



INFORME SOBRE NECESIDADES FORMATIVAS Y ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FORMACIÓN EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN 4.0

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE NAVARRA - CEN

Pamplona, Diciembre 2019



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE NAVARRA

ÍNDICE

1.Caracterización del Contexto de transformación tecnológica 4.0.....	4
1.1 ¿Qué se entiende por industria 4.0?	
1.2 Estado de implantación de la Industria 4.0 en Navarra. Situación y Desarrollo.	
1.3 Conocimientos en Procesos de Digitalización de las personas de la organización	
2.Identificación del nuevo modelo de organización y cultura empresarial 4.0.....	15
3.Descripción de las competencias en gestión del directivo 4.0.....	23
3.1. Qué son las competencias digitales directivas	
3.2. Competencias digitales básicas para un directivo	
3.3. Competencias digitales avanzadas	
3.4 Encuesta CEN sobre la percepción de los directivos navarros sobre su grado de competencia digital	
3.4.1 Ranking de competencias digitales más relevantes para el directivo navarro	
3.4.2 Aplicación digital práctica en el día a día del directivo	
4.Necesidades formativas del Directivo 4.0.....	34
4.1 Necesidades formativas en gestión y organización del directivo 4.0	
4.2 Propuesta de Estrategia Formativa para su programación y ejecución, líneas de actuación y medidas.	
5. Relación de Acciones Formativas del Catálogo Formativo de la FPE , priorización y propuesta de nuevas acciones.....	39
5.1Relación de Acciones del Catálogo Formativo de la FPE	
5.1.1 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo III Acciones no dirigidas a la obtención de Certificados de profesionalidad	

5.1.2 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo IV Certificados de Profesionalidad con prioridad alta o muy alta

5.1.3 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 1º Semestre de 2019.

5.1.4 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 2º Semestre de 2019.

5.2. Relación de Acciones Formativas del Catálogo Formativo de la FPE que conllevan a la adquisición de competencias digitales del Directivo 4.0.

5.3 Nueva Priorización de Acciones Formativas del Catálogo Formativo de la FPE que conllevan a la adquisición de competencias digitales del Directivo 4.0.

5.4 Propuesta de nuevas acciones formativas

1.1 ¿Qué se entiende por industria 4.0?

Entre cada una de las llamadas “Revoluciones industriales” ha pasado una media de 60 años, pero apenas empezábamos a hablar de la tercera, la de las energías renovables, los coches eléctricos y las comunicaciones cuando la conocida como Cuarta Revolución Industrial empieza a abrirse paso superponiéndose sobre la anterior. El paso de la automatización a la digitalización ha pillado a muchas empresas. Hace nada hablábamos de 2.0, hoy ya estamos en la Industria 4.0, Internet de las Cosas, Cloud Computing, Big Data, Inteligencia Artificial, e-Commerce, Realidad Virtual... lo que hace nada era un mundo de posibilidades hoy son realidades.

Y el presente y el futuro de las empresas se está construyendo y decidiendo ahí, en un entorno que cada vez se transforma más y de manera más rápida. Y también el tuyo. Un presente que ya une offline y online, que se despliega en 360º, que exige una formación integral que conjugue conocimientos técnicos con las bases del marketing, dirección y ventas

La plataforma Industria Navarra 4.0 es una plataforma desarrollada para albergar los resultados del Diagnóstico de implantación de la Industria 4.0 en Navarra, así como el Catálogo de los productos desarrollados por las empresas Navarras en el ámbito de la Industria 4.0. Se puede acceder a ella a través de la dirección www.industrianavarra40.com y encuadra perfectamente la denominación y alcance de lo que se entiende por Industria 4.0 y su grado de desarrollo en nuestra comunidad.

