



“DATA & AI SUMMIT 2021”
Organizaciones Inteligentes + Culturas Data Driven
Convierte tu data en estrategias que generen valor

El data analytics y la inteligencia artificial son la vacuna que las organizaciones necesitan hoy. Estas tecnologías no solo aseguran la mayor eficiencia operacional en el corto y mediano plazo, sino que son un potente catalizador cultural y del performance del negocio a largo plazo. El análisis de la información acorta las brechas existentes entre la realidad de los negocios hoy y su desempeño potencial en el futuro.

Sin embargo, estas tecnologías inteligentes no son ajenas al factor humano en las empresas. Necesitamos las personas correctas con las habilidades idóneas para alinear los esfuerzos organizacionales y apuntar hacia el mismo horizonte de resultados. El valor de los datos se encuentra en las personas y en las decisiones que ellas tomen en base al análisis obtenido. La tecnología por sí misma no es suficiente. Se necesita incorporar el factor humano a la ecuación y construir una cultura y mindset data driven que permita traducir el análisis en valor real para los negocios. Crisis como la actual pandemia, aceleran la importancia de construir esta cultura y contar con equipos que la entiendan para aprovechar el poder de la data dentro de sus organizaciones.

Sin duda alguna, estos dos últimos años marcaron el inicio de un nuevo ritmo de transformación, reinención e innovación tanto en las organizaciones como nosotros mismos. Los retos y oportunidades de aprendizaje presentadas en el 2020 han dejado en claro que hoy más que nunca los activos de data y la potencia de la IA impulsan la creación de valor, marcan la diferencia y contribuyen al éxito de las empresas en todo el mundo. En nuestra región necesitamos construir nuevas capacidades para acelerar la transformación de nuestros modelos de negocio. Es tiempo de liberar el potencial de los datos y convertirlos en la fuente principal de nuestras ventajas competitivas.

A quién va dirigido:

Este evento está especialmente diseñado para **líderes-ejecutivos, empresarios y expertos** en la práctica de la Ciencia de Datos y la Inteligencia Artificial aplicada al mundo de los negocios. Queremos proveer un entendimiento holístico del potencial y la práctica de estas nuevas disciplinas en el mundo empresarial. Al mismo tiempo, buscamos integrar a los miembros de las principales comunidades de **practitioners, emprendedores y académicos**, además de convocar a gerentes generales, gerentes comerciales, directores de innovación y tecnología y consultores de todas las industrias, interesados en comprender a cabalidad cómo la ciencia de datos y la inteligencia artificial cambiaron los modelos de negocios y la manera cómo compiten las empresas.

Objetivo:

El Data & AI Summit permitirá conocer, a través de la presentación de renombrados ponentes nacionales e internacionales, como la **ciencia de datos** y las innovaciones en **inteligencia artificial**, están cambiando la manera cómo el mundo y las organizaciones crean valor. Nuestro Summit, buscará democratizar y evangelizar el conocimiento en estas materias a través de dos mañanas 100% online con ponencias, estudios y debates, de modo que se logre sentar las bases para el entendimiento e implementación de estos campos, además de las claves que permitan liberar el potencial de estos activos para impulsar el crecimiento de los negocios. Buscamos contribuir con el cierre de las brechas de competitividad empresarial y profesional en nuestra región, creando puentes entre los tomadores de decisiones y los expertos en data.



Comité consultivo:

Carlos Calderón

Socio y Director de la Academia de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial, UTEC

Claudia Muñoz - Nájjar

Managing Director Educación Ejecutiva, UTEC

Giovanna Cortez

Directora General Región Sur Latino América, Microsoft

Miguel Paredes

Vicepresidente de Inteligencia Artificial, Data, y Pricing, Rimac Seguros y Reaseguros

Carlos Ganoza Durant

Co-founder and CEO, Quantum Talent. Endeavor entrepreneur. Economics, tech, innovation, finance

Gianfranco Polastri

VP, Gerente General Peru & Bolivia at Mastercard

Leandro Rocha

Chief Data and Analytics Officer – BCP

Katia Rachitoff

Gerente General, Seminarium Perú

Camila Costa

Gerente de Contenido, Seminarium Perú

Estructura General:

DATA & AI SUMMIT 2021		
	Día 1 Jueves 24 de junio	Día 2 Viernes 25 de junio
A M	Bloque I La monetización de los datos: cómo obtener el máximo valor de ellos.	Bloque III El dilema ético de la inteligencia artificial.
	<i>Break (15")</i>	
	Bloque II IA y data analytics. El journey de las organizaciones para generar valor.	Bloque IV Construyendo una cultura data driven: la importancia del talento.

