

Modalidad **virtual**

# Programa Avanzado en *Ciencias del Comportamiento*

para la Transformación  
de la Experiencia  
del Cliente

---

Sé lo que el **mundo necesita.**





**Eleva la satisfacción del cliente y fortalece tu ventaja competitiva con estrategias respaldadas por las Ciencias del Comportamiento.**

## Acerca del curso

El entorno competitivo ofrece a las organizaciones la oportunidad de evaluar los cambios en las expectativas y el contexto en el que viven los consumidores, comprender las capacidades y recursos organizacionales, y crear experiencias que les permita generar una ventaja competitiva sostenible, diferenciándose de otras organizaciones. En entornos complejos, dinámicos, volátiles e inciertos, como el que vivimos actualmente, este proceso requiere del uso de conceptos y herramientas en un proceso sistemático y no puede ser soportado únicamente por la intuición o la improvisación.

Lo anterior implica que la experiencia del consumidor debe ser cuidadosamente planificada, diseñada, ensayada, ejecutada y evaluada si se quiere alcanzar el éxito y aprender de las oportunidades de mejora. Hoy es una meta central conseguir que los colaboradores y clientes reciban de manera efectiva una experiencia memorable que les permita mantener su relación con la organización y recomendarla a terceros.

En este panorama, este curso se centra en las Ciencias del Comportamiento para ofrecer las habilidades y conocimientos esenciales para evolucionar un proceso de transformación en la experiencia de los colaboradores y clientes en las organizaciones. Adicionalmente, el curso ofrecerá un acercamiento inicial sobre cómo la Inteligencia Artificial se erige como otra disciplina que puede contribuir a este fin.

A través de esta formación, los participantes serán capaces de diseñar estrategias que favorezcan la experiencia, con base en la comprensión y predicción del comportamiento del cliente, lo que les permitirá tomar decisiones informadas y estratégicas. Estas decisiones, a su vez, mejorarán la satisfacción del cliente y fortalecerán la cultura empresarial, al traducirse en un entorno en el que tanto los colaboradores internos como los clientes externos se sentirán valorados y satisfechos.

## Objetivo general

Transformar la experiencia de los colaboradores y clientes, a nivel interno y externo, para fomentar una cultura organizacional centrada en ellos, a través de la aplicación de herramientas de las Ciencias del Comportamiento.

## Objetivos específicos

- Aplicar herramientas de las Ciencias del Comportamiento para identificar patrones y tendencias en el comportamiento de los colaboradores y clientes.
- Transformar la experiencia de los colaboradores y clientes, para fomentar una cultura organizacional centrada en ellos.
- Garantizar un mayor impacto de las estrategias de transformación de la experiencia de los colaboradores y clientes, al vincular dentro de la gestión elementos de las ciencias del comportamiento.
- Conocer de forma general cómo la Inteligencia Artificial puede contribuir a la mejora de la experiencia de los colaboradores y clientes.

## Contenido:

### **Modulo 1: Pilares de la experiencia del cliente**

- Experiencia de cliente como estrategia de negocio
- Modelo de gestión de la experiencia

### **Modulo 2: Ciencias del comportamiento aplicadas a la transformación de la Experiencia del Cliente**

- Transformación hacia una cultura de la experiencia
- Cuatro principios de la toma de decisiones
- Taller de aplicación
- El diseño para el cambio
- Caja de herramientas para intervenir los comportamientos I
- Caja de herramientas para intervenir los comportamientos II
- Caja de herramientas para intervenir los comportamientos III
- Midiendo, evaluando y escalando el cambio
- Aplicación de las ciencias del comportamiento: Casos de éxito

## Contenido:

### Semana de asesoría de los proyectos

### Modulo 3: Otras herramientas para mejorar la Experiencia del Cliente: aproximación a la Inteligencia Artificial

- Introducción a la IA
- Conectando los motivadores del comportamiento con las aplicaciones tecnológicas que benefician la experiencia
- Laboratorio de usos prácticos

### Cierre - Presentación de los proyectos finales



## Dirigido a:

Gerentes, directivos y líderes de las áreas de experiencia del clientes, servicio e innovación, que tengan dentro de sus funciones la gestión de experiencias y cuyo objetivo sea el de transformar la experiencia interna y externa hacia relaciones más humanas, a partir de los principios de las Ciencias del Comportamiento, como herramienta para predecir comportamientos, tomar decisiones y crear experiencias diferenciadoras, más efectivas y satisfactorias.

