APPA
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ENERGÍAS RENOVABLES

Sector Energético 2.0: Cambios necesarios para Empresas y Trabajadores tras el **COVID19**

NUNKY
Your business mate

Abel Linares

EI COVID19

3ª R. Industrial - Transformación Digital

Digitalización Fase I

	#1RI	#2RI	#3RI
Energía	Carbón	Petróleo	Átomo
Industria	Vapor	Combustión	Digital
Comunicación	Imprenta	Teléfono	Social Media

Digitalización Fase I Experiencia de Cliente

2026: 50 Millones de coches serán autónomos

4ª R. Industrial - Tecnología Digital - Datos

Digitalización Fase II y III

	#1RI	#2RI	#3RI	#4RI
Energía	Carbón	Petróleo	Átomo	Renovables
Industria	Vapor	Combustión	Digital	#AI
Comunicación	Imprenta	Teléfono	Social Media	IoT Blockchain

“3 de cada 4 empresas del S&P-500 desaparecerán dentro de 15 años”

Bloomberg

¿Estamos preparados?

Digitalización Fase III Inteligencia Artificial sobre los datos

El **dato** es el oro del Siglo XXI

Puede ser un vil metal o una joya

El Dato ha cambiado el valor de los Activos

ROI Análogico vs ROI Digital

Visión

EGO-CENTRIC

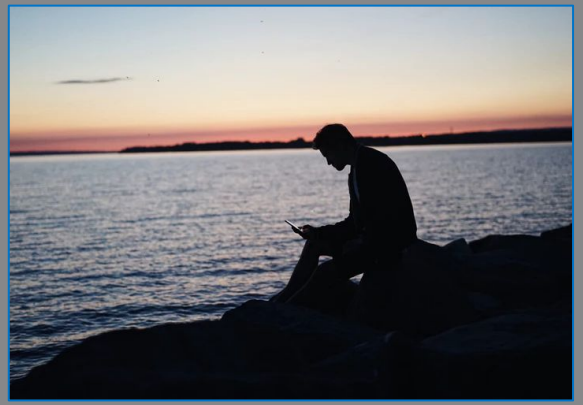
vs

CUSTOMER CENTRIC

¿Entendemos la Transformación Digital?