Estructura Detallada:

Día 1: Jueves 24 de junio	
8:30 (5")	Apertura Introducción al evento
8:35 (5")	Presentación del evento y bienvenida Katia Rachitoff / Gerente general, Seminarium Perú
08:40 (10")	Palabras de bienvenida Carlos Calderón / Socio y Director de la Academia de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial, UTEC
Bloque I: La monetización de los datos: cómo obtener el máximo valor de ellos	
8:50 (30")	KEYNOTE SPEAKER: Tom Davenport / President's Distinguished Professor of Information Technology and Management, Babson College Autor Speaker <i>"Competing on Analytics"</i>
09:20 (10")	Q&A
09:30 (30")	KEYNOTE SPEAKER: Bill Schmarzo / Chief Data Monetization Officer Reconocido innovador, educador y practitioner de Data Science, Design Thinking Autor de 4 libros <i>"Determining the Economic Value of Your Data"</i>
10:00 (15")	Q&A
10:15 (20")	Por definir / cargo <i>"Título por definir"</i>
10:35 (30")	Rafael Fernandez / Chief Data Officer de Bankia Presidente del Club de CDOs Spain&Latam <i>"El valor del dato"</i>
11:05 (15")	Q&A
Cierre bloque I	
11:20	Break (15")
Bloque II: IA y data analytics. El journey de las organizaciones para generar valor.	
11:35 (30")	KEYNOTE SPEAKER: Bill Schmarzo / Chief Data Monetization Officer Reconocido innovador, educador y practitioner de Data Science, Design Thinking Autor de 4 libros <i>"Value Engineering: The Key to Data Monetization"</i>
12:05 (25")	Por definir / Cargo <i>"Título por definir"</i> Tema: Caso de éxito de empresa que nació con Data en el ADN
12:30 (20")	Dr. Ingo Mierswa / Founder & CTO, RapidMiner <i>Deepfake is for Losers (and other secret confessions of a data scientist)</i>

12:50 (40")	<p>Panel de discusión: ¿Cómo vamos localmente? Los avances y la ruta que falta recorrer en Latinoamérica.</p> <p>Guadalupe Durán de Ponce / Gerente General, Mastercard Ecuador</p> <p>Miguel Paredes / Vicepresidente de Inteligencia Artificial, Data, y Pricing, Rimac Seguros y Reaseguros</p> <p>Diego Vallarino / "Global Top 100 Data Visionaries 2020" Ex Chief Data Science, Scotiabank Uruguay Ex Data & Analytics Director, Equifax Uruguay</p> <p>Leda Basombrío / Chapter Leader de Data Science, Banco de Crédito del Perú (BCP)</p> <p>Moderador: Lee Ullman / Senior Director de la Oficina de América Latina, MIT Sloan</p> <p>Cierre bloque II</p>
13:30	Fin del Día 1

Día 2: Viernes 25 de junio	
08:35 (5")	Apertura
Bloque III: El dilema ético de la inteligencia artificial	
08:40 (30")	<p>KEYNOTE SPEAKER: Kay Firth-Butterfield / Head of AI and Machine Learning, member of the Executive Committee of the World Economic Forum <i>"AI and society"</i></p>
09:10 (20")	<p>Steven Tiell / Sr. Principal, Responsible Innovation + Data Ethics, Accenture <i>"Data ethics becomes a business value proposition"</i></p>
09:30 (20")	<p>Marushka Chocobar Reyes / Secretaría de Gobierno Digital, Presidencia del Consejo de Ministros <i>"Título por definir"</i> <i>Tema: Presentación de la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial - Perú.</i></p>
09:50 (55")	<p>Panel de discusión: El estado del dilema ético de la IA en Latinoamérica. Perspectivas y avances</p> <p>Luz Fernandez Gandarias / Directora del instituto de Data Science y analítica avanzada, Aporta</p> <p>Carlos Ganoza / Co-founder and CEO, Quantum Talent. Endeavor entrepreneur. Economics, tech, innovation, finance</p> <p>Carlos Calderón / Socio y Director de la Academia de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial, UTEC</p> <p>Irene Arias Hoffman / Gerente General, BID Lab</p> <p>Robert Ivanschitz / Director Jurídico y de Asuntos Corporativos, Microsoft Latinoamérica</p> <p>Moderador: Armando Guío Español / Consultor de la Corporación Andina de Fomento (Banco para el Desarrollo de América Latina)</p> <p>Cierre bloque III</p>
10:45	Break (15")
Bloque IV: Construyendo una cultura data driven: la importancia del talento.	