Por lo tanto, para este curso, se espera que los participantes tengan los conocimientos básicos asociados a la experiencia del cliente y, además, que estén enfrentando problemas concretos en sus organizaciones relacionados con la transformación de la cultura empresarial centrada en los colaboradores y los clientes, a través de la intervención de los comportamientos que tienen incidencia en la experiencia.

## Metodología

- Este curso está diseñado para garantizar la participación activa y práctica a través de sesiones, en las que se trabajarán:
  - Talleres de aplicación
  - Discusión de casos
  - Presentación de casos de éxito
- Al finalizar el curso, los participantes recibirán los ejercicios resueltos y las diapositivas.

## Duración

**42 horas** (37 horas de sesiones sincrónicas y 5 horas de trabajo autónomo).

## Certificación

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



# Profesores

## Fabián Ruiz

MBA con grado Cum Laude de la Universidad de los Andes, Coach certificado por la Universidad de California (ADEN) y con certificados del Advanced Management Course de Babson College & Duke University y del Programa de Alta Gerencia Internacional de la Universidad de los Andes. También, posee una especialización en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario. Cuenta con más de 20 años de experiencia en diferentes posiciones gerenciales y de mercadeo estratégico y operativo, posiciones que ha complementado con funciones de coach y mentoría para el desarrollo de talento.

Escritor de los libros “Experiencias que Marcan tu Diferencia” y “Tu Marca Personal en Acción”. Fue Gerente de Marketing y Desarrollo de Negocios en Siemens para la región Austral-Andina, así como gerente general a nivel regional de Unidades Estratégicas de Negocio y coordinador corporativo de los programas de Account Management. En esta misma organización, ocupó el cargo de gerente de Ventas y Canales de Distribución.

Ha sido profesor de posgrado en diferentes reconocidas universidades de Colombia. En la actualidad, es profesor para las maestrías en Administración (MBA) y Mercadeo en la Universidad de los Andes, en temas como marca personal, customer experience, gerencia de marketing y marketing B2B, labor por la que en 2018 recibió el premio al mejor profesor de marketing por la revista especializada P&M.



# Profesores

## Andrés Casas

Es un científico del comportamiento y la decisión de la Universidad de Pensilvania (MBDS), politólogo, magíster en Filosofía e investigador doctoral en de Neurociencia (Universidad Javeriana) y de Psicología Social (Universidad de Tel Aviv). Su investigación utiliza la investigación traslacional y la ciencia ciudadana para identificar y transformar el congelamiento mental. En su trabajo aplica las ciencias del comportamiento y las comunicaciones, para diseñar intervenciones dirigidas a transformar las barreras sociopsicológicas y culturales al cambio prosocial, mejorar el uso de people analytics y la experiencia de usuario. Ha escrito más de 7 libros sobre diseño, aplicación y uso de la investigación científica al cambio social, así como numerosos artículos científicos y reportes técnicos.

Su actividad de consultoría se ha desarrollado en América Latina, Estados Unidos, África y Medio Oriente. Me concentro en las aplicaciones de las ciencias del cerebro y del comportamiento a las políticas públicas, la dinámica organizacional, la programación de normas sociales, las comunicaciones para el cambio social y de comportamiento y las ciencias de la paz. Desde 2010, se ha desempeñado como IP de la Encuesta Mundial de Valores en Colombia y lidera el Proyecto Neuropaz.com que combina Ciencias del Cerebro y del Comportamiento, Economía del Comportamiento, Políticas y Prácticas Públicas. Actualmente es profesor de educación ejecutiva de la Universidad de Los Andes y del Tec de Monterrey.