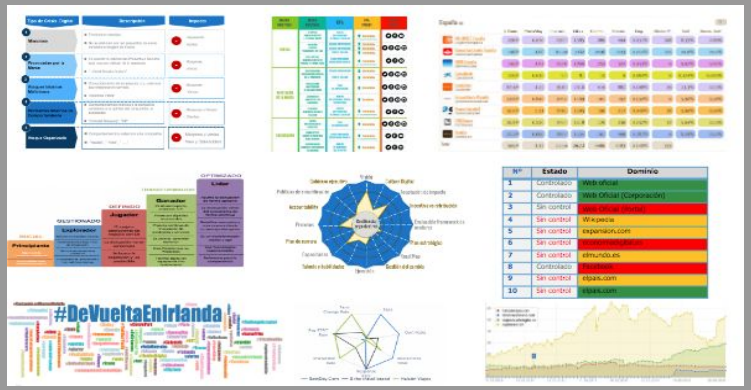
FASE I
CULTURA

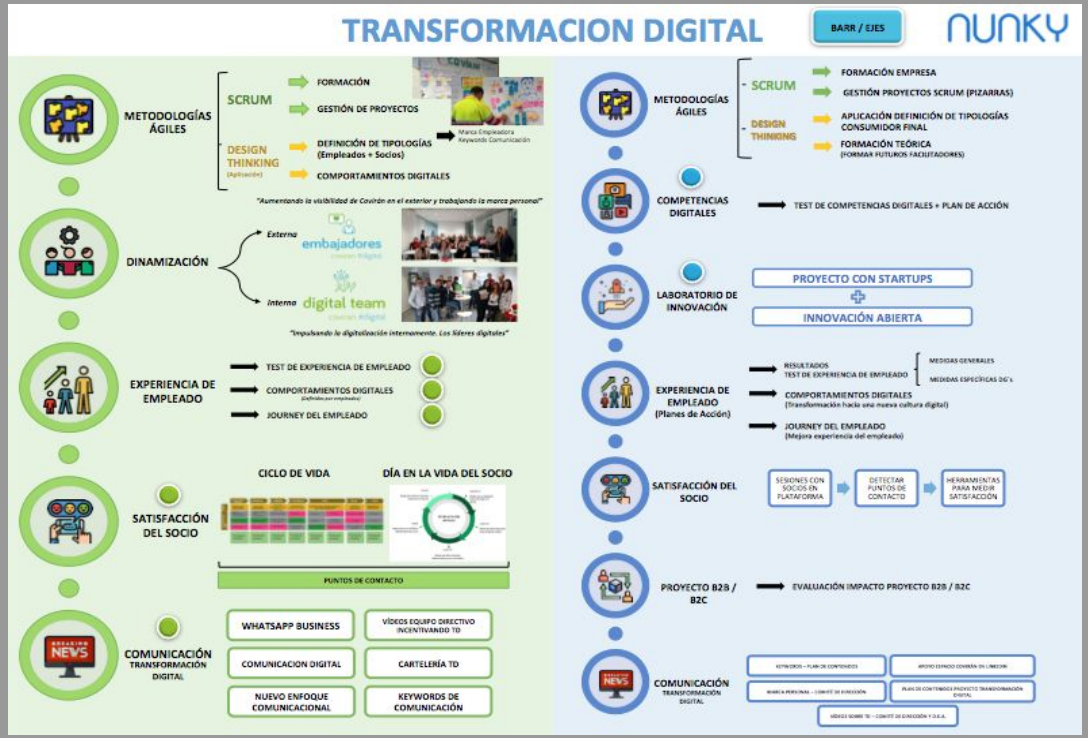
FASE II
PROCESOS



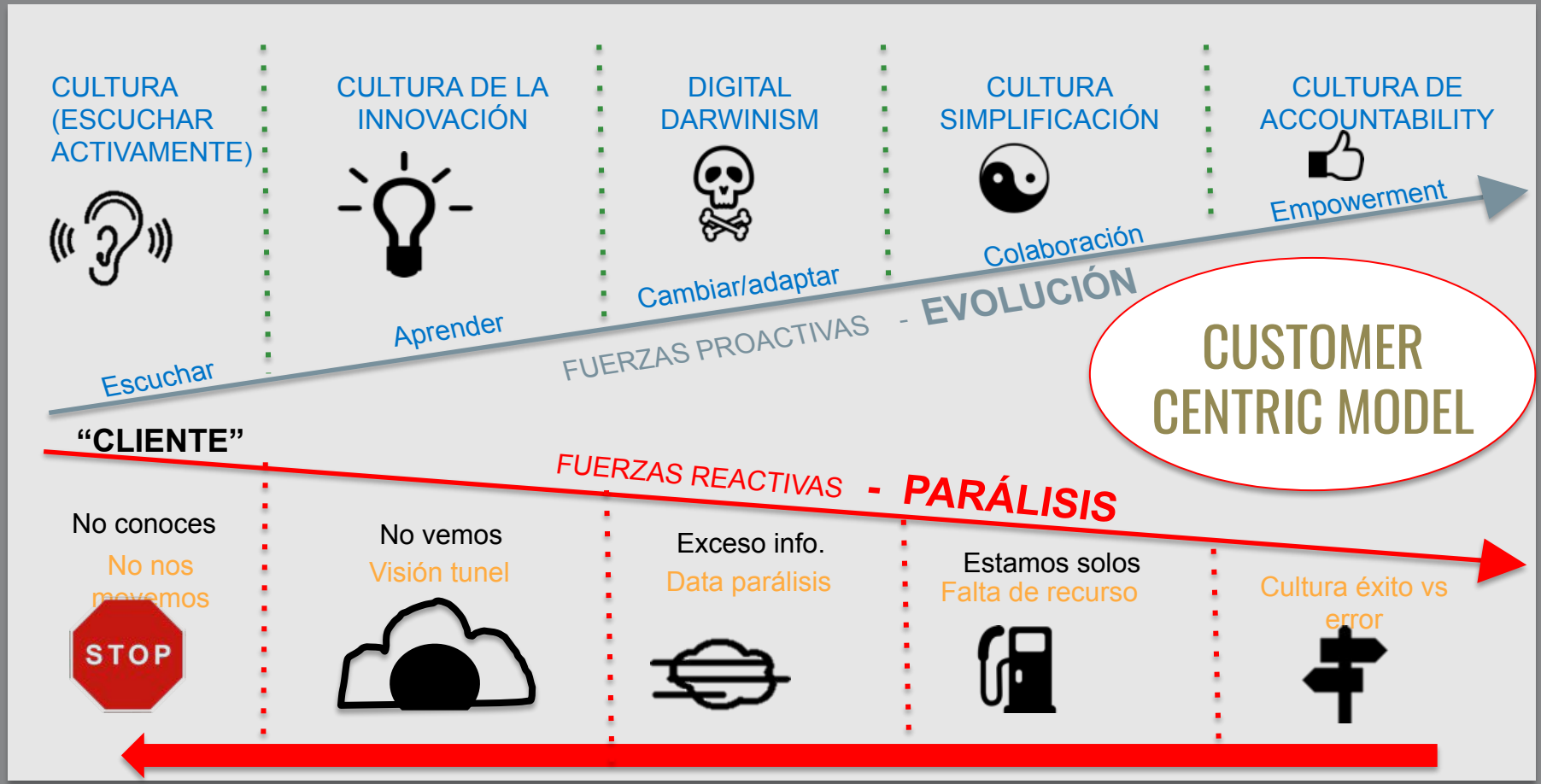
FASE III
PROFESIONAL
AUMENTADO

Nivel de Madurez Digital





Fuerzas Culturales + y -



Employer & Employee Brand. Confianza

Objetivo gestionar la marca de la empresa para convertirse en un referente empleador

¿Cómo?

INTERNAMENTE

A través de tus empleados

1º hay que motivar dentro, tener a los empleados satisfechos, conseguir que se identifiquen con los valores de la empresa

ACCIONES

Reuniones con:

SELECCIÓN **FORMACIÓN** **DTOR RRHH**

DIAGNÓSTICO DE GRADO DE MADUREZ
Y GAP CULTURAL

MENTALIZACION DIGITAL > VENDA ANALOGICA

CREACIÓN DE ESTRATEGIA
EMPLOYER & EMPLOYEE BRANDING

EXTERNAMENTE

A través de tu marca

El mundo está hipercompetido
Necesitamos a los mejores profesionales
2º Hay que conseguir llamar su atención y luego retenerlos