En cuanto a que es Industria 4.0 establece de manera literal:

*“La industria se encuentra en un momento de cambio profundo y continuo. El modelo industrial tradicional debe progresar (**transformarse**, reformularse e incluso reinventarse) hacia la 4ª Revolución Industrial, **Industria 4.0** o Fábrica del Futuro.*

*Esta transformación vendrá **impulsada** por los avances exponenciales que está experimentando la **TECNOLOGÍA**, en campos diversos que ahora deberán convivir e interrelacionarse (robótica colaborativa y autónoma, mecatrónica avanzada, Big Data, IoT, fabricación aditiva, nuevos materiales, etc.) y que a su vez necesitarán*

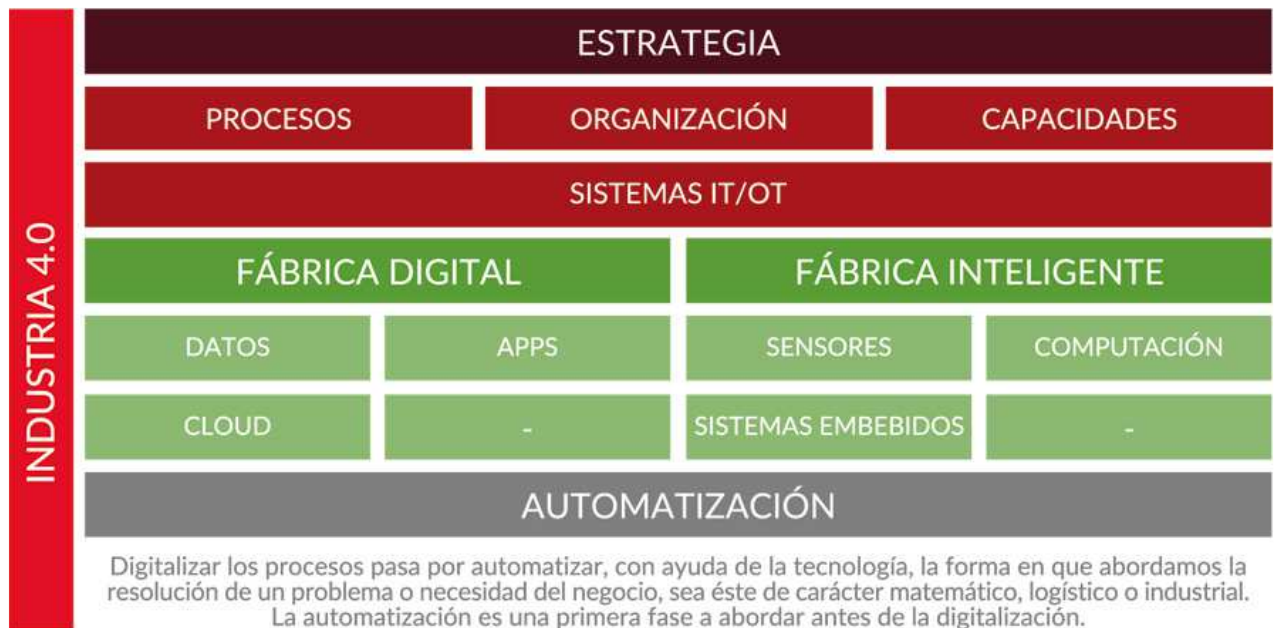
infraestructuras de alta capacidad, escalables a un precio razonable (cloudcomputing) y seguras (ciberseguridad).

Pero no es sólo tecnología...no podemos olvidar que el pilar fundamental que impulsará el nuevo rumbo de la industria serán las **PERSONAS**, tanto por su conocimiento como por su capacidad de adaptación a los cambios. La combinación de conocimiento y capacidad de adaptación hará que las personas sean las piezas tractoras (**motor de cambio**) hacia las fábricas inteligentes, unido a un entorno conectado y en constante evolución.

La Tecnología no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar el objetivo final de la empresa (rentabilidad económica y financiera). Podríamos entender la tecnología como un recurso estratégico del que se derivan oportunidades de negocio, por lo que la empresa en su transformación industrial no puede olvidar la palanca de **ESTRATEGIA E INNOVACIÓN**, con una involucración directa desde la Dirección General.