11:00 (30")	Jordan Morrow / Head of Data, Design, and Management Skills, Pluralsight <i>"Data Literacy: The Necessary Skill of the Future"</i>
11:30 (30")	Munther A. Dahleh / William Coolidge Professor of EECS, Institute for Data, Systems, and Society Director, Massachusetts Institute of Technology <i>Tema: La respuesta de la academia/educación ante la demanda laboral en el mundo de la data e IA</i>
12:00 (20")	Iván Herrero Bartolomé / Chief Data Officer, Intercorp <i>"Construyendo una cultura analítica en Intercorp: desafíos y aprendizajes"</i>
	KEYNOTE SPEAKER:
12:20 (40")	Steve Garguilo / Founder, Cultivate <i>Tema: cómo crear una cultura data driven</i>
13:00 (10")	Q&A
13:10 (10")	Conclusiones & Clausura Claudia Muñoz – Nájjar / Managing Director Educación Ejecutiva, UTEC
13:20 (5")	Cierre bloque IV
13:25	Fin del Día 2

Detalle de Contenido

Día 1

Apertura

Katia Rachitoff / Gerente general, Seminarium Perú

Cuenta con más de 15 años de experiencia en dirección general y comercial con sólida experiencia en educación ejecutiva, retail y sector público. Ingresó a Seminarium Perú en el año 2014 como Gerente de Eventos de Negocios y desde el 2016 ocupa el cargo de Gerente General. Bachiller en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima.

Carlos Calderón / Socio y Director de la Academia de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial, UTEC

Reconocido *practitioner* de la innovación empresarial, ha participado y liderado 6 emprendimientos corporativos en 4 países distintos de la región, es co-fundador de Leading Digital, CEO en Datathinking y actualmente dirige la Academia de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial de UTEC, desde donde impulsa y participa en diversos esfuerzos de adopción de estas nuevas disciplinas en América Latina.

BLOQUE I. La monetización de los datos: cómo obtener el máximo valor de ellos

El valor de los datos en las empresas crece cada vez a un ritmo más elevado y son pocas las organizaciones que entienden a cabalidad cómo generar rentabilidades con su uso. Entre los beneficios que pueden obtenerse del uso adecuado de la data se encuentran: la mejora de procesos, la identificación de nuevas oportunidades de negocio, la disminución del gasto, la optimización del embudo de conversión, entre otros. Si bien, según el reporte del Estado del BI & Analytics 2020 de Sisense, el covid-19 ha generado que aproximadamente el 50% de las organizaciones a nivel mundial adopte metodologías de uso y monetización de datos, aún hay un largo camino por recorrer en las industrias. Este cambio de dirección en las empresas no solo requiere de nuevos procesos, sino que involucra transformaciones en la estrategia y en la cultura. Es por este motivo que es cada vez más apremiante que las empresas conozcan el impacto positivo del análisis de la información y cómo obtener beneficios económicos a partir de ella. Es necesario entender, cuáles son los pasos a seguir y aspectos a considerar en el proceso, con miras a un 2021 orientado a la eficiencia y a la rentabilización en todas las áreas del negocio.

Tom Davenport / President's Distinguished Professor of Information Technology and Management, Babson College | Autor | Speaker

Líder intelectual de renombre mundial, miembro del MIT Center for Digital Business y asesor senior independiente de Deloitte Analytics. Autor y coautor de 20 libros y más de 200 artículos, ayuda a las organizaciones a transformar sus prácticas de gestión en dominios de negocios digitales como inteligencia artificial, análisis, gestión de la información y el conocimiento, gestión de procesos y sistemas empresariales.

Ha enseñado en la Escuela de Negocios de Harvard, la Universidad de Chicago, la Escuela de Negocios Tuck, la Universidad de Boston y la Universidad de Texas en Austin. Pionero del concepto de "competing on analytics", proporciona información de vanguardia sobre cómo las empresas pueden utilizar la analítica y el big data en su beneficio, y con la inteligencia artificial.

Su último libro, "The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work", proporciona una guía para el uso de tecnologías artificiales en los negocios.