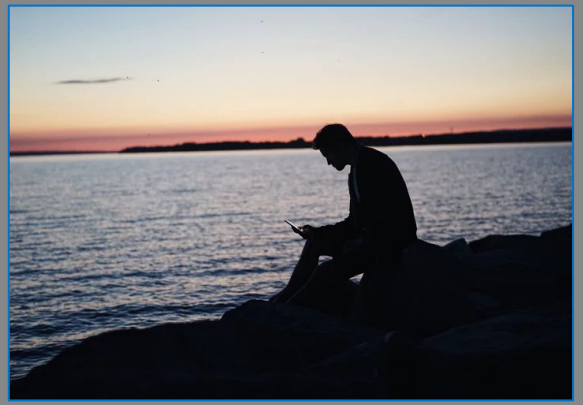
ACCIONES

1. **Analizar qué se dice de nuestra marca-empleador ya en la red (donde se habla, quién habla, qué dice?). Conocer DAFO**
2. **Crear una estrategia DE EMPLOYER BRANDING:**
    1. **Identificar el target al que quieres dirigirte**
    2. **Ver donde participa**
    3. **De qué forma**
    4. **(Las redes sociales – Herramientas de reclutamiento)**
    5. **Crear estrategia exterior (antes definir tu employee value proposition (horario flexible, recompensas, formación, proyección, etc))**

¿Entendemos la Transformación Digital?

FASE I
CULTURA

FASE II
PROCESOS



FASE III
PROFESIONAL
AUMENTADO

Drones
Ciberseguridad/PSIM
IoT
Smart Cities/Data Rights
Robots
RPA Asistido
Blockchain
Realidad Aumentada
Realidad Virtual
5G
NanoTech

Inteligencia Artificial
ComputerVision
NLP
Machine Learning
Deep Learning
...