Nuevo marco industrial: I4.0

El **cambio de paradigma que trae consigo la Industria 4.0** requiere actuaciones en todos los ámbitos de la empresa, desde la perspectiva de la estrategia empresarial, pasando por los procesos, la organización o las personas y utilizando una fuerte base tecnológica de apoyo.



La Industria 4.0 pasa por digitalizar los procesos y por lo tanto por automatizar, en la medida posible, las actividades de la organización que así lo requieran.

La Industria 4.0 no es sólo digitalizar. Este nuevo paradigma contempla tanto la Fábrica Digital como la Fábrica Inteligente, así como una estrecha vinculación con el cliente y los nuevos modelos de negocio.

Beneficios de la Transformación Digital

- *Proponer una oferta de productos/servicios más personalizada a las necesidades del cliente.*
- *Mantener y aumentar la rentabilidad en el medio-largo plazo para asegurar su sostenibilidad.*
- *Desarrollar nuevas oportunidades de negocio.*
- *Desarrollar una cultura de innovación pasando a un modelo colaborativo (gestión del cambio).*
- *Aumentar las competencias de los trabajadores (técnicas y transversales).*

Pilares Tecnológicos

DIGITALIZACIÓN E INTEGRACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL DE LA CADENA DE VALOR	ANALÍTICA Y BIG DATA	ROBÓTICA AUTÓNOMA
<i>Cadenas de valor totalmente automatizadas e integradas</i>	<i>Recopilación y evaluación de datos de múltiples fuentes para respaldar la toma de decisiones en tiempo real (humanas y de máquina)</i>	<i>Robots en entornos industriales cada vez más flexibles, autónomos y cooperativos que interactúan de manera segura con las personas</i>
SIMULACIÓN	INDUSTRIAL INTERNET OF THINGS (IoT)	CIBERSEGURIDAD
<i>Las simulaciones 3D de productos, materiales y procesos de producción aprovecharán los datos en tiempo real para reflejar el mundo físico en un modelo virtual</i>	<i>Máquinas y productos inteligentes con sensórica y computación integrada, que se conectarán utilizando tecnologías en Cloud, permitiendo la comunicación e interacción entre</i>	<i>Con la mayor conectividad y el uso de protocolos de comunicaciones estándar la necesidad de proteger los sistemas industriales de las amenazas aumenta la necesidad de ciberseguridad</i>

DIGITALIZACIÓN E INTEGRACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL DE LA CADENA DE VALOR	ANALÍTICA Y BIG DATA	ROBÓTICA AUTÓNOMA
	<i>ellos, la interconectividad total del proceso de producción y el acceso al cliente</i>	

CLOUD	FABRICACIÓN ADITIVA	REALIDAD AUMENTADA
<i>Las empresas ya están utilizando SW en la nube para algunas aplicaciones. La I4.0 requerirá mayor intercambio de datos y también el rendimiento de las tecnologías en la nube mejorará, logrando tiempos de computación de milisegundos</i>	<i>Algunas empresas comienzan a usar la fabricación aditiva, como impresión 3D, para prototipar y producir componentes individuales. La I4.0 hará que se utilice para producir pequeños lotes de productos personalizados</i>	<i>Los sistemas basados en AR soportan una amplia variedad de servicios y a día de hoy son incipientes, pero en el futuro la industria hará un uso mucho más amplio de ellos</i>

Palancas y claves de la Transformación Digital

La disponibilidad de la información digital, la automatización de los procesos, la interconexión de la cadena de valor y la creación de interfaces digitales con el consumidor son las cuatro palancas de la transformación digital que están redefiniendo modelos de negocio y reorganizando industrias:

- **Información digital:** *la captura, procesamiento y análisis de la información digital permite mejorarlas predicciones y toma de decisiones.*