Bill Schmarzo / Chief Data Monetization Officer | Reconocido innovador, educador y *practitioner* de Data Science, Design Thinking | Autor de 4 libros

Creador de la metodología *The Value Engineering*, que impulsa la colaboración con el cliente (co-creación) y la alineación organizacional para identificar, validar, valorar y priorizar los casos de uso comercial más importantes de la organización donde los datos y el análisis pueden tener un impacto material. Ayuda a las organizaciones a aprovechar la analítica avanzada y la ciencia de datos para descubrir los conocimientos operativos, del producto y del cliente enterrados en los datos de la organización que impulsan la transformación digital. Influenciador e



innovador. Reconocido como líder de la industria en *Big Data*, ciencia de datos, pensamiento de diseño y monetización de datos. Profesor, educador y autor de 4 libros, incluido "Economía de los datos, análisis y transformación digital".

“Determining the Economic Value of Your Data”

Existe un desajuste espantoso entre el gasto de la organización monetaria en la captura de datos y la monetización de los mismos. Y todo comienza porque la mayoría de las organizaciones carecen de una metodología para determinar el valor de sus datos. En esta sesión no solo se hablará de "Los datos como el nuevo petróleo", sino que también se explicará cómo crear activos analíticos que aumenten su valor en lugar de disminuirlo.

Rafael Fernandez / Chief Data Officer, Bankia | Presidente del Club de CDOs Spain&Latam

Con experiencia de más de 20 años en Banca, como Director de Control de Gestión y como Director Financiero, es decir, siempre vinculado a la información y al dato. Lidera la estrategia del dato en Bankia, donde fue su primer CDO, nombrado en el año 2015. Es Profesor en la Escuela de Finanzas Aplicadas, Coordinador Académico de la Certificación en Gobierno y Estrategia del Dato del Instituto de Empresa, además de profesor en otras escuelas de negocio, conferenciante, articulista y escritor. Co-autor del libro *El Valor del Dato* (2020), donde los autores proponen una metodología para valorar el impacto de la gestión de datos en el valor de una compañía.

“El Valor del Dato”

Estamos inmersos en el periodo de la revolución digital y la afirmación de que el dato es un activo se ha convertido en algo muy común. Sin embargo, los datos no son considerados un activo desde el punto de vista contable ni financiero e inclusive, no son valorados en su conjunto. ¿Cómo podemos diseñar una estrategia del dato si no sabemos medir el valor que dicha estrategia genera?

La presente ponencia explicará de forma resumida el Método de la Relevancia Estratégica para valorar los datos, formulado por Javier Martínez y Rafael Fernández en el libro *El Valor del Dato* (2020), y aportará ejemplos prácticos sobre su aplicación por parte de los responsables de datos de las organizaciones, en su camino de convertirse en compañías *data-driven*.

BLOQUE II. IA y data analytics. El journey de las organizaciones para generar valor.

La mayoría de las organizaciones hoy en día poseen grandes volúmenes de información sin procesar. Inclusive, investigaciones en Forrester encuentran que entre el 60 y el 73 por ciento de todos los datos de las empresas nunca son analizados. Asimismo, en los últimos años las empresas están experimentando un crecimiento exponencial de la información en sus bases de datos, resultando así en un enorme desaprovecho de la data. Es por este motivo que es cada vez más importante que las organizaciones conozcan el potencial de escalabilidad de sus datos. Procesos adecuados, tecnología y bases de datos escalables permitirán rentabilizar de la mejor manera grandes y crecientes cantidades de información relevante para las organizaciones, de modo que puedan beneficiarse al máximo de la data. Por otro lado, existen organizaciones cuya propuesta de valor tiene su origen en la data y en el análisis de la misma, de modo que representan una fuerte competencia para la industria tradicional que inunda los mercados en el Perú y en el mundo. Es crucial poder comprender los pasos a seguir para ingresar a este journey de generación de valor y así permanecer relevante y competitivo en esta nueva era de los datos.

Bill Schmarzo / Chief Data Monetization Officer | Reconocido innovador, educador y practitioner de Data Science, Design Thinking | Autor de 4 libros

Creador de la metodología *The Value Engineering*, que impulsa la colaboración con el cliente (co-creación) y la alineación organizacional para identificar, validar, valorar y priorizar los casos de uso comercial más importantes de la organización donde los datos y el análisis pueden tener un impacto material. Ayuda a las organizaciones a aprovechar la analítica avanzada y la ciencia de datos para descubrir los conocimientos operativos, del producto y del cliente enterrados en los datos de la organización que impulsan la transformación digital. Influenciador e innovador. Reconocido como líder de la industria en *Big Data*, ciencia de datos, pensamiento de diseño y



monetización de datos. Profesor, educador y autor de 4 libros, incluido "Economía de los datos, análisis y transformación digital".

