

START

TO BE AN ICON

ICON CORPORATE PROGRAMS

UPSKILLING FOR THE FUTURE

Lifelong learning para las organizaciones 2021

CREA
EMPRENDE
TRANSFORMA



1. ¿QUÉ HACEMOS PARA LAS ORGANIZACIONES?

Programas IN-Company totalmente ajustados a sus necesidades.

Programas especialmente diseñados para las necesidades de cada organización



[Conoce más aquí](#)

Ajustados al contexto y asistentes para maximizar el valor



[Conoce más aquí](#)

Conocimiento de Vanguardia



[Conoce más aquí](#)

[Portafolio](#)

Impartido por Expertos



[Conoce más aquí](#)

Totalmente aplicados a la organización (+ROI)



[Conoce más aquí](#)

TUS MAESTROS NO SON PROFESORES, SON ESPECIALISTAS

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| Consultores | Emprendedores |
| Creativos | Multiplicadores de innovación |
| Expertos en Marketing | Publicistas |
| Ejecutivos | Estrategas |

[Conoce más aquí](#)

EL CASO DE GENERAL MOTORS

Cómo este gigante busca entrar en el juego infinito

GM lleva jugando 113 años. Ahora se ha dado cuenta que puede cambiar las reglas y brincarse a otras canchas de más abiertas para crear sus propias reglas y su propio territorio que no tiene límites.

- Invirtiendo **27 millones USD** para marcar un punto de inflección al mundo eléctrico.
- Mejorando la experiencia del usuario con Ultifit
- Creando un símbolo de cambio al mundo: nuevo logo dando la bienvenida a una transformación eléctrica
- Realizando Alianzas estratégicas:
 - Bose: diseñando la mejora experiencia de sonido para carros que ya no emiten ruido del motor
 - LG Energy Solutions: construyendo fábricas de baterías.
- Abriendo negocios de servicios:
 - Desarrollando flotas autónomas para sus clientes: Big Drop para Fedex

Para GM sus competidores ya no son vehículos, son Tesla, Apple, Amazon. GM se **TRANSFORMA DE MANERA CONSTANTE** para mantenerse en un juego infinito.

[Conoce todo el caso aquí](#)

[Conoce otros casos destacados aquí](#)

[Conoce sobre juegos infinitos: Video ó Libro](#)



2. ¿EN QUE ÁREAS GENERAMOS IMPACTO?

Todas estas herramientas se pueden aplicar, transforman negocios, mentalidades, personas. Las organizaciones pueden ser mejores, las personas pueden ser mejores.

#Design Thinking IBM

En el 2012 empezó a entrenar a sus 377.000 empleados como diseñadores.

301%

ROI en su proyecto de negocio centrado en el Diseño

“Diseño no es el trabajo de todos, pero deber ser su guía”

Esto le permite a IBM lograr una cultura de “usuario primero”, mejorar el trabajo interno (**MÁS FELICES**), lograr **soluciones más humanas**.

“The design researcher has been the most disruptive of the all design disciplines we’ve brought in—and by far the most transformative.”

[Como IBM quiere ser la organización más sofisticada de diseño](#)
[Conoce el reporte TEI](#)
[The secret to getting 301% ROI on your ideation process? IBM Design Thinking](#)

#Design Sprints DENVER ARTS AND VENUES

Ciudad de Denver utiliza la metodología de Design Sprint para aumentar el atractivo del arte público

[Conoce el caso aquí](#)

#Cultura Ciberseguridad SOLARWINDS HACK

Un Empleado “normal” (no era parte de T.I) reportó algo raro con su contraseña. Por ese reporte se detectó un gigantesco ataque cibernético a EEUU, incluyendo el la **agencia nacional de armas nucleares, MICROSOFT, GOOGLE.**

[Mira lo delicado del ataque aquí](#)

#Economía de las experiencias DISNEY, STARBUCKS, APPLE STORE

Como estas marcas logran un sentimiento visceral? Cómo logran colecciones únicas? Bienvenido a la economía de las experiencias!

[The New Experience Economy](#)

#Data Management VINEYARD VINES

Con los datos lograron comunicaciones **auténticas, relevantes** y **personalizadas** para sus clientes.

572%

RPE
(revenue per e-mail)
incremento en el 2018.

[How Vineyards Vines uses Analytics to win over customers](#)

Transformación Digital McCORMICK

McCormick logró dar **valores digitales a Activos no digitales** en su proceso de transformación digital. Con [Flavor Print](#) logró para sus clientes una experiencia sistemática de sabores y creó un ecosistema de experiencias y valor para ellos.

[Mira esto es increíble](#)

#Innovación AIRBUS

Airbus ha creado **72 startups** en el mundo aeroespacial, convirtiendo la innovación en negocios valiosos con [BizLab](#)

[Conoce más aquí](#)



3. QUE VAS A ENCONTRAR

Conoce nuestra propuesta de programas corporativos hechos a la medida

CONTEXTO	<ul style="list-style-type: none">■ Upskilling your business■ Trends 2021: que necesita el mundo corporativo hoy■ Trends 2021: sector financiero
ICON	<ul style="list-style-type: none">■ Sobre nosotros
CORPORATE PROGRAMS	<ul style="list-style-type: none">■ Desarrollo de programas estratégicos para organizaciones■ Programas in-company■ Impacto en diferentes áreas■ Conocimiento de vanguardia■ De los learning paths■ Proceso de diseño
FACULTY	<ul style="list-style-type: none">■ Nuestros Facilitadores
MODELO	<ul style="list-style-type: none">■ Estructura de Aprendizaje■ Experiencia de Aprendizaje■ Entrenamiento continuado
PORTAFOLIO	<ul style="list-style-type: none">■ Learning Paths■ Business Strategy■ Producto & service innovation■ New Marketing■ Digital Transformation■ Business Execution■ People and Culture■ Exponential Organization■ Applied Information Technologies■ + 1000 possibilities
TE PUEDE INTERESAR	<ul style="list-style-type: none">■ Top Picks



4. UPSKILLING YOUR BUSINESS



CHANGE



LEARN

El mundo está cambiando a pasos acelerados, la automatización, la introducción de nuevas tecnologías exponenciales como la inteligencia artificial y tecnificación de procesos, está presionando al capital humano a orientarse hacia la creatividad, la interacción interpersonal, el juicio y mejores herramientas administrativas y de dirección.