Cada 39 segundos un hacker ataca

...y cuantos más datos hay mayor es la vulnerabilidad a los ciberataques

PSIM
Physical Security Systems

IoT 5G Blockchain Smart Cities

600 ciudades representan 60% PIB Mundial y el Coronavirus???

Inmobiliario? Privacidad? Datos?

Estrategia de innovación basada en Data Rights
se convierten en algo estratégico, un nuevo campo de juego donde la anticipación y visión estratégica es clave

En Ausencia de Regulación hace falta Principios

Robotización de Procesos Atendidos

¿Procesos y tareas susceptibles de automatización?

- Operaciones:

Procesamiento de facturas
Procesamiento de orden de compra
Gestión de inventario

- Recursos Humanos

Nuevos empleados y salientes
Comprobación de variación de nómina

- Finanzas y ADM

Libro mayor e informes
Cuentas por cobrar y gestión de efectivo
Cuentas por pagar e informe de gastos

- Cumplimiento Normativo

Procesamiento de reclamos
Servicio de políticas e informes
Activación de tarjetas
Descubrimiento de reclamaciones por fraude

- MK y Ventas

Gestión de datos del Cliente
Procesamiento de contactos
Agenda y gastos actualizados

La **IA** ha entrado en la Edad de **Implantación**

Inversión Mundial IA 2019
$35.8 billion

Crecimiento ´19 vs 2018 44.0%

Se espera duplicar para 2022

según IDC

Para la mayoría de las aplicaciones no se requieren súper especialistas

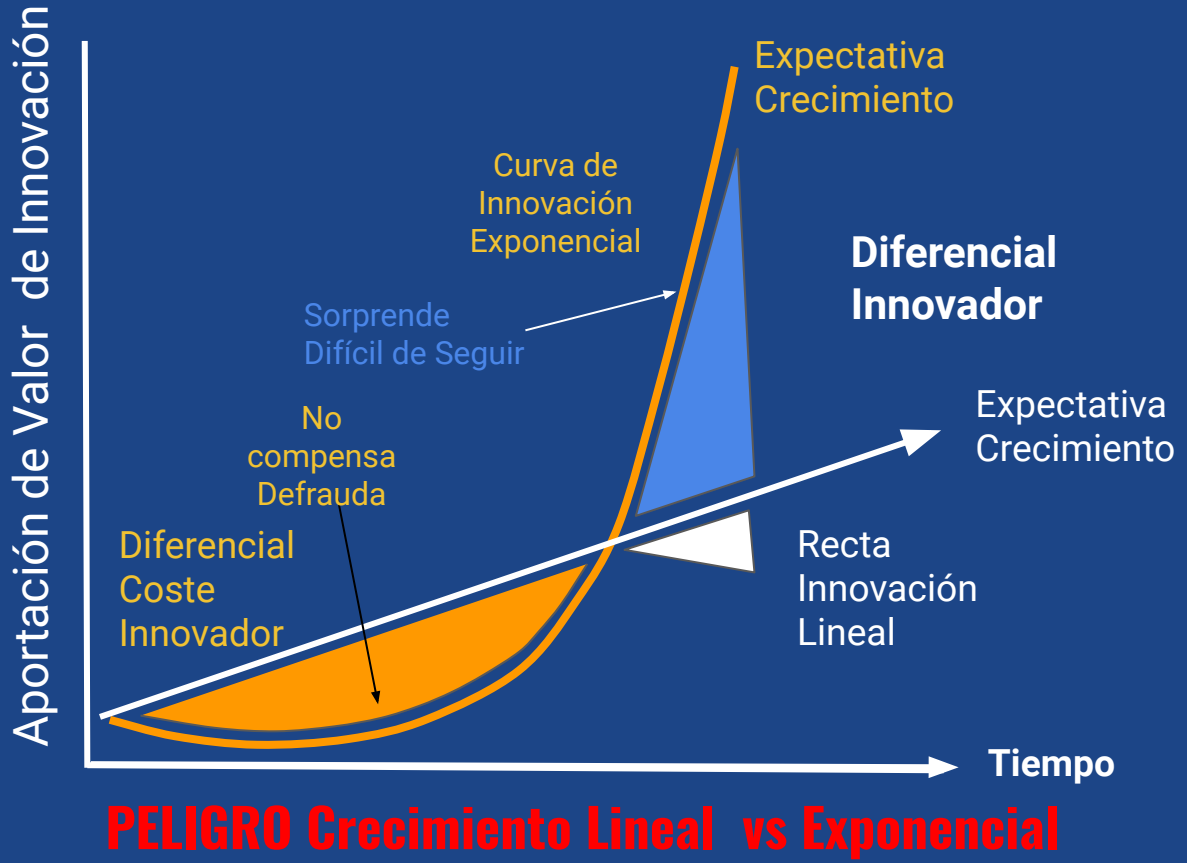
Curva de Innovación Tecnológica

Modelo de Difusión de la Innovación de Everett Rogers

Inteligencia Artificial

1. Incrementó DATOS
2. Reducción COSTOS
3. Incremento INVERSIÓN

Curva de Innovación

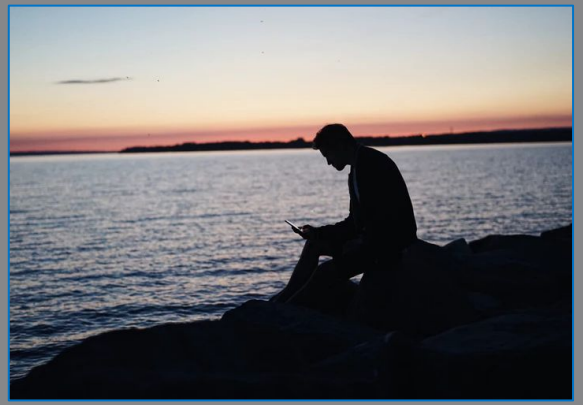


PELIGRO Crecimiento Lineal vs Exponencial

¿Entendemos la Transformación Digital?