"Value Engineering: The Key to Data Monetization"

La monetización de datos se ha convertido en el mandato número uno del CIO, pero la monetización exitosa de datos requiere una transición organizacional centrada en datos a impulsada por valor. Aprenderemos una metodología que no solo ayuda a las organizaciones a identificar dónde y cómo aprovechar los datos y el análisis para impulsar sus negocios, sino también algunas técnicas de diseño para impulsar la alineación organizacional y la adopción de las iniciativas de monetización de datos de la organización.

Dr. Ingo Mierswa/ Founder & CTO, RapidMiner

Científico de datos veterano de la industria desde que comenzó a desarrollar RapidMiner en la División de Inteligencia Artificial de la Universidad TU Dortmund en Alemania. Es autor de numerosas publicaciones premiadas sobre análisis predictivo y big data. Es el fundador de RapidMiner y es responsable de la innovación estratégica, que se ocupa de todas las preguntas generales sobre las tecnologías de RapidMiner. Bajo su liderazgo, RapidMiner ha crecido hasta un 300% anual durante los primeros siete años.

"Deepfake is for Losers (and other secret confessions of a data scientist)"

En esta presentación, discutirá algunos de los errores que cometemos como científicos de datos, a menudo sin darnos cuenta, aunque a veces deberíamos saberlo mejor. Lo que es peor, la complejidad del campo de la ciencia de datos nos permite ocultar las consecuencias de estos errores a los demás. Entonces, ¿cómo nos liberamos? Se presentará un manifiesto para la ciencia de datos, un conjunto de principios básicos diseñados para guiar nuestro trabajo y asegurarnos de que nuestros modelos tengan el impacto deseado.

Panel de discusión: "¿Cómo vamos localmente? Los avances y la ruta que falta recorrer en Latinoamérica."

Guadalupe Durán de Ponce / Gerente General, Mastercard Ecuador

Ejecutiva de alto nivel con amplia experiencia organizacional y visión global. Con trayectoria en el desarrollo y dirección de empresas reconocidas a nivel mundial y regional. Apasionada por la oportunidad que la era digital trae a la sociedad en general (empresas, instituciones, ciudadanos). Profesional con altos estándares de integridad y ética que cree en el trabajo con propósito y en crear bienestar empresarial contribuyendo al desarrollo social local. Con capacidad en el desarrollo de equipos de alto rendimiento y culturas de trabajo saludables, cuestionadoras del estatus quo, enfocadas en la experiencia del cliente, además del compromiso social.

Diego Vallarino / "Global Top 100 Data Visionaries 2020" | Ex Chief Data Science, Scotiabank Uruguay | Ex Data & Analytics Director, Equifax Uruguay

Autor del libro "Innovando desde el Sur" (2005), ha publicado documentos de investigación en revistas y congresos internacionales. Ha sido profesor invitado en MBA full time and EMBA de la Adolfo Ibáñez University (Chile, 2019-2020), MBA de ESAN & UAI (Perú, Chile, 2020) entre otros. Sus áreas de trabajo son Data Science, Economía de la Información, y Cliometría.

Miguel Paredes / Vicepresidente de Inteligencia Artificial, Data, y Pricing, Rimac Seguros y Reaseguros

PhD en Data Science y Applied Machine Learning del Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Tiene experiencia desarrollando modelos predictivos y analíticos en la industria de seguros, así como ayudando a crear las capacidades analíticas en el mismo sector. Ha trabajado en el perfeccionamiento de modelos de inteligencia artificial sobre datos clínicos y de seguros de una red de salud de Estados Unidos.

Leda Basombrío / Chapter Leader de Data Science, Banco de Crédito del Perú (BCP)

Economista de la Universidad del Pacífico, con un Máster en Business Analytics de NYU y un Máster en Estadística de la PUCP. Tiene más de 10 años de experiencia en análisis y modelos cuantitativos, en los campos de la banca, economía social, macro y microeconomía en el sector público y privado. Su trayectoria en el BCP se destaca por el diseño y desarrollo de estrategias basadas en modelos de analítica avanzada para generar valor a la organización y satisfacción a los clientes.