Una de las amenazas más grandes que encuentran las organizaciones es la capacidad de mantener a su personal capacitado o de tener el equipo correcto para enfrentar los cambios y adaptarse al nuevo mundo de los negocios.

Hoy los procesos de formación organizacional son más relevantes que nunca. La mentalidad de crecimiento o Growth Mindset, a nivel cultural en una organización permite una visión y procesos que invitan a nuevas tendencias, oportunidades y herramientas, permite a los colaboradores examinar, retar y redefinir su concepción personal y profesional. Parte de ello se logra con procesos educativos.

La cultura de Lifelong Learning, se está validando como un pilar del desarrollo organizacional donde la educación de por vida es la base de ese mindset innovador y mediante el UPSKILLING y RESKILLING de la fuerza laboral prepara a las organizaciones para las nuevas realidades en los negocios.

Estos procesos formativos no pueden ser genéricos y aislados. Los programas deben estar alineados con los propósitos y objetivos institucionales, al mismo tiempo los programas deben de ser maleables y actualizables para implementarse desde la alta dirección hasta cualquier área o combinación de equipos estratégicos.

Ejecutar programas de formación desarticulados afecta el valor que los funcionarios ven en esos procesos y la organización invierte sin tener un retorno real. Más aún, al pretender adquirir nuevos conocimientos si estos no encuentran espacio de ejecución tienden a ser desechables. En promedio el 75% de las materias que se estudian se olvidan en 6 días si no se aplican.

En conclusión las organizaciones requieren procesos de formación para que su personal esté a la vanguardia del mundo empresarial, armados de las mejores herramientas, técnicas y habilidades personales, pero en la medida que esto sea ajustado y culturalmente aceptado en la organización los resultados serán exponenciales.

5. TRENDS 2021: QUÉ NECESITA EL MUNDO CORPORATIVO HOY

La aceleración digital producto de la pandemia ha puesto en evidencia las necesidades más urgentes de las organizaciones. El mundo de los consumidores cambió, las organizaciones cambiaron. Las empresas que más rápido se están adaptando van a lograr una ventaja competitiva exponencial frente a las demás, esto porque no están dando pasos en estrategias e implementaciones pasajeras, sino que están acelerando el cambio que el mundo ya había trazado.

TENDENCIAS EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS



- **INNOVACIÓN INHOUSE:** La innovación ya no es solo sobre I&D, esta debe ser aplicada en todos los campos de la organización. La digitalización permite herramientas poderosas, pero estas dependen de las personas. Innovar hace parte de ese proceso de aprovechamiento correcto de esas herramientas. innovación sistemática, aprovechable.
- **EXPERIENCIAS HUMANAS:** Las personas como centro de todo el desarrollo de negocio. Clientes internos, externos. El diseño sobre la persona va a identificar cómo las personas se comportan y relacionan con la organización.
- **AGILIDAD:** Se deben usar las herramientas actuales, y empezar a probar con las herramientas en desarrollo, las organizaciones deben adaptarse y ejecutar con velocidad. Esas herramientas no solo son tecnologías, sino también formas operativas de administración y operación del talento humano.
- **DISEÑO DE EXPERIENCIAS DE LOS EMPLEADOS:** la forma de trabajar cambió, cambios técnicos, cambios humanos, cambios en productividades, frustración, ansiedad. Luego de la pandemia no es claro que tanto volverá al estado anterior, pero lo cierto es que parte del cambio llegó para quedarse y con esto se debe considerar una nueva experiencia para los equipos de trabajo
- **EMPATÍA:** Las organizaciones deben aprender a administrar y comunicar la empatía, no solo para clientes externos sino internos. Los últimos años, y ahora con más presión de la pandemia, se han visto fenómenos de polarización en el mundo (EEUU, Brexit, Tratados de libre comercio), y las redes sociales potencian ese discurso
- **INFRAESTRUCTURA ADAPTABLE:** las organizaciones tienen que repensar sus activos físicos, tanto para operaciones administrativas como para logística: localización, simplificarlas, hacerlas más livianas y flexibles. Esto las puede hacer mucho más ágiles, eficientes y mejorar la experiencias de clientes y empleados.
- **RECONECTAR A LAS PERSONAS:** La pandemia separó no solo físicamente a las personas sino que interrumpió sus rituales, sus rutinas, sus tazas de café, su citas en el cine. Las personas se han desconectado de lo que hacían antes, de su forma de vida anterior. Las organizaciones deben entender como crear nuevas posibilidades para rituales y costumbres.

Si quieres conocer en detalle sobre las tendencias:

[EJORD](#)
[DELOITTE](#)
[WEE](#)

[TRENDS 2021](#)
[2021 GLOBAL MARKETING TRENDS](#)
[JOBS OF TOMORROW: MAPPING OPPORTUNITY IN THE NEW ECONOMY](#)

** El presente documento es para uso exclusivo del destinatario. Si el lector o usuario de este documento no es el destinatario, está notificado que cualquier distribución de esta información está estrictamente prohibida. Confidencialidad NIVEL 2. Consulte nuestro Aviso de Privacidad en www.icon.edu.mx

5.1 TRENDS 2021: SECTOR FINANCIERO

La acelerada transformación del sector

El efecto del Covid ha hecho que las personas exploten los canales de servicio digital. Esto pone a prueba las experiencias del usuario y el Diseño de Servicios de los procedimientos que antes las personas hacían en las sucursales de las entidades financieras. De acuerdo con [Forbes](#) el **uso de aplicaciones de fintech se incrementó en un 72%** durante la pandemia poniendo más presión sobre los servicios financieros tradicionales. El sector se está transformando rápido y los bancos líderes ya superan por [dos veces](#) en eficiencias a los bancos más tradicionales. Los pioneros tendrán un crecimiento exponencial en el periodo de recuperación económica.