# Profesores

## Rubén Manrique

Profesor asistente del Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Master en Ingeniería de Sistemas y Computación y Doctor en Ingeniería de la Universidad de los Andes. Miembro del grupo de investigación TICSw-Tecnologías de Información y Construcción de Software. Previamente ocupó diversas posiciones en la industria como investigador senior en Inteligencia Artificial. Intereses y líneas de Investigación: Inteligencia Artificial, Procesamiento de Lenguaje Natural, Web Semántica.



## Irina del Mar Nieto

Magíster en Economía y Psicología de la Fundación Universitaria Behavior & Law (España) y Administración de Empresas, con estudios en Planeación Estratégica de Mercadeo del Politécnico Grancolombiano. Destaca como Miembro de la Junta Directiva de la Sociedad Científica de Economía de la Conducta (SOCEC) en España, así como Máster Coach Directivo y Financiero y Trainer de Programación Neurolingüística de The Society of NLP. Ha desarrollado programas y entrenamientos de educación y salud financiera, aplicando herramientas de economía conductual, neurociencias y coaching, beneficiando a más de 8.000 personas en entidades financieras y multinacionales en Latinoamérica. Asimismo, se desempeña como columnista en temas de economía, finanzas, actualidad y tendencias en diversos medios de comunicación, y como docente de ciencias del comportamiento para instituciones como la Universidad CESA (Colombia), Behavior & Law (España) y Evidentia University (EE. UU.). Con más de 11 años de experiencia, Irina también ha destacado como Coach de directivos, deportistas y médicos en organizaciones a nivel nacional e internacional en sectores como automotriz, salud, farmacéutico, retail y financiero.



# Profesores

## Harold Díaz

Ingeniero de Sistemas y Máster en Marketing y Ventas, con más de 16 años de experiencia en Marketing, CRM, Datamining y AI/BI. Posee un Programa de Desarrollo Directivo de Inalde Business School y ha realizado estudios en NPL e inteligencia emocional en la Universidad de la Sabana. A lo largo de su carrera, ha ocupado roles en proyectos, marketing, CRM e inteligencia empresarial para organizaciones como Helm Bank, Falabella, Banco de Crédito HFS, Gluky Group y Java Company. Actualmente, se desempeña como CEO de Ressolve, una empresa de desarrollo de software enfocada en Inteligencia Artificial para entender e interpretar conversaciones, extrayendo insights valiosos para mejorar la experiencia del cliente y rentabilizar el negocio.



## Daniel Reales

Profesional en Ciencias de la Computación y Economía de la Universidad de los Andes. Con experiencia previa como Ingeniero de Software en Quantil, donde implementó soluciones de computación paralela que aumentaron la velocidad de los procesos de planificación para una importante empresa petrolera en Colombia. Actualmente, se desempeña como Asistente de Investigación en la Universidad de los Andes, dedicado a mejorar la traducción de material educativo mediante la investigación en Procesamiento del Lenguaje Natural. Además, es el CEO de Sendeo, una empresa de logística, transporte y cadena de suministro impulsada por tecnología.



## Descuentos y beneficios

**Conoce los descuentos y beneficios a los que puedes acceder:**

**10%** de descuento por pronto pago

**15%** de descuento para empresas agremiadas al GCX

**15%** para egresados de la Universidad de los Andes (pregrado y posgrado).

**10%** para estudiantes Uniandes, y para familiares de estudiantes y egresados

**15%** para grupos de 3-4 personas de la misma organización

**20%** para grupos desde 3 personas de la misma empresa agremiada al GCX

**40%** para colaboradores Uniandes y de GCX



FINANCIAL  
TIMES

# RANKING FT 2023

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN  
COLOMBIA

Top. **28** A  
NIVEL MUNDIAL

Valor programa: \$4.200.000

\*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes  
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva  
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9  
Línea de Información: (601) 332 4144 ext. 2444 o 1145  
Línea gratuita nacional: 018000 123 300  
e-mail: [educacionejecutiva@uniandes.edu.co](mailto:educacionejecutiva@uniandes.edu.co)  
<http://administracion.uniandes.edu.co>



Executive Education - Universidad de los Andes