Moderador: Lee Ullman / Senior Director de la Oficina de América Latina, MIT Sloan.

Antes de trabajar en el MIT, representó la educación superior para el Departamento de Estado de Estados Unidos en Chile como Coordinador de País para EducationUSA. También ha trabajado como consultor en el sector del e-learning, donde ayudó a construir software de inteligencia artificial para las empresas farmacéuticas y bases de datos para los museos y las escuelas.

Día 2

BLOQUE III. El dilema de la inteligencia artificial en la economía de las naciones

Si bien el análisis de información representa una gran oportunidad para las empresas en términos de generación de eficiencias y valor agregado, es también un riesgo y un dilema ético importante. Vemos que hoy en día las empresas hacen uso de la información para conocer más a sus clientes, ofrecer mejores soluciones de negocio y una mejor experiencia del consumidor; no obstante, existe mucho debate acerca de la protección de la información y el poder de los usuarios y organizaciones sobre la data.

Pese a que existen leyes que protegen al consumidor, aún existen muchas áreas grises por trabajar de modo que los mercados aseguren un correcto manejo de la información y de la privacidad de los datos. Es importante que los gobiernos y las empresas trabajen en conjunto en pro de un desarrollo y uso adecuado de la información en las industrias.

Kay Firth-Butterfield / Head of AI and Machine Learning, member of the Executive Committee of the World Economic Forum

Ha sido profesora de derecho y relaciones internacionales, cofundó AI Global y fue la primera directora de ética de IA del mundo en 2014. Creó el hashtag de twitter AIEthics. Es vicepresidente de la Iniciativa Global IEEE para Consideraciones Éticas en Inteligencia Artificial y Sistemas Autónomos y fue parte del grupo que se reunió en Asilomar para crear los Principios Éticos de IA de Asilomar. Forma parte del Consejo Polaris de la Oficina de Responsabilidad del Gobierno (EE.UU.) y del Consejo Asesor del Centro Internacional de Investigación de la UNESCO sobre IA. Habla regularmente sobre muchos aspectos de los beneficiosos y desafiantes cambios técnicos, económicos y sociales que surgen del uso de la IA.

Marushka Chocobar Reyes / Secretaria de Gobierno Digital, Presidencia del Consejo de Ministros

Ingeniería Industrial de la Universidad de Piura con Maestría en Ingeniería de Sistemas y Tecnologías de la Información de la Universidad de Lima, Diplomado en Liderazgo y Dirección Estratégica de Empresas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Certificación Internacional en Tecnología por Microsoft Corporación, Acreditación Internacional en Proyectos en el Sector Público de la Universidad del Externado de Colombia, Acreditación Internacional en el Programa de ELearning de APEC Corea y Certificación Internacional en Enseñanza para la Comprensión en Wide World de la Universidad de Harvard. Actual Secretaria de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros.

Steven Tiell / Sr. Principal, Responsible Innovation + Data Ethics, Accenture

Lidera la innovación responsable en Accenture a nivel mundial. Asesora a algunas de las organizaciones más grandes del mundo en los sectores de alta tecnología, medios de comunicación, telecomunicaciones, servicios financieros, seguridad pública, políticas públicas, gobierno y defensa. Desde que estalló el escándalo de Cambridge Analytica en 2018, ha liderado proyectos de innovación responsable y ética de datos con más de dos docenas de organizaciones. Desde que se embarcó en la investigación sobre ética de datos en 2013, ha contribuido y publicado más de una docena de artículos que han hecho avanzar el campo. A menudo habla sobre temas como la ética de los datos, el riesgo digital y la confianza.

Panel de discusión: El estado del dilema de la IA en Latinoamérica. Perspectivas y avances

Se discutirá acerca de la perspectiva latinoamericana del dilema ético del uso de la inteligencia artificial y del análisis de datos.

Carlos Ganoza / Economista y fundador, Quantum Talent

Estudió Economía y Ciencias Políticas en la Universidad de Lancaster. Tiene un MBA con especialización en Economía por la Universidad de Chicago, donde fue Fulbright Scholar.

Economista especializado en emprendimiento, innovación y productividad. Ha sido jefe del gabinete de asesores del Ministerio de Economía. Es fundador de Quantum Talent, una empresa premiada internacionalmente que usa tecnología de inteligencia artificial para conectar a trabajadores con empleos productivos. Es coautor del libro El Perú está calato (Planeta, 2015), profesor a tiempo parcial en la Facultad de Economía de la Universidad del Pacífico y columnista del diario El Comercio.

