EDICIÓN MAYO 2024

MINDERS

¿ESTÁS LISTO PARA **LIDERAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL** DE TU ORGANIZACIÓN?

MIND

10 AÑOS
POTENCIANDO
LÍDERES DIGITALES

Universidad de San Andrés

LA TECNOLOGÍA CAMBIÓ
EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

LA TECNOLOGÍA CAMBIÓ
LA MANERA DE LIDERAR

NUEVOS PARADIGMAS

PLATAFORMAS

DATOS

ORGANIZACIONES ÁGILES

FLEXIBILIDAD

+

ECOSISTEMAS

NUEVOS SKILLS

EMPRENDEDURISMO

EXPERIENCIA

COLABORACIÓN

SE REQUIEREN **NUEVOS LÍDERES DIGITALES**

NUESTRA **PROPUESTA**

MANAGEMENT INTEGRAL **DE NEGOCIOS DIGITALES**

10
AÑOS

21
EDICIONES

60
EXPERTOS

640
LÍDERES

MIND

DOERS

Clases a cargo de líderes de las principales empresas de la economía digital de América Latina.

CONTENIDOS

Una mirada integral y estratégica sobre todos los temas relevantes de los negocios digitales.

COMUNIDAD

Un grupo exclusivo y diverso de ejecutivos que lideran las más destacadas organizaciones de la región.

¿QUIÉNES DEBEN **PARTICIPAR DEL PROGRAMA?**

EXECUTIVES MIDDLE
& TOP MANAGEMENT

SENIOR
ENTREPRENEURS

DETALLES DEL PROGRAMA BLENDED

MAYO A DIC.
2024

8 CLASES PRESENCIALES
FULL DAY – CAMPUS UDESA

15 CLASES VIRTUALES
BLOQUES DE 4HS - ZOOM

MIERCOLES & VIERNES

111 HORAS
TOTALES

35 ALUMNOS
MÁXIMO

MÓDULOS & CONTENIDOS

MÓDULOS & CONTENIDOS

Creating value

Key forces of disruption: Explorar las fuerzas sociales y evoluciones tecnológicas que convergen habilitando disrupciones en los negocios y la sociedad.
Business model challenges: Comprender los riesgos que enfrentan las organizaciones y sus oportunidades para definir estrategias para innovar en los modelos de negocios.
Platform strategy: Identificar los componentes y dinámicas de las plataformas, los efectos de red y las posibilidades de transformar el negocio tradicional.
Value Proposition Mapping: Analizar, con la herramienta de Business Canvas, modelos de negocios para identificar oportunidades de pivoteo y las capacidades claves necesarias.
Future Thinking: Ofrecer una mirada metodológica para construir posibles futuros, explorar acciones requeridas y prever sus impactos en el negocio.
Open innovation: Entender los beneficios de la colaboración entre organizaciones y el ecosistema emprendedor y los factores de éxito de las CVC.

Leveraging technologies

Tech-stack: Introducir las principales tecnologías emergentes que están impactando hoy en las oportunidades de crecimiento, en la diferenciación de las organizaciones. Conocimiento necesario para aprovecharlas.
Artificial Intelligence: Brindar un recorrido completo de conceptos tecnológicos, los usos de negocio de las AI y los debates actuales, rescatando buenas prácticas para la implementación.
Emerging technologies: Comprender el alcance, aplicaciones y oportunidades de tecnologías como el Blockchain, IoT & Robótica.
Legal Issues: Identificar los principales factores de riesgo (privacidad, seguridad, fakes) en el uso de las tecnologías emergentes desde el abordaje legal.

Delighting users

User Expectations: Ofrecer un mapeo de tendencias, expectativas, y demandas de las personas a los productos, servicios, y organizaciones. Analizar qué preguntas deberíamos realizarnos.
Conversational Brands: Debatir los desafíos de las marcas para desarrollar conversaciones sustentables que fortalezcan la construcción de confianza con los usuarios.
User Centric Design: Comprender – basándonos en los conceptos de Design Thinking- la importancia de la investigación profunda del cliente para diseñar productos y experiencias.
Virtual Interfaces: Entender el estado actual de la convergencia tecnológica que va conformando el metaverso y sus requisitos, oportunidades y riesgos.

MÓDULOS & CONTENIDOS

Driving brand spaces

Brandformance: Repensar el marketing integrando las acciones de performance al branding tradicional para la construcción de la marca.
Media Platforms: Actualizar el estado de la industria de medios y plataformas de contenidos, respecto a usos, despliegue y tendencias.
Content Strategy: Comprender el rol, potencial e importancia de la generación de contenidos en espacios digitales que sostengan la narrativa de marca fortaleciendo vínculos a largo plazo.
Social Platforms: Proponer un abordaje para desplegar la estrategia de marca en el ecosistema de las redes sociales fortaleciendo tanto el posicionamiento como la conversión a ventas.
Performance Strategy & Social Intelligence: Concientizar sobre oportunidades y limitaciones del uso intensivo e inteligente de Performance y de Social Listening.