TENDENCIAS EN EL SECTOR FINANCIERO

PWC revela en su encuesta anual sobre el sector bancario las conclusiones y los 6 retos más grandes del sector financiero:

Modelos de negocio centrados en el cliente: El 61% de los banqueros dice que un modelo de negocio centrado en el cliente es "muy importante". Solo el 17% está "muy preparado" para ello.

Canales de distribución: Los bancos líderes pasarán del dominio de las sucursales al dominio de la distribución.

Simplificación: Si se hace bien, la simplificación puede cerrar más de la mitad de la brecha de ROE.

Talento: Las limitaciones de talento (En reclutamiento o capacitación) son el principal obstáculo citado por casi la mitad de todos los encuestados, aumentando al 57% para los mercados emergentes.

Innovación: El 87% de los encuestados considera que la innovación dentro de la industria bancaria es importante. Sin embargo, solo el 11% dice que su organización está muy preparada.

Big Data: Los bancos podrán aprovechar grandes conjuntos de datos internos de comportamiento financiero, datos de redes sociales junto con un conjunto más rico de datos de historial crediticio para formular opiniones más detalladas sobre el riesgo crediticio.

Tecnología: Los bancos deberán estar a la vanguardia de la tecnología y ver que las necesidades emergentes de los clientes y las demandas de estilo de vida estén arraigadas en cada oferta. Deben comprender qué es posible, dónde se encuentran las últimas innovaciones tecnológicas, qué sistemas pueden ofrecerlas y qué se debe perseguir.



LA NECESIDAD DE UNA EXPERIENCIA DIGITAL OPTIMA

Con el tránsito acelerado los bancos deben mejorar con urgencia su experiencia de servicio, los usuarios aumentaron, y la variedad de los mismos también, no todos cuentan con la madurez o voluntad digital para adaptarse a ello. [Aquí algunos consejos.](#)

Si quieres conocer en detalle sobre las tendencias

[BCG - THE FRONT-TO-BACK DIGITAL RETAIL BANK](#)
[PWC - RETAIL BANKING 2021 EVOLUTION OR REVOLUTION](#)

Otro recomendado para el sector financiero

[MCKINSEY - A TEST OF RESILIENCE BANKING THROUGH THE CRISIS, AND BEYOND](#)

6. SOBRE NOSOTROS

¿Quiénes somos y porqué hacemos lo que hacemos?

Nuestro Propósito

Brindar inspiración y formación a los Intra-**Emprendedores Creativos®** que contribuyen en la creación y transformación de organizaciones generadoras de impactos positivos para la humanidad.

“Todos los humanos son **emprendedores**, no porque deban crear empresas, sino porque **la voluntad de crear** está codificada en el ADN humano, y la creación es la esencia del emprendimiento.”

—Muhammad Yunus, Ganador del Premio Nobel de la Paz y Pionero en las Microfinanzas.

Nuestras Creencias



1. Creemos en crear EXPERIENCIAS únicas de vida: Porque son el medio perfecto para provocar las emociones que contribuyen a nuestra felicidad y a la de los demás.



2. Creemos en apoyar la LOCURA: Porque sólo los grandes soñadores pueden cambiar el mundo.



3. Creemos en DESAFIAR lo establecido: Porque el único camino hacia la innovación es la continua evolución.



4. Creemos en encontrar y seguir nuestra PASIÓN: Porque hace brotar lo mejor de nosotros mismos y nos motiva a lograr lo que parece imposible.



5. Creemos en provocar CONTAGIO intelectual: Porque encontramos inspiración en la diversidad y emulando a los más brillantes líderes y expertos de la industria.



6. Creemos en el pensamiento GLOCAL: Porque vivimos en una aldea mundial donde hay que pensar globalmente, pero actuar localmente.

Nuestra Trayectoria



Más de 20 años de trayectoria.



1200+ alumnos matriculados hasta el día de hoy.



#1 en Negocios de Servicios en Gto.



Infraestructura especializada.



MBA más innovador en innovación de servicios.



Referente en eventos de servicios e innovación.



Más de 80 MDP en inversión privada.

7. DESARROLLO DE PROGRAMAS ESTRATÉGICOS PARA ORGANIZACIONES

Nuestra Promesa

Nuestra promesa es acompañar a nuestros clientes a ejecutar tres acciones trascendentales en la vida profesional de toda organización: **CREA, EMPRENDE** y **TRANSFORMA**

Respondemos a las tendencias globales con programas asertivos de capacitación bien diseñados que permiten a las organizaciones prepararse para lo que el mundo está demandando.

La innovación nos apasiona. Nuestros programas impactan e inspiran a las organizaciones con conocimientos de vanguardia, retandolos a transformarse, a crecer, a innovar para ser más competitivos, a mejorar la calidad de vida para sus empleados y clientes.

Son cuatro los elementos esenciales para poder desarrollar programas de capacitación corporativa asertiva y son precisamente estos elementos los que utilizamos para cumplir con nuestra promesa.



8. PROGRAMAS IN-COMPANY

Totalmente ajustados para las organizaciones



Nuestros programas son diseñados para cada organización, basándose en nuestras áreas de experticia y las necesidades de cada perfil haciéndolos **procesos de formación únicos**. Estos se ajustan basándose en:



Necesidad puntual del momento:

Se requiere una actualización, formación sobre conocimiento nuevo, preparar a un equipo para una tarea, acelerar un proyecto, diseñar productos, alcanzar un nuevo mindset? todo esto es tenido en cuenta. Además nuestro equipo ofrece **recomendaciones** sobre qué podría ser lo más interesante para cumplir con su objetivo.