Luz Fernandez Gandarias / Directora del instituto de Data Science y analítica avanzada, Aporta

Especialista en ética aplicada a inteligencia artificial. Su principal foco en el área de data es el aspecto humano y el impacto de la tecnología en las personas. Cuenta con más de 15 años de experiencia internacional en finanzas, educación y transformaciones organizacionales, actualmente lidera el Programa avanzado en Data Science y Skills Globales en Aporta.

Irene Arias Hoffman / Gerente General, BID Lab

Lidera un equipo multidisciplinario guiado por el propósito de impulsar la innovación para la inclusión en América Latina y el Caribe. Bajo su dirección, el laboratorio emplea herramientas de financiamiento, conocimiento y conexiones para co-crear proyectos y apoyar emprendedores que desarrollen soluciones de mercado capaces de transformar la vida de poblaciones en situación vulnerable por condiciones económicas, sociales o ambientales.

Robert Ivanschitz / Director Jurídico y de Asuntos Corporativos, Microsoft Latinoamérica

Es responsable de asuntos legales, corporativos, gubernamentales y de ciudadanía en América Latina y el Caribe, apoyando el negocio de Microsoft en 46 países. Previamente a unirse a Microsoft Latinoamérica, era Director Jurídico y de Asuntos Corporativos y Jefe del Departamento Legal en Microsoft Medio Oriente y África, donde era responsable de apoyar y coordinar a nivel regional los asuntos legales, gubernamentales, de responsabilidad corporativa y de integridad digital en las 9 subsidiarias, que sirven a más de 79 países de la región Medio Oriente y África de Microsoft basado en Dubái.

Moderador: Armando Guío Español / Consultor de la Corporación Andina de Fomento (Banco para el Desarrollo de América Latina)

Ha asesorado a entidades privadas y públicas a nivel nacional e internacional en temas relacionados con protección de datos, innovación y regulación y políticas públicas para el desarrollo de tecnologías emergentes. Lideró la elaboración y diseño de la Política Pública de Transformación Digital e Inteligencia Artificial de Colombia (Conpes 3975 de 2019). Ha participado en la implementación de acciones estratégicas de esta política relacionadas con la política pública de datos, experimentación regulatoria y ética. Adicionalmente, desarrolló los Lineamientos para la implementación de la Inteligencia Artificial en Perú.

BLOQUE IV. Construyendo una cultura data *driven*: la importancia del talento

Que el talento en la organización entienda el lenguaje de la data es crucial para la transformación y el desarrollo empresarial en torno al análisis de la información y al aprovechamiento de los datos de la misma. Según Qlik,

solo el 24% de los tomadores de decisiones son alfabetizados en datos; es decir, entienden su funcionamiento, valor y beneficios. Es una necesidad imperante que las empresas reformulen los perfiles que necesitan, capaciten a su fuerza laboral e inicien un camino de transformación en el mindset organizacional, de modo que todos los equipos estén alineados y comprometidos con los objetivos del negocio y con las etapas de generación de valor.

El acceso a nuevas tecnologías ha creado una brecha inevitable de talento, por lo que se requiere de una reformulación de las competencias y habilidades de los colaboradores y de un cambio cultural organizacional de modo que cada vez se tomen decisiones mejor informadas y alineadas a las metas y a la estrategia.

Jordan Morrow / Head of Data, Design, and Management Skills, Pluralsight

Conocido como el "Padrino de la alfabetización de datos", pionero en el campo ha ayudado a la creación de uno de los primeros programas de alfabetización de datos del mundo e impulsado el liderazgo intelectual. Anteriormente se desempeñó como presidente del consejo asesor del proyecto de alfabetización de datos, ha hablado en numerosas conferencias en todo el mundo y es una voz activa en la comunidad de datos y análisis. También ha ayudado a empresas y organizaciones de todo el mundo, incluidas las Naciones Unidas, a desarrollar y comprender la alfabetización de datos.

"Data Literacy: The Necessary Skill of the Future"

El mundo se ha convertido en un mundo de datos. Parece que todos los días estamos inundados de data, nuevas tecnologías, empresas que necesitan y desean estar basadas en datos. Para ser *data driven*, la organización necesita una fuerza laboral preparada para manejar la información. La desafortunada noticia es que existe una gran brecha de habilidades en el mundo en lo que respecta a la alfabetización de datos. En esta ponencia se analizará esta brecha de habilidades, por qué es importante en el mundo de hoy y qué pueden hacer las personas y las organizaciones para cerrarla y orientarse más a los datos.