Evolving into ecosystems

E-commerce Strategy: Recorrer en profundidad los factores clave que posibilitan el desarrollo del comercio digital, sus desafíos y evolución a futuro.
Data Driven Marketing Planning: Brindar un modelo de pensamiento accionable desplegado en la estrategia necesaria para atraer y retener clientes.
Digital Payments Landscape: Actualizar el estado del ecosistema de medios de pago y las oportunidades que la tecnología brinda tanto para las organizaciones financieras como las que no lo son.
Omnichannel Approach: Abordar los desafíos organizacionales para brindar una experiencia al usuario con las menores fricciones posibles entre los distintos canales y dispositivos.

Challenging mindset

Culture & Talent: Comprender el rol de la cultura como sustento de la transformación e identificar las principales competencias organizacionales requeridas.
Product Development Culture: Compartir los factores claves para lograr una cultura de desarrollo de producto, con objetivos alineados con el negocio y el talento involucrado en las decisiones.
Data-Driven Organizations: A través del ejemplo analizar cómo se puede construir una matriz que permita tomar decisiones basadas en datos y compartir buenas prácticas.
Growth Culture: Recorrer paso a paso la estrategia de Growth para lograr negocios que escalan rápidamente. Requisitos de organización y cultura.
Zero-Based Management: Compartir, a modo de reflexión final, cuales debieran ser las características de una organización si pudiera diseñarla desde cero para el hoy, desde la mirada de quien hace más de 15 años está en el top management de Mercado Libre.

NUESTROS **PROFESORES**

PROFESORES

DAMIAN ALCALÁ

Cofounder & CEO,
CamOnApp

EZEQUIEL APELBAUM

Head of Sales,
Workana

GUSTAVO ARJONES

Group CTO, Nalanda
Global

PEDRO
ARNT

Co CEO, D Local

GONZALO AUZA

Partner, Business Consulting,
Design Studio Latinoamérica
Sur, EY

GABRIEL BARASCH

Socio Director,
Neuronal

GUIDO BECHER

Global Head of Travel,
Rappi

NORA BLANCO

Partner,
Giro54

JAVIER BUITRAGO

CEO, Zinli.com

ALEJANDRO BURATO

Partner, Gödel Partners

MARTÍN D'ELIA

Gerente de Marketing e
inteligencia de negocio
B2B, Telecom

XIMENA DÍAZ
ALARCÓN

Co-founder Partner &
Gral. Contents Director,
Youniversal

PROFESORES

GONZALO DUPERRÉ

Operations Director, The Amazement Agency

JAVIER FERNÁNDEZ MORALES

Regional Head of Performance & Growth, Falabella.com

JUAN RAMIRO FERNÁNDEZ

Chief Storyteller & Co-Founder, Youniversal

DANIEL FERRO

Senior Advisor, Digital Strategy Xpertium SA

MARCOS FOGLIA

Regional Director Content Experience & Operations - Disney+ & Star, TWDC

MARTÍN GONTOVNIKAS

General Partner & Co-Founder, Hypergrowth Partners

SILVANA JACHEVASKY

CMO, Naranja X

PEDRO KUDRNAC

Head of Consumer Credits Latam, Mercado Crédito

GABRIELA KURINCIC

Consultora Independiente en Transformación de Organizaciones, Estrategia de Marca y Comunicación

JUAN JOSÉ LÓPEZ MURPHY

Head of Data Science and Artificial Intelligence, Globant

GUSTAVO MAMES

General Director, Interactivity

JUAN MANUEL LUCERO

Google News Lab Lead, Google

PROFESORES

EDUARDO ORTEU

Cofounder & Partner,
Chat-Tonic

CARLOS PÉREZ

Presidente, BBDO
Argentina

JUAN GREGORIO POZZO

Intellectual Property
Partner, Tanoira Cassagne

FEDERICO PROCACCINI

CEO, OpenBank Argentina

ALEJANDRO REPETTO

Partner & CTO,
Inipop

PATO ROCCA

VP of Engineering,
Decentraland

FERNANDO RUBIO

VP Mercado Ads,
Mercado Libre

GUSTAVO SAIENTZ

CEO, Resultics

SILVINA SEIGUER

Directora de Comunicaciones y
Responsabilidad Social,
Kimberly-Clark Latinoamérica

