



UNIVERSIDAD
CORPORATIVA
PERMANENTE
CIER



DESAFÍOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ENERGÍA EN TIEMPOS DEL CONVIVIR DIGITAL

CAPACITACIÓN A DISTANCIA



INTRODUCCIÓN

La transformación energética, resumida en 4D (Descentralización + Descarbonización + Digitalización + Demanda) es una de las expresiones de la nueva configuración del capitalismo: redes inteligentes + eficiencia energética + recursos energéticos distribuidos + Internet de las cosas (IoT) + vidas / hogares inteligentes.

Además, de forma acelerada por la experiencia con el Covid-19, hemos expandido nuestras habilidades digitales, pues por un lado las personas hemos ido aprendiendo rápidamente a conectarnos utilizando medios/canales digitales y, por el otro, las empresas también han tenido que aprender rápidamente a utilizar otros mecanismos para la interacción, la escucha y el relacionamiento con sus stakeholders.

Esta transformación implica nuevas identidades en lo digital. Por ahora, las identidades digitales se han conformado de forma diferente si el vivir ocurre Online u Offline.

Diferentes generaciones conectadas, diferentes identidades generacionales. Son todos ellos los nuevos actores sociales. Y es evidente también que el vivir y convivir en lo digital está siendo un nuevo espacio de relacionamiento y convivencia.

En este curso proponemos una mirada introductoria sobre los desafíos que tienen las empresas del sector energético para relacionarse con los distintos stakeholders, quienes ahora también construyen su identidad en lo digital y, además, tienen intereses asociados con el trilema energético. Es evidente que, las empresas eléctricas tienen consumidores cada vez más informados, más exigentes, más hábiles digitalmente, más empoderados y más sensibles frente a temas como el cambio climático, la eficiencia energética y las decisiones sobre cómo y dónde se produce la energía que consumen, entre otras.

Así las cosas, en el presente curso buscamos abordar estos desafíos en tres aspectos fundamentales de las operaciones comerciales en una empresa de distribución eléctrica: La gestión de Ciclo Comercial, la Experiencia del cliente y la construcción de relacionamientos sólidos con los clientes actuales y futuros.

OBJETIVO

Objetivo General

Revisar algunas distinciones, conceptos e insights que permitan a los participantes ampliar su visión de los desafíos que enfrenta la actividad de Comercialización Energía en la era del convivir digital y su impacto para las empresas de distribución eléctrica.



Objetivos Específicos

- Dar una mirada a la situación actual de cambios en el negocio de energía a partir de los nuevos conceptos y abordajes facilitados por las tecnologías denominadas “inteligentes”.
- Revisar 12 insights sobre experiencia del cliente y su aplicabilidad en el sector eléctrico.
- Explorar nuevas miradas en la estructura de Gestión del Ciclo Comercial, la atención al cliente, el marketing y la comunicación

TEMÁTICAS DEL CURSO

El curso se desarrollará en 3 módulos, cuyas temáticas son las siguientes:

➤ **Módulo 1 – Patrones de relacionamiento con los stakeholders y los desafíos para la gestión del ciclo comercial en las empresas eléctricas.**

- Los patrones de relacionamiento con los stakeholders y sus consecuencias sistémicas para la comercialización de energía.
- Impacto/potencial derivado de la participación activa de la demanda, la implementación de tecnologías “inteligentes”, los proyectos de Eficiencia Energética y los Recursos Energéticos Distribuidos (DER) en el ciclo comercial de las empresas eléctricas.

➤ **Módulo 2 – Consumidores 3.0 y 4.0 + 12 Insights sobre Experiencia del cliente y su aplicabilidad en el sector eléctrico.**

- El consumidor 3.0: ¿Quién es? ¿Qué desea? ¿Dónde está?
- El consumidor 4.0: ¿Quién es? ¿Qué desea? ¿Dónde está?
- 12 Insights sobre Experiencia del cliente y su aplicabilidad en el sector eléctrico.



➤ **Módulo 3 – Relacionamiento con el Cliente en la era digital**

- Escuchando al consumidor, distinguiendo nuestros Puntos Sordos, Revisando el Ciclo básico del Servicio, Entendiendo el Diseño de la Experiencia y el Viaje del Consumidor
- Desafíos para comunicarnos con los consumidores 3.0 y 4.0
- 5 pasos para transformar el IVR y mejorar el relacionamiento.
- Siete pasos básicos para involucrar a los clientes en los ciclos de ventas y servicios online.

DURACIÓN, METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA

El curso se desarrollará en 3 módulos semanales, con un total de 24 horas temáticas. Cada alumno deberá ceñirse a ciertas actividades establecidas por el docente y comunicadas al alumno por medio del Coordinador del Curso. Las mismas deberán cumplirse en los tiempos establecidos para poder aprobar el Módulo y pasar al siguiente.

El Profesor / Tutor acompañará al alumno en el estudio del módulo para que el curso pueda desarrollarse sin contratiempos. Estará al pendiente para aclarar cualquier duda académica que le surgiera. El Coordinador del curso acompañará al alumno durante todo el curso y lo apoyará en todas las actividades y/o dudas no académicas.

Cada módulo contará con:

- 2 Sesiones semanales de clase en vivo de 1 ½ hora cada una con el docente, que quedarán grabadas en la plataforma y luego facilitadas a los alumnos para su consulta posterior.
- Material de lectura complementario elaborado especialmente por el docente, así como bibliografía de apoyo.
- Test de autoevaluación para que el alumno pueda ir analizando su grado de comprensión de los temas.
- Test final (1 por cada módulo) para evaluar el conocimiento adquirido. Su carácter es obligatorio y deben aprobarse todos los módulos para aprobar el curso.
- Foros de discusión e intercambio entre el docente y los alumnos sobre temas propuestos por el docente. Habrá un foro para cada semana.



INVERSION

El costo de las matrículas es el siguiente:

Matrícula para Empresas Miembro de CIER: U\$S 250

Matrícula para Empresas No Miembro de CIER: U\$S 300

Matrícula para Empresas Miembro de CIER en Costa Rica: U\$S 330 (libre de impuestos)

Matrícula para Empresas No Miembro de CIER en Costa Rica: U\$S 400 (libre de impuestos)

Nota: impuestos, retenciones de impuestos, tasa o cualquier gravamen nacional serán a cargo del cliente.

CV RESUMIDO DEL DOCENTE

Gloria Lucía Cano R.

Ingeniera de Sistemas y Especialista en Mercadeo Internacional; Magíster en Desarrollo. Con formación en Biología-Cultural en la Escuela Matriztica de Santiago. Con 8 años de experiencia como consultora para la implantación de proyectos de tecnología de información (ERP, CRM) en la industria del Retail en México, Costa Rica y Colombia. Desde 1996 se desempeña como profesional senior en el sector de servicios públicos (utilities) en la coordinación, diseño y desarrollo de proyectos asociados con temas de Implantación de ERP, CRM, BI, Estrategia, Investigación de Mercados y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Paralelamente, ha sido docente en las cátedras de Teoría de Sistemas, RSE, Escucha Organizacional, Relacionamiento con Stakeholders.