- **Automatización:** la combinación de tecnología tradicional e inteligencia artificial genera sistemas que pueden trabajar de forma autónoma y organizarse a sí mismos (reduciendo errores, actuando con más rapidez y recortando costes operativos).
- **Conectividad:** la interconexión de toda la cadena de valor vía móvil o banda ancha permite sincronizar cadenas logísticas, acortar plazos de entrega y ciclos de innovación.
- **Acceso digital al cliente:** internet (móvil y de alta velocidad) permite a nuevos intermediarios dirigirse a consumidores a los que pueden ofrecer transparencia total y nuevos servicios.
La transformación digital afecta a todas las empresas españolas, modificando en profundidad sus organizaciones, su manera de trabajar, sus modelos económicos y de negocio y su cultura empresarial. La digitalización de cada sector se producirá por la aparición de nuevos estándares de la **cultura digital** a través de **tres elementos clave**:
- **Refuerzo del foco sobre el cliente:** para anticipar y responder a sus necesidades y hábitos, atención personalizada y calidad de servicio, enfoque interactivo con la comunidad de clientes.
- **Atención permanente a los empleados:** mayor participación de los empleados, inclusión en las innovaciones y transformaciones, mayor responsabilidad.
- **Colaboración ampliada con el ecosistema:** ‘open innovation’, agilidad, asociaciones tecnológicas o comerciales, clústers, startup”

1.2 Estado de implantación de la Industria 4.0 en Navarra. Situación y Desarrollo.

Así mismo, el **Diagnóstico de implantación de la Industria 4.0 en Navarra** en su página 6 realiza una contextualización del estado de implantación de la industria 4.0 en Navarra. Concretamente dice;

“El sector industrial se enfrenta a nuevos horizontes. La entrada de la Industria 4.0 es un hecho y avanza impulsada por una multitud de factores, desde la innovación tecnológica, el empoderamiento de los clientes y en definitiva, un panorama global cambiante, que requiere que las empresas innoven con una velocidad cada vez mayor.

Con la llegada de la Industria 4.0, Navarra tiene la oportunidad de posicionar a su sector industrial en el panorama estatal y europeo de la fabricación avanzada. Recordemos que la industria navarra parte de una buena posición, pero, como el resto, se enfrenta al desafío de responder a los nuevos hábitos y demandas del mercado con nuevas soluciones

de producción más flexibles, más adaptables, más ágiles y más inteligentes, con el objetivo de ganar valor y generar una ventaja competitiva.

Este reto exige a las empresas industriales, especialmente a las de menor tamaño, afrontar una adaptación de sus modelos de negocio y de sus procesos productivos, lo cual pasa por la adopción eficaz de la tecnología y el incremento de la actividad innovadora.”

“Navarra es una región eminentemente industrial con un tejido productivo que se desenvuelve en un marco de tendencias globales. Entre las tendencias con mayor impacto a medio-largo plazo está, como ya se ha adelantado, la Industria 4.0 y así lo entiende el Plan Industrial de Navarra 2020 que despliega la política industrial de Navarra en 5 ejes uno de los cuales es el Eje 3: Industria 4.0 y Transformación.

En este contexto y, fruto de las iniciativas regionales llevadas a cabo a lo largo de los últimos años, se han venido detectando ciertas carencias en el tejido navarro en referencia a la Industria 4.0:

- A pesar de las iniciativas para sensibilizar a las empresas industriales sobre la Industria 4.0, existe todavía cierta falta de conocimiento y aplicación de Industria 4.0 en su operativa cotidiana.
- Asimismo, se manifiesta también cierto desconocimiento de la oferta tecnológica, haciendo referencia, particularmente, a la oferta de las empresas tecnológicas con base en Navarra.
- Se percibe además bajo nivel de cooperación con las empresas TIC navarras, dada la fase preliminar de Industria 4.0 en la que están actualmente inmersas, principalmente el segmento PYME, y una dificultad de acceso a I4.0 de por parte de la pequeña empresa.