Contexto del cliente:

Cada negocio puede necesitar diferentes conocimientos, herramientas o aplicaciones según el momento que se esté.



Tipo de público objetivo:

Se consideran diferentes públicos dentro de la organización. Incluso se diseñan programas **asimétricos** donde se puede incluir áreas o niveles del personal en distintos momentos del programa para focalizar lo que más les compete y pueda obtener cada uno lo que realmente necesita.



Tipo de formatos formativos

Los programas pueden ser clases en vivo, workshops de prototipado, sprints de ideación entre otros según lo que se persiga.



Tipo de industria:

El proceso de cocreación incluye a los facilitadores y el perfilamiento de compañías, así el conocimiento, casos y ejercicios son enfocados directamente a cada organización.

BENEFICIOS DE UN PROGRAMA IN-COMPANY

- Formación especializada
- Optimizar el recurso económico
- Optimizar tiempo
- Formación focalizada en los temas necesarios y el personal objetivo
- Formación aplicada (Top Choice)



Un beneficio tangible para la organización

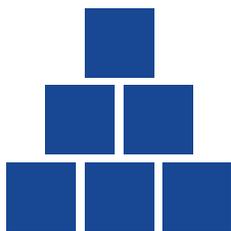
Al ser programas in-company, todos los procesos de formación se concentran en la realidad de la empresa y los proyectos son aplicados a la organización.

Se logran cambios y aplicaciones **reales** desde mindset, formas de operar, nuevas herramientas administrativas y tecnológicas, hasta propulsión de proyectos vigentes en la organización.

9. IMPACTO EN DIFERENTES ÁREAS

Un enfoque que permite una completa transformación organizacional

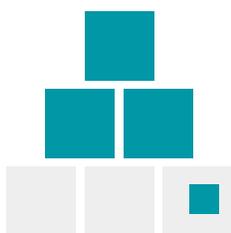
Las organizaciones son un sistema complejo. Transformarlas implica involucrar a colaboradores de diferentes niveles para impactar en procesos y proyectos que se quiera implementar. Desde esta perspectiva **ICON** ha desarrollado sus programas de formación para organizaciones diseñado para influir en cada área y así incluir en los procesos de capacitación diferentes niveles de las mismas, con diferentes aproximaciones y contenidos.



NIVEL 1 FORMACIÓN A TODA LA ORGANIZACIÓN

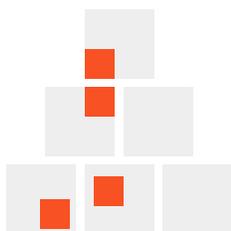
Formación general del capital humano que se debe llevar a toda la organización en diferentes niveles incluyendo *mindset*, *awareness*, *soft skills*, habilidades gerenciales o postura ante nuevas tendencias.

Este nivel de formación logra un mejor impacto en la medida que se considere el contexto, las tendencias mundiales y el momento o proceso específico por el que atraviesa la organización.



NIVEL 2 FORMACIÓN A GRUPOS ESTRATÉGICOS

Programas para los equipos tomadores de decisiones, dirección estratégica, agentes de cambio y equipos administrativos que son multiplicadores y líderes del proceso transformacional.



NIVEL 3 FORMACIÓN A NIVEL ESPECIALIZADO

Programas de profundidad y contenido técnico especializado para lograr objetivos determinados en áreas de la organización responsables o titulares en determinados campos o proyectos

10. CONOCIMIENTO DE VANGUARDIA

Investigación y actualización constante

No son programas estáticos, son actualizados constantemente por la experiencia de facilitadores en las organizaciones como consultores, contexto mundial, necesidad empresarial, desarrollos académicos.

PROGRAMAS ROBUSTECIDOS Y ACTUALIZADOS



Investigación académica



Seguimiento de tendencias mundiales.



Ecosistema de servicios e innovación



Recomendaciones y experiencias de los consultores parte nuestro faculty.



Foros y eventos internacionales



Insights del contexto empresarial



Identificación de fenómenos disruptivos.



Actualizaciones empresariales

PROGRAMAS DE VANGUARDIA

Programas Actualizados, necesarios en la industria, con las mejores herramientas y conocimientos en desarrollo de negocios, administración y tendencias en innovación

Algunos ejemplos

- Executive Service Design
- Escalamiento Organizacional
- Sprints de innovación
- Innovación sistemática
- Automatización del proceso de ventas
- Data analytics
- Economías Digitales
- Service Design Workshops
- Growth hacking program
- Economía de las Experiencias
- Implementación de OKRs
- Digital Mindset

[Conoce Todo nuestro portafolio aquí](#)

11. DE LOS LEARNING PATHS

A la construcción de los Programas

Estudiamos el mundo, las mega tendencias, identificamos el talento y los contenidos que resuelven los grandes retos de las empresas.

Curamos el contenido y lo estructuramos para nuestros clientes, utilizamos la tecnología para facilitar la entrega del conocimiento con programas educativos modulares, flexibles y fácilmente actualizables.

ICON ha diseñado una estructura en la que dentro de los **LEARNING PATHS** se pueden desarrollar varios **PROGRAMAS** que a su vez se componen de **BLOQUES**; esto nos permite tener una mayor flexibilidad en el aprendizaje dentro del nuevo entorno virtual/digital.

READY TO LEARN

.....

1. Learning Path

Iniciamos seleccionando una **ruta de aprendizaje** dentro de cualquiera de las 6 áreas de impacto prioritarias para las organizaciones. Esta ruta contiene uno o varios **programas** prediseñados.



