
CERTIFICADO

BOND

cardumen.
experiencia digital

CBR

SOCIO
CERTIFICADO

cel-media
MOBILE MARKETING

claro

SOCIO
CERTIFICADO

CMR
Falabella

GrupoCopesa

SOCIO
CERTIFICADO

CustomerTrigger

DIRECTV

SOCIO
CERTIFICADO

easy

SOCIO
CERTIFICADO

edgy

SOCIO
CERTIFICADO

ea

SOCIO
CERTIFICADO

empresas JORDAN S.A.
JORDAN - VIGAMIL - ARCHIVERT

SOCIO
CERTIFICADO

FCB MAYO

fidelizador.com

SOCIO
CERTIFICADO

GLOBAL
INTERACTIVE

SOCIO
CERTIFICADO

Agencia Gonzalez
Marketing Relacional / Publicidad / Diseño

SOCIO
CERTIFICADO

HELP

SOCIO
CERTIFICADO

intouch

SOCIO
CERTIFICADO

JUMBO
cencosud

SOCIO
CERTIFICADO

Q

SOCIO
CERTIFICADO

LATAM

SOCIO
CERTIFICADO

MDB

SOCIO
CERTIFICADO

MOLLER+RAB
INGENIERIA

SOCIO
CERTIFICADO

paris
cencosud

SOCIO
CERTIFICADO

ParqueArauco
Mucho más que comprar

SOCIO
CERTIFICADO

proximity
CHILE

SOCIO
CERTIFICADO

puntos
cencosud

SOCIO
CERTIFICADO

Scotiabank

SOCIO
CERTIFICADO

Seguros Falabella
CORPORATE
Estamos contigo

SOCIO
CERTIFICADO

shackleton

SOCIO
CERTIFICADO

SODIMAC

SOCIO
CERTIFICADO

TOTAL
graphics

SOCIO
CERTIFICADO

WUNDERMAN

SOCIO
CERTIFICADO

whitelabel
PERFORMANCE MARKETING

Rotter & Krauss



Más información en
amddchile.com

Si usted no desea recibir más la revista infórmenos al mail asociacion@amddchile.com