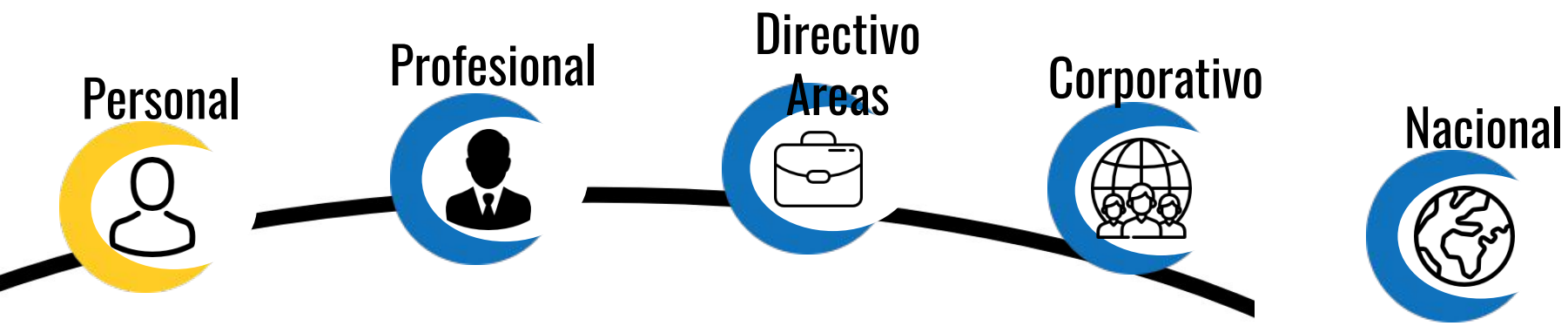
FASE I
CULTURA

FASE II
PROCESOS

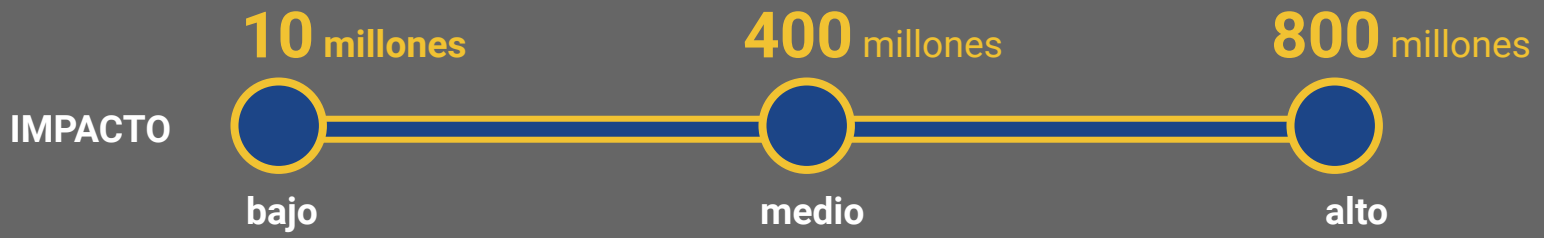


FASE III
PROFESIONAL
AUMENTADO

5 niveles en los que nos afecta la Transformación Digital



Llega “IA” ¿Qué necesitamos hacer en la empresa ?



Estimamos que entre 400 y 800 millones de individuos pueden ser desplazados de su trabajo por la automatización y necesitan encontrar trabajo para 2030

McKinsey Global Institute

La IA Aprende. Pensemos en Inteligencia Aumentada

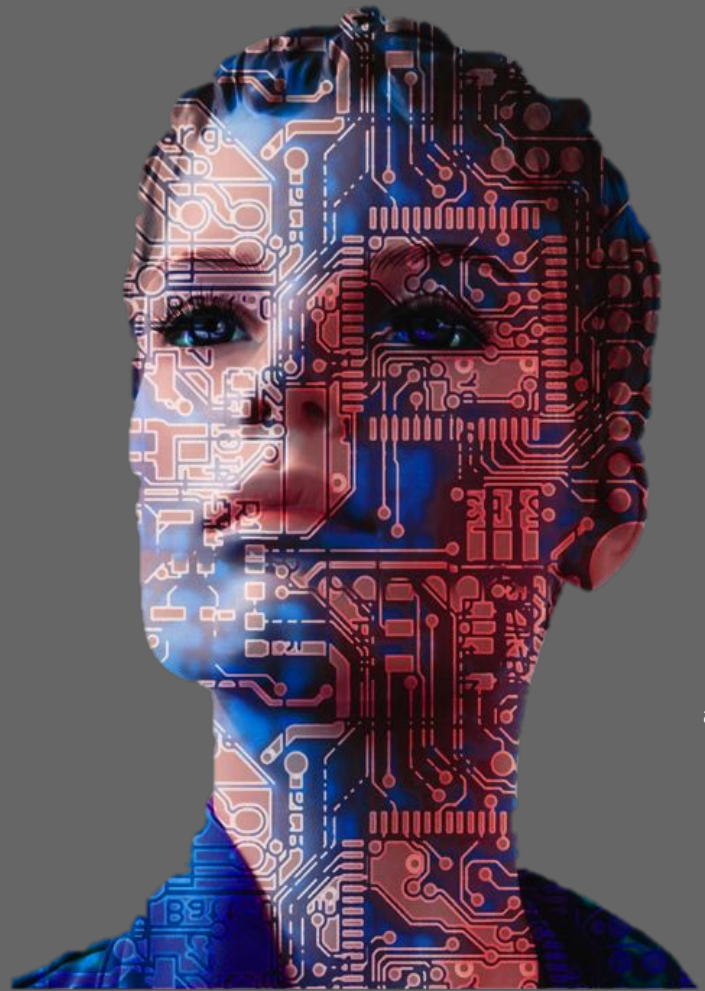
1. Modelos de Negocio
2. Comunicación
3. Marketing y Ventas
4. Atención al Cliente
5. Innovación
6. Ingeniería y productos
7. Finanzas
8. Creación de Valor
9. Cultura, Ética y Responsabilidad
10. Profesionales y la Organización

2020 Post Covid Trata de Optimización Digital no de Transformación Digital
2000 - 2010 Internet de las Personas. Transformación Cultural Digital
2010 - 2020 Internet de las Cosas. Transformación Operación Digital
2020 - 2030 Internet de los Datos. Transformación Inteligencia Digital

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ENERGÍAS RENOVABLES

Nunkyworld

Empresa Siglo XXI
Talento Siglo XXI



Gracias

Abel Linares

abel.linares@nunkyworld.com