1.1 Program

Un **programa** se compone de varios **bloques** secuenciales que se pueden impartir a toda la organización, a grupos estratégicos o a equipos especializados, según lo requiera la empresa.



1.2 Bloque

Un **bloque** tiene una duración de 5 horas y contienen los temarios y las herramientas de aprendizaje necesarias para adquirir y aplicar el conocimiento.

BUILT-TO-SUIT

.....

2. Built-To-Suit Path

Trabajamos con nuestros clientes para entender a profundidad sus necesidades y con esto co-creamos un programa **ajustado a la medida** dentro de cualquiera de nuestras rutas de aprendizaje.



12. PROCESO DE DISEÑO

Trabajo de co-creación para lograr los objetivos propuestos

Nos interesa ofrecer programas que logren un impacto positivo en las organizaciones de manera acertada y eficiente. En la medida que logremos programa más ajustados con información de la organización este resultado siempre va a ser mejor.

1. REUNION INICIAL

Se hace una reunión virtual con la organización y el equipo ICON para conocer las necesidades o necesidad puntual, perfil de la organización, contexto actual, personal objetivo y el perfil de ellos.



2. VERSIÓN ALPHA

El Equipo ICON presenta un primer borrador del programa donde se comprueba objeto alcance y temas a cubrir, herramientas de soporte, si el programa requiere, workshops, sprints y demás para que la organización conozca el sentido y dirección del programa. Esto se toma 3 días



3. VERSIÓN BETA

Se hacen los ajustes necesarios, se profundiza con los facilitadores, se da definición a los temas a tratar, metodologías y presupuesto. esto se toma 7 días



4. APROBACIÓN

Se da la aprobación por parte de la organización.



5. VERSIÓN RC & PREPARACIÓN

Se desarrollan los temarios ajustados que se le hace llegar a la organización, proyectos, fechas y agenda, confirmación de facilitadores. Se entregan credenciales digitales a los asistentes, se les piden sus perfiles, se entrega calendario. esto toma 5 días



6. IMPARTICIÓN

Se da una breve sesión de introducción donde se explican las dinámicas, se presenta el personal de apoyo y se explican herramientas técnicas de ser necesario.



NOTAS

- Los tiempos pueden disminuir dependiendo de la complejidad de los temas o necesidades específicas de las organizaciones que demanden ajustes especiales o no.
- Siempre es mejor si se tiene retroalimentación de los usauro finales o líderes de equipo en las etapas de diseño.

** El presente documento es para uso exclusivo del destinatario. Si el lector o usuario de este documento no es el destinatario, está notificado que cualquier distribución de esta información está estrictamente prohibida. Confidencialidad NIVEL 2. Consulte nuestro Aviso de Privacidad en www.icon.edu.mx

13. NUESTRO FACULTY

Expertos de talla nacional e internacional con enfoque y experiencia única

~~No Docentes~~

Sí Facilitadores

~~No Académicos~~

Sí Especialistas

- Nuestros facilitadores son expertos consultores cada uno destacado en su campo de acción Entendemos los tipos de facilitadores y como de manera particular, cada perfil, abona valor a los participantes..
- Contamos con un equipo que ha permeado las áreas organizacionales desde proceso de innovación, creatividad soft skills, hasta talleres de prototipado, finanzas y transformación del turismo.
- Sus perfiles se diversifican desde oradores, conferencistas, consultores, emprendedores y altos ejecutivos. Todos con un profundo espíritu estratégico, innovador y disruptivo.
- Han creado marcas, realizado proyectos de innovación transformativa, han sido invitados a TED, fundado aceleradoras, creado emprendimientos, han sido coaches en organizaciones, han impactado de forma positiva el mundo.

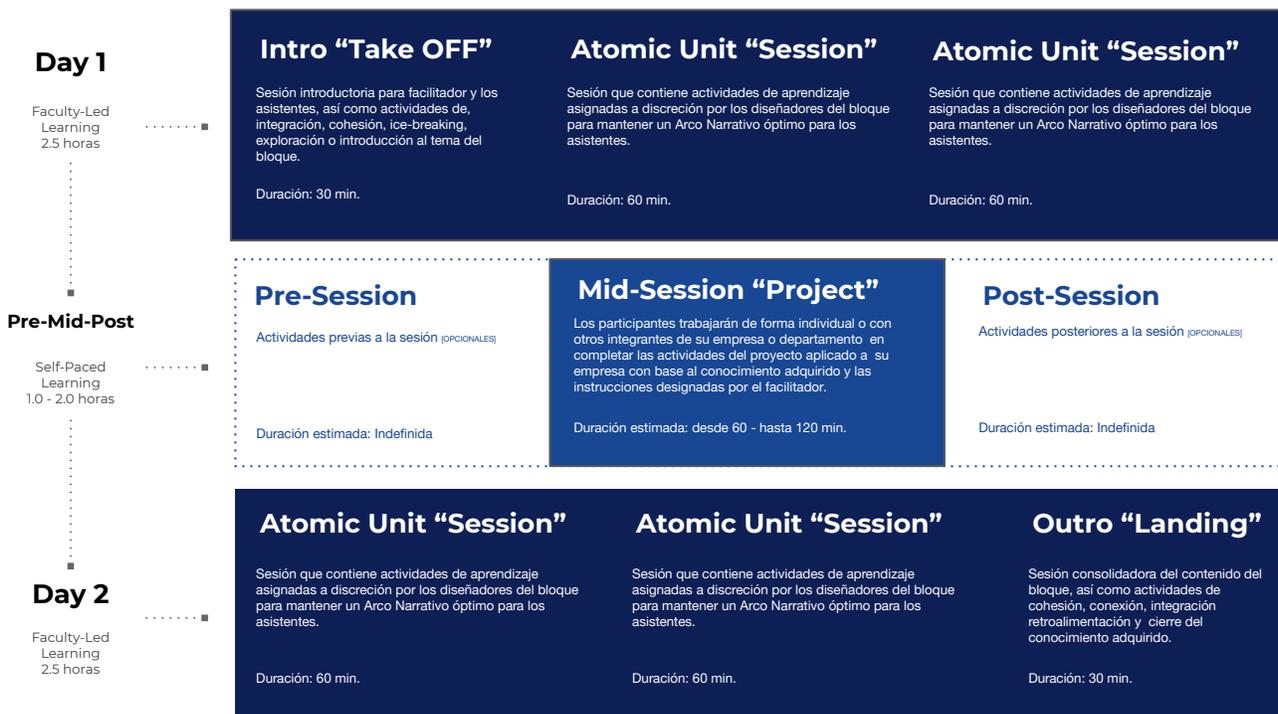
Parte de su legado se encuentra en:



14. ESTRUCTURA DEL APRENDIZAJE

La construcción de un Bloque Digital/Virtual

Los programas educativos deben de ser flexibles y fácilmente actualizables por lo que **ICON** ha diseñado como base de su estructura los **BLOQUES** que tienen una duración de 5 horas y se imparten en un periodo de dos días. Este es nuestro modelo de impartición del aprendizaje.



Learning Atomic Units Sessions

Faculty-Led Learning

- **Virtual/Digital Master Class Lecture [INDISPENSABLE]**
- Virtual Case-based Learning
- Virtual Experiential Exercise/Activity
- Virtual Interactive Workshop/Bootcamp Exercise/Activity
- Virtual Individual/Team Action Learning Project
- Virtual Group Discussion
- Virtual 1on1/Small Groups Discussion
- Virtual/Digital Simulations or Toolset Demos
- Virtual 1on1 Faculty Coaching
- Virtual Peer Coaching
- Virtual Faculty AMA "Ask Me Anything"
- Virtual Individual Assessment (Evaluación Individual)
- Virtual Team Assessment (Evaluación en Equipo)
- Virtual Multiple-Faculty Panel
- Virtual Multiple-Faculty Panel Q&A

Pre-Mid-Post Learning Activities

Self-Paced Learning

- **Project-Based Activities "Project" [INDISPENSABLE]**
- Case-Based Activity
- Research Activity
- Written-based Activity (Books, Articles...)
- Sound-based Activity (Podcast, Soundclass...)
- Video-based Activity (Movies, Documentary, Online Video...)
- Digital/Virtual Forum Discussion
- Digital/Virtual Experiential Exercise/Activity
- Virtual Peer Project Checkup Sesión
- Virtual Faculty Project Checkup Sesión
- Complementary MOOC "Massive Online Open Course"

15. EXPERIENCIA DEL APRENDIZAJE

La integración de los elementos necesarios

Desde el diseño nos enfocamos en optimizar la experiencia del usuario. Cuidamos cada paso en su recorrido a través de nuestros programas.

FLEXIBILIDAD Y CO-CREACIÓN

Nos interesa que tengas lo que buscabas.

ICON pone a su disposición todos los recursos para hacer programas a la medida bien sea ajustando a petición algunos elementos de nuestros programas prediseñados o construyendo con las organizaciones experiencias formativas totalmente desde el inicio para cumplir con sus necesidades.

INTERACCIÓN

Nos importa lo que piensas.

Usamos herramientas que te permiten interactuar durante nuestros programas de manera sincrónica o asincrónica garantizando que las dudas no sean olvidadas. Rondas de votación indican las preguntas más interesantes que permiten profundizar sobre lo que más interesa al auditorio por parte de los facilitadores.

HERRAMIENTAS DE COLABORACIÓN

Queremos que sigas trabajando en equipo.

Usamos las mejores herramientas digitales para crear experiencias colaborativas fomentando el interés en los programas, la discusión y la generación de ideas.

MONITORES Y ASISTENCIA TÉCNICA

Queremos que todo funcione.

Nuestros monitores están en tiempo real para prestar asistencia ante cualquier necesidad técnica o fundamental que se requiera.

CONSEJOS Y DEMOS

Nos interesa que te concentres en lo importante.

A los asistentes les entregamos información previa para que dominen las herramientas que utilizamos.

HERRAMIENTAS DE VIDEOCONFERENCIAS ÓPTIMAS

Nos Importa tu experiencia.

Usamos herramientas actuales de videoconferencia y sus aplicaciones avanzadas para mantener una calidad e interacción del grupo atractiva que comprometa la atención del auditorio.

16. ENTRENAMIENTO CONTINUADO

Un enfoque que permite una completa transformación organizacional

Algunos programas por su naturaleza tienen más impacto sobre el personal si se retoma en sesiones de entrenamiento que permite debatir como se ha aplicado el conocimiento, seguimiento a procesos, o casos particulares que hayan ocurrido relacionados con los programas.

EN QUE CONSISTE

Se propone sesiones **guiadas** con espacios de **1 mes entre cada sesión** donde los participantes compartan experiencias y sean retroalimentados por nuestro consultor para profundizar en casos particulares, y mejoras que se puedan lograr en una técnica, conocimiento aplicado o contexto específico.

KEY TAKEAWAYS

- Continuidad aplicada del conocimiento.
- Maximiza el ROI del programa.
- Internalizar el conocimiento adquirido.

VALORES AGREGADOS

ICON proveerá además de las sesiones con el facilitador, herramientas de seguimiento que permitan a los participantes recopilar información periódica, anotaciones e ideas para que no pierdan la trazabilidad y reflexiones sobre sus experiencias que quieran compartir y profundizar en las sesiones guiadas.

*El cliente puede tomar una cantidad de horas diferentes. La cantidad de horas o sesiones dependerá también de los programas y proyectos.



17. LEARNING PATHS

Las rutas de aprendizaje con impacto transformativo.