JOEL SPIRO

Head of Product,
Travel at Rappi

ARIEL SZARFSZTEJN

Executive Vice President of
Commerce, Mercado Libre

MANUEL TANOIRA

Partner, Tanoira Cassagne

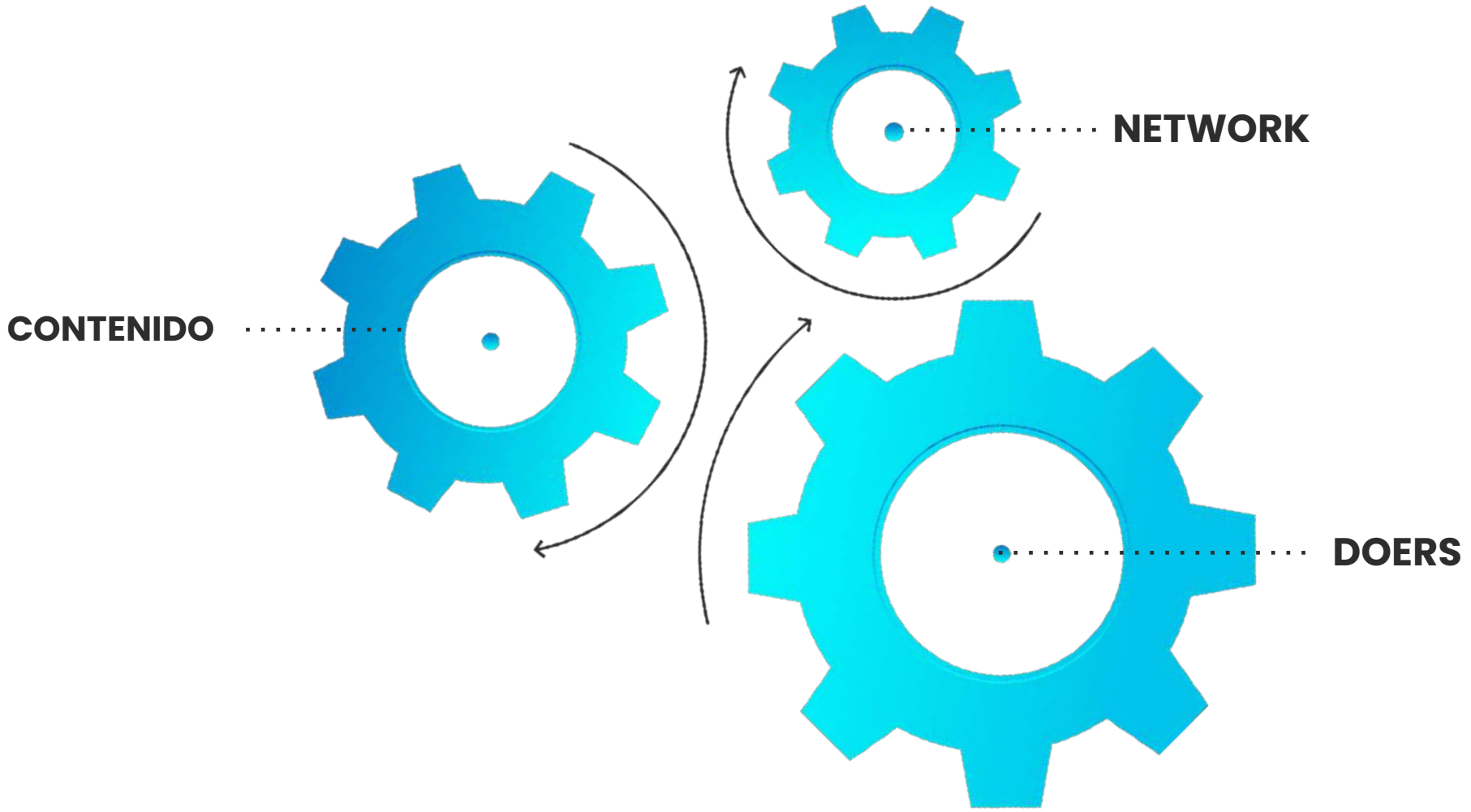
DESARROLLANDO UNA **COMUNIDAD DE APRENDIZAJE**

MINDERS **COMMUNITY**

- Propuesta de capacitación actualizada
- Contenidos exclusivos
- Último material de Clases.
- Posibilidad de cursar nuevos contenidos y módulos actualizados
- Eventos para la comunidad
- Grupo cerrado en **LINKEDIN**
- Newsletter semanal

HIGHLIGHTS

MIND



QUIENES SOMOS

Universidad de San Andrés

El Centro de Educación Empresaria desarrolla soluciones de Educación Ejecutiva, buscando formar una nueva generación de profesionales que se comprometan a liderar procesos de cambio en los distintos ámbitos que se desempeñen.

MINDERS

Minders nació hace diez años a partir de la idea de un grupo de expertos en el campo digital, comprometidos con contribuir al crecimiento y la consolidación de la economía digital en Argentina y Latinoamérica; hoy es un hub de conocimiento que potencia con su expertise la transformación exitosa de líderes y organizaciones.

MIND

MANAGEMENT
INTEGRAL DE
NEGOCIOS
DIGITALES

MUCHAS GRACIAS