Munther A. Dahleh / William Coolidge Professor of EECS, Institute for Data, Systems, and Society Director, Massachusetts Institute of Technology

Es miembro de la facultad Administración de Sloan. Actualmente es el director del recién formado Institute for Data, Systems, and Society (IDSS), MIT. Sus temas de interés para investigación son sistemas en red con aplicaciones sociales y económicas, redes de transporte, redes neuronales y la red eléctrica. Específicamente, se centra en el desarrollo de la teoría fundamental necesaria para comprender, monitorear y controlar el riesgo sistémico en sistemas interconectados. Su trabajo se basa en varios campos que incluyen teoría de juegos, control óptimo, optimización distribuida, teoría de la información y aprendizaje distribuido. Ha recibido cuatro veces el premio George Axelby sobresaliente al mejor trabajo.

Iván Herrero Bartolomé / Chief Data Officer, Intercorp

Actualmente, ejerce el rol Chief Data Officer en Intercorp, un conglomerado empresarial peruano con operaciones en sectores como retail, entretenimiento, finanzas, educación y salud. Desde esta posición, busca transformar las operaciones del grupo a través del uso estratégico de los datos y las capacidades analíticas, con el objetivo de generar valor tanto a las empresas de Intercorp como a sus clientes. Antes de integrarse a Intercorp, lideró la práctica de Data & Analytics en everis Colombia y ocupó el cargo de Senior Manager de Estrategia Digital en Deloitte. Pensando en el desarrollo económico y social que la inteligencia artificial puede generar, ayudó a fundar, junto con otros CDOs de la región, la asociación sin ánimo de lucro CDO LATAM, que tiene como propósito acelerar la adopción del uso estratégico de los datos en América Latina. Actualmente, ejerce de Presidente de esta asociación.

"Construyendo una cultura analítica en Intercorp: desafíos y aprendizajes"

Una mirada a cómo se está impulsando una cultura analítica en uno de los mayores grupos empresariales de Perú, explorando los principales retos a los que se enfrenta habitualmente una organización en este camino de transformación.

**Steve Garguilo / Founder, Cultivate**

Es un investigador con un historial de cambios de base a gran escala. Como fundador de Cultivate, lidera un equipo que empodera a los agentes de cambio dentro de muchos tipos diferentes de organizaciones.

Lideró la revolución para transformar la cultura de la quinta empresa más grande del mundo al dar forma a un movimiento de base que involucró a 23,000 empleados y condujo a innumerables historias de desarrollo de productos y personas. Es el autor de un éxito de ventas n. ° 1 "Surge: su guía para poner en práctica cualquier idea". También ha trabajado en empresas sociales a nivel mundial, incluso en Kenia e India.



Información General

Fecha

Jueves 24 y Viernes 25 de junio, 2021

Horario

Congreso día 1 08:30 h a 13:30 h

Congreso día 2 08:30 h a 13:30 h

Incluye

- Interpretación simultánea (inglés/español).
- Las presentaciones autorizadas por los expositores estarán disponibles al finalizar el congreso.
- Certificado digital de asistencia emitido por Seminarium Perú y UTEC

Inversión*

Precios	Precio	IGV	Total
Precio regular - Congreso Completo	S/ 271.19	S/ 48.81	S/ 320.00
Precio Corporativo - A partir de 3 inscritos (20% Descuento) *	S/ 216.95	S/ 39.05	S/256.00
Precio Preventa - Hasta el 26 de abril, 2021 (10% Descuento)**	S/ 244.07	S/ 43.93	S/ 288.00

Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles.

* El precio de CORPORATIVO solo aplicará para pagos efectuados hasta el 25/05/21

** El precio de PREVENTA solo aplicará para pagos efectuados hasta el 26/04/21

Anulaciones

Solo se aceptarán anulaciones siete días calendario antes del inicio del evento. En caso contrario, la empresa o el participante deberán asumir el valor total de la inscripción. La sustitución de una persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta tres días antes del inicio del congreso.

SEMINARIUM PERÚ
Av. La Mar 726, Oficina 506 – Miraflores
Central telefónica: +511 610 7272
informes@seminarium.pe
seminarium.pe