Con la globalización y la aceleración tecnológica las empresas deben centrar sus esfuerzos de capacitación en áreas estratégicas; para **ICON** las áreas de mayor impacto en las que las organizaciones deben de crear rutas de aprendizaje son:

1. **BUSINESS STRATEGY:** La revisión de la estrategia y el modelo de negocio.
2. **PEOPLE AND CULTURE:** Cultura Organizacional y desarrollo de habilidades para el capital humano.
3. **PRODUCT & SERVICE INNOVATION:** La creación e innovación en la oferta de productos y servicios de la organización.
4. **BUSINESS EXECUTION:** Aplicación de herramientas administrativas contemporáneas para propulsar tu negocio
5. **NEW MARKETING:** Enfoque en nuevos modelos de venta digital y conexión con los clientes.
6. **EXPONENTIAL TRANSFORMATION:** Implementación de modelos organizaciones para lograr una evolución exponencial
7. **DIGITAL TRANSFORMATION:** La transformación digital de las organizaciones.
8. **APPLIED INFORMATIONS TECHNOLOGIES:** La utilización de tecnología para crear nuevos modelos de negocio o mejorar el modelo actual.



BUSINESS STRATEGY

PROGRAMS

- BUSINESS INNOVATION EXECUTIVE PROGRAM
- CORPORATE BUSINESS STRATEGY
- DISEÑO DE FUTUROS
- ECONOMÍA DE LAS EXPERIENCIAS
- NEGOCIOS POST-COVID: RECONFIGURACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO
- RIESGOS, RETOS Y SOLUCIONES EN TU MODELO DE NEGOCIO

PRODUCT & SERVICE INNOVATION

PROGRAMS

- ADMINISTRACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD
- ANÁLISIS Y DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO Y EMPRENDIMIENTO ÁGIL
- APPLIED SERVICE DESIGN PROJECT
- CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA INNOVACIÓN
- DESARROLLO E INNOVACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS
- DESIGN SPRINT
- EXECUTIVE SERVICE DESIGN PROGRAM
- INNOVACIÓN EXPONENCIAL
- INNOVACIÓN SISTEMÁTICA
- MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (UX): INTERNO Y EXTERNO
- SERVICE DESIGN CERTIFICATE
- TENDENCIAS EN INNOVACIÓN
- WORKSHOP CUSTOMER EXPERIENCE
- WORKSHOP DE SERVICE DESIGN: DISEÑA TU SERVICIO

NEW MARKETING PROGRAMS

MARKETING

- CONTENT MARKETING
- DATA DRIVEN MARKETING
- DIGITAL SELLING
- GROWTH HACKING
- INBOUND MARKETING
- MARKETING 5.0
- MARKETING ESTRATÉGICO

ENTERPRISE SALES

- ANALYTICS PARA VENTAS
- AUTOMATIZACIÓN DE VENTAS
- CREA VALOR EN LA ESTRATEGIA DE VENTA
- DISEÑO DEL EQUIPO DE VENTAS
- ESTRATEGIAS EN LA VENTA DE PROPIEDAD RAÍZ
- MOTIVACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS
- RELEASE THE BEAST: EL VENDEDOR IDEAL

BRANDING

- ARQUITECTURA Y ESTRATEGIA DE MARCA
- CREANDO MARCAS POTENTES
- CUSTOMER BASED BRAND EQUITY
- ESTRATÉGIAS DE COMUNICACIÓN DE MARCA

DIGITAL TRANSFORMATION

PROGRAMS

DIGITAL ECONOMY

- DIGITAL INNOVATION
- DIGITAL LEADERSHIP
- DIGITAL MINDSET
- DIGITAL TRANSFORMATION STRATEGY
- ESTRATEGIAS DE VALOR DIGITAL EN
ACTIVOS NO DIGITALES
- MODELOS DE NEGOCIOS FINANCIEROS
DIGITALES: FINTECH & DIGITAL BANKING
- WORKSHOP: TRANSFORMACIÓN ACTIVOS
DIGITALES
- NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

DATA MANAGEMENT

- DATA ANALYTICS
- DATA MANAGEMENT SYSTEM

BUSINESS EXECUTION PROGRAMS

PROJECT MANAGEMENT

- IMPLEMENTACIÓN DE OKRS Y KPIS
- METODOLOGÍAS ÁGILES APLICADAS: SCRUM Y KANBAN
- PROJECT MANAGEMENT FUNDAMENTALS

FINANCE

- CAPITAL ALLOCATION
- RISK MANAGEMENT

PEOPLE AND CULTURE PROGRAMS

SOFT SKILLS

- ACTIVE LEARNING SKILLS
- COACHING EFECTIVO: POTENCIA EL TALENTO DE TU EQUIPO
- CREATIVIDAD CON INICIATIVA
- ESTRATEGIA EN LA TOMA DE DECISIONES
- HABILIDADES DE COLABORACIÓN
- INTELIGENCIA EMOCIONAL Y ADAPTABILIDAD
- LIDERAZGO EXPONENCIAL: EL LÍDER EN LA ERA DIGITAL
- LIDERAZGO REMOTO Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
- PENSAMIENTO ANALÍTICO Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- PERSUASIÓN ORGANIZACIONAL
- PRESENTACIONES TRASCENDENTES
- PSICOLOGÍA POSITIVA EN LA ERA DIGITAL
- STORYTELLING
- TEAM BUILDER
- TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN
- TIME MANAGEMENT EN LA ERA DIGITAL

BIENESTAR INTEGRAL

- BURNOUT MANAGEMENT
- EMPATÍA Y ESTRÉS DURANTE EL COVID
- NOM 035: PLAN DE TRABAJO Y APLICACIÓN
- PROGRAMA DE BIENESTAR INTEGRAL
- STRESS MANAGEMENT

EXPONENTIAL TRANSFORMATION

PROGRAMS

SCALE UP

- DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIOS EXPONENCIALES
- ESCALAMIENTO ORGANIZACIONAL: "SCALING UP"

TRENDS

- ECONOMÍAS DIGITALES
- TENDENCIAS DE INNOVACIÓN DE NEGOCIOS

APPLIED INFORMATION TECHNOLOGIES

PROGRAMS

ADMINISTRACIÓN DE TECNOLOGÍAS

- WEB MANAGEMENT
- CLOUD COMPUTING MANAGEMENT

CORPORATE CYBERSECURITY

- AMENAZA INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN
- AMENAZAS A LA CIBERSEGURIDAD, INVESTIGACIÓN DIGITAL Y RESPUESTA A INCIDENTES
- CONTINUIDAD DE NEGOCIO, RECUPERACIÓN DE DESASTRES Y GESTIÓN DE CRISIS
- CORPORATE SHIELDING
- CULTURA DE CIBERSEGURIDAD ORGANIZACIONAL
- CYBERSECURITY AWARENESS
- CYBERSECURITY FOUNDATIONS
- FORMACIÓN EN ETHICAL HACKING
- FORMACIÓN PARA GERENCIA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN: PREPARACIÓN CERTIFICATO CISM
- PROTOCOLO DE PROTECCIÓN: ESTÁNDARES Y MARCOS DE REFERENCIA DE CIBERSEGURIDAD
- SEMINARIOS: CIBERSEGURIDAD ORGANIZACIONAL
- ESTRATEGIA DE CIBERSEGURIDAD Y GESTIÓN DEL RIESGO

17. WHAT'S NEXT?

Pre-configured or configure it by yourself. Your choice.

+1000 POSSIBILITIES

Algunas de nuestras áreas de experticia en la transformación organizacional. Ponemos a nuestra disposición todos nuestros recursos para ejecutar programas de formación hechos a la medida con precisión quirúrgica para nuestros aliados.

#Innovación

- Creatividad
- Innovación
- Exponenciales
- Pensamiento de Diseño
- Diseño de Experiencias
- Diseño de Producto
- Diseño de Servicios
- Diseño de Futuros

#Emprendimiento

- Modelos de Negocio
- Fundador
- Crecimiento
- Visión
- Propuesta de Valor
- Lean StartUp
- Intraemprendimiento
- Agile / SCRUM / KANBAN

#Administración

- Habilidades de Administrativas
- Administración de Productos
- Administración de Proyectos
- Administración de Riesgos
- Administración de la Calidad
- Administración de Procesos
- Administración del Desempeño (Métricas)
- Administración de TI
- Productividad de Oficina

#Recursos Humanos

- Cultura Organizacional
- Reclutamiento
- Diseño Instruccional
- Administración del Talento
- Contrataciones
- Administración de Conflictos

#Marketing/Ventas

- Marketing 5.0
- Branding
- Fundamentos de Marketing
- Estrategia de Marketing
- Marketing Móvil
- Marketing Digital
- Marketing de Contenidos
- Search Engine Optimization
- Voice Search Optimization
- Social Media Marketing
- Analíticos y Automatización
- Relaciones Públicas
- Growth Hacking
- Publicidad
- Planeación de Eventos
- Optimización de la tasa de conversión
- Fundraising
- Pruebas A/B
- Comunicación
- Medios
- Desarrollo de Negocio
- Habilidades de Ventas
- Ventas B2B
- LinkedIn
- Generación de Leads
- Email en frío (Mailing)
- Habilidades de Presentación
- Llamadas en frío
- Servicio al Cliente

#TI

- Exponential Technologies
- Cybersecurity
- Ethical Hacking
- Data Management

#Finanzas

- Contabilidad Administrativa
- Contabilidad de Emprendimiento
- Cumplimiento Contable
- Análisis Financiero
- Inversiones
- Fundamentos financieros
- Modelos financieros
- Modelado y Análisis Financiero
- Fintech

#Estrategia

- Estrategia de Negocios
- Estrategia Digital
- Modelos de Toma de Decisiones
- Estrategia del Oceano Azul
- Estrategia Corporativa
- Estrategia Financiera
- Estrategia de Precios
- Estrategia Global

#Derecho Empresarial

- Legal Design
- Legal Innovation
- Leyes
- Derecho Contractual
- Negociación de Contratos
- Patentes
- Propiedad Intelectual
- GDPR

#Desarrollo Humano

- Liderazgo
- Soft Skills
- Creatividad
- Influencia
- Motivación
- Autoestima
- Productividad
- Plan de vida y carrera
- Potencial Humano
- Inteligencia Emocional
- Oratoria y hablar en público
- Manejo del estrés
- Habilidades de aprendizaje
- Finanzas personales
- Construcción de marca personal
- Transformación personal
- Relaciones & Paternidad
- Religión & Espiritualidad
- Felicidad

#Economía

- Microeconomía en los negocios
- Macroeconomía estratégica
- Teorías Económicas Contemporáneas
- Digital Economy
- Experience Economy
- Gig Economy

SOME TOP PICKS

Te podría interesar

AUTOEVALUACIÓN DE MADUREZ DIGITAL

Qué tan avanzada está tu organización en el proceso de transformación digital? Este es un buen comienzo para averiguarlo: [descarga esta autoevaluación](#)

NUEVO EN EL DISEÑO DE SERVICIOS?

Nuestra recomendación de literatura en el tema y las bases del modelo lo puedes [encontrar aquí](#)
Fjord explica el concepto de manera muy ágil en [este video](#)

LAS CIFRAS

Solo el **10%** de las organizaciones fueron resilientes (se prepararon) durante la crisis del 2008. Sin embargo, esas mismas organizaciones 9 años después, superaron en **150%** en desempeño al mercado. Aquí el [artículo completo](#).

NOW START

TO BE AN ICON

Wa +524773920075

| www.icon.edu.mx

| corporate@icon.edu.mx