Planes de implantación en navarra

- [Estrategia de Especialización Inteligente S3](#)
- [Plan Industrial de navarra 2020](#)
- [Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de Navarra 2017-2020](#)
- [Plataforma Industria Navarra 4.0](#)
- [Cluster tic Navarra](#)

Planes de formación relacionados con la digitalización en navarra

Además de la oferta formativa reglada ofrecida en Formación Profesional por la Red Pública de Centros del Gobierno de Navarra, así como por las tres universidades con que cuenta la Comunidad Foral (Universidad de Navarra, Universidad Pública de Navarra y Universidad de Estudios a Distancia), Navarra cuenta con una oferta complementaria ofrecida por entidades públicas y privadas, fundamentalmente en la línea denominada Formación Profesional para el Empleo en su parte no reglada y que se oferta como formación continua a lo largo de la vida o life long learning. Además, esta oferta se ve

complementada por las propias iniciativas formativas que realizan las empresas a título individual o privado.

Así pues, como oferta formativa no reglada de formación profesional para el empleo encontramos:

- Los planes de formación dirigidos preferentemente a personas ocupadas y desempleadas del Servicio Navarro de Empleo. (En el punto 5 de este informe se encuentra la oferta relacionada con la Industria 4.0)
- Otros programas de formación en alternancia con el empleo del Gobierno de Navarra (PIFES, Escuelas Taller, Talleres Ocupacionales, Itinerarios de Empleabilidad, etc.) A través de estos programas se realizan proyectos puntuales algunos de ellos relacionados con Industria 4.0. Si bien, estos proyectos no son estables en el tiempo.
- La oferta formativa propia del Servicio Navarro de Empleo a través de sus centros propios, CENIFER e ITURRONDO. [Aula 4.0 del Centro Iturrondo](#)
- Los programas formativos del Servicio Navarro de Empleo Directivo 4.0 y Mando Intermedio 4.0
- [DIGITALXBORDER del ICEX.](#)
- [Máster Consultor SAP S/4 Hana / Supply Chain para Industria 4.0](#) de la Cámara Navarra de Comercio e Industria
- [Curso superior Análisis de datos en procesos industriales](#) de la Cámara Navarra de Comercio e Industria
- ESIC/ICEMD PROGRAMA SUPERIOR EN INTERNET DE LAS COSAS E INDUSTRIA 4.0 (contenidos anexo. Se imparte en Madrid) <http://www.esic.edu/es/programa-superior-internet-cosas-industria/>
- Máster Universitario en Ingeniería Avanzada de Fabricación es un título oficial que se imparte desde la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la UNED y forma parte de las enseñanzas del Departamento de Ingeniería de Construcción y Fabricación.
- Grado en ingeniería en tecnologías industriales. UPNA
- Fundación Industrial de Navarra. [Cursos](#)
- Ain [El mando 4.0](#)

1.3 Conocimientos en Procesos de Digitalización del Directivo

La encuesta realizada por CEN a un total de 80 directivos de la empresa (70 directores generales y 10 responsables de área) identifica una serie de conclusiones con relación a los conocimientos técnicos de los profesionales de las empresas que convendría tener en cuenta.

Uso profesional de herramientas digitales en la empresa:

Excepto la herramienta más básica como el correo electrónico, hay aún poca penetración del uso de herramientas digitales en la empresa. Por lo tanto, las empresas no están aprovechando el potencial de las nuevas herramientas de gestión para ser más productivos y eficientes

Porcentaje de uso de herramientas en la empresa:

- | | |
|--|------|
| • Correo electrónico sincronizado | 95 % |
| • Sistemas de reuniones y conferencias virtuales | 91 % |
| • Chat instantáneos | 77% |
| • Asistente de gestión de agendas | 59% |
| • Trabajo en remoto/nube | 91 % |
| • Red Social profesional | 50 % |
| • Notas en la nube | 45 % |
| • Ninguna de estas | 5 % |

Medios Digitales integrados en la empresa:

La web corporativa y las redes sociales más comunes (es decir, lo más fácil de implementar) son los medios más integrados en las empresas. Los medios digitales que necesitan mayor desarrollo y más implicación estratégica como las apps móviles, tienda online o blogs, son aún soportes a explotar (por desconocimiento de la importancia estratégica y del cómo implementarlo con éxito)

Porcentaje de uso de medios digitales en la empresa (resultado encuesta CEN):

- | | |
|------------------------------------|-------|
| • Página web propia | 100 % |
| • Página de Facebook de la empresa | 45 % |
| • Red social interna de la empresa | 18 % |
| • Canal Twitter de la empresa | 36 % |
| • App móvil | 13 % |
| • Tienda online | 18 % |
| • Blog | 18 % |

Conocimientos en Procesos de Digitalización de los Directivos navarros:

CEN ha consultado a los 80 directivos de Empresas que operan en Navarra sobre el grado de conocimientos en materia de competencias digitales que poseen y estas son las principales conclusiones obtenidas.

Principales Funciones y Perfiles Digitales

Se ha consultado sobre el grado de conocimiento e implementación en su empresa de los siguientes perfiles digitales:

PRINCIPALES FUNCIONES Y PERFILES DIGITALES	CONOCEN	%	CONOCEN Y LO TRABAJAN	%	TIENEN PUESTO	%
1. Analista Web	22	100%	0	0%	12	55%
2. Especialistas Posicionamiento Web	22	100%	5	23%	16	73%
3. Responsable e-Commerce	22	100%	2	9%	0	0%
4. Responsable de Contenido Digital	22	100%	7	32%	10	45%
5. Web Master y Desarrollo Web	22	100%	4	18%	20	91%
6. Desarrollador de AppS	22	100%	0	0%	8	36%
7. Digital Marketing Manager	22	100%	3	14%	12	55%
8. Social Media Manager	22	100%	4	18%	10	45%
9. Experto en Comunicación Digital	22	100%	5	23%	12	55%
10. Business Intelligence Manager	22	100%	2	9%	8	36%
11. Customer Experience Manager	22	100%	2	9%	6	27%

El resultado ha sido el siguiente:

El 100% conocen esas funciones. Sin embargo, el 47 % de media de las compañías no tienen un puesto específico ni la formación específica para esas principales funciones

Implementación Funciones Digitales

Se ha consultado a los directivos encuestados por CEN sobre el grado de implementación por funciones y el resultado ha sido:

Las funciones digitales más implementadas son las relacionadas con la web y su rendimiento.

Las menos son Business Intelligence Manager, Desarrollador de apps, Responsable de e-commerce o Customer Experience Manager

Solo en un 25% (aprox de media) de las empresas hay puestos específicos para funciones digitales que son claves

Resulta, igualmente interesante, atender a las conclusiones del DIAGNÓSTICO DE AIN sobre el grado de conocimiento digital con el que cuentan las personas que integran la empresa navarra.

En cuanto a la relación de las personas que integran las organizaciones empresariales (entre los que se encuentran los perfiles directivos) y el grado de conocimiento e impulso que realizan, el Diagnóstico establece las siguientes conclusiones:

El nivel de madurez cultural de la organización y su alineación con la Transformación Digital:

Un 60,85% de los participantes admiten que sus líderes reconocen los beneficios de la Transformación Digital y así lo transmiten al resto de la organización. En este sentido, las entrevistas realizadas reafirman estos resultados alegando, además, en la mayor parte de los casos, la importancia que tiene el disponer de unos directivos concienciados con la Transformación Digital y la comunicación de manera clara y transparente a toda la organización.

Unido a esto cada vez son más las empresas que consideran que la implicación de la dirección en este tema, así como la concienciación de las personas son temas críticos a la hora de desplegar estrategias de digitalización en la empresa, de hecho, gran parte de los

entrevistados asumen estