



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Conferencia

Entrega Diplomas a la Séptima Promoción del Curso Experto Dirección Empresas Distribución Comercial



El lunes 4 de julio de 2016 tuvo lugar, en el Paraninfo de la Universidad de Oviedo, la entrega de Diplomas a la Séptima Promoción del Curso Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial. En el acto han intervenido:

D. Santiago García Granda

Rector Mgfc. de la Universidad de Oviedo

D. Esteban García Canal

Director del Instituto Universitario de la Empresa

D. Juan A. Trespalacios Gutiérrez

Director de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

D. Raimundo Pérez-Hernández y Torra

Director de la Fundación Ramón Areces

D. Jaime Terceiro Lomba

Presidente del Consejo de Ciencias Sociales de la Fundación Ramón Areces



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

D. Eduardo Estrada Alonso

Sub-Director de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Con motivo de este evento, **D. Juan Andrés Pro Dios** imparte una conferencia que lleva por título "Las TIC en la Distribución Comercial: Ciencia y Tecnología al servicio del cliente".



Juan Andrés Pro Dios es Matemático, especialista en Investigación Operativa y Estadística, es ponente y conferenciante habitual en foros relacionados con la tecnología y la matemática aplicada.

En la actualidad es el Director de Sistemas de Información de El Corte Inglés, empresa de la cuál ha sido empleado por más de 25 años.

Colabora con distintas universidades en el desarrollo de másteres y cursos en dirección de T.I., Big Data, Planificación Estratégica de las TIC y Arquitecturas Empresariales. A su vez, es el Vicepresidente de AUTELSI, Asociación empresarial de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, órgano consultivo de ámbito privado del Ministerio de Industria y de la SETSI.



D. Juan Andrés pronunció la conferencia sobre un tema de actualidad que lleva por título "Las TIC en la Distribución Comercial: Ciencia y Tecnología al servicio del cliente", que fue acogida con gran interés por el público asistente al acto académico.

D. Juan Andrés comenzó su intervención afirmando que el cliente de hoy en día elige un producto o servicio por la vivencia que ofrece éste antes de la compra y durante su consumo. Se trata de un consumidor cada vez más informado y que apenas diferencia las marcas. Ante este nuevo escenario surgen nuevas reglas de mercado, nuevos competidores globales, por lo que desarrollar un nuevo talento se hace indispensable. Para ello el software se hace clave, la distribución genera información de manera intensiva, por lo que el dato es la nueva materia prima a tener en cuenta por los distribuidores.

La transformación digital se basa en la idea de poner al cliente en el centro a través de las nuevas tecnologías, con el fin de satisfacer y superar las expectativas de éstos. Los datos que se reciben de los clientes, por ejemplo a través de sus tarjetas de fidelización, generan información muy rica, pero hay que saber interpretarla. El Big Data es el uso de grandes cantidades de información generadas a gran velocidad por diversas fuentes, el cual permite cumplir con la regla de las 4V del uso de la información: Volumen, Velocidad, Variedad y Veracidad.

En el análisis de datos se ha pasado de sistemas programados (los cuales siguen reglas predefinidas y proporcionan el mismo resultado a todos los usuarios) a sistemas cognitivos (aprenden y mejoran basándose en la experiencia e interpretan datos no tradicionales). Estos sistemas cognitivos son una nueva generación de computadores basados en nanotecnología, neurociencias y supercomputación que pueden transformar el modo en el que se comportan y funcionan, aplicando sobre el Big Data algoritmos de inteligencia artificial y de machine learning. Estos sistemas aprenden de sus experiencias, infieren, predicen y, de alguna manera, piensan.



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Todo esto lleva a la necesidad de buscar nuevos perfiles profesionales, con un talento especial para el análisis de datos y con nuevas formas de hacer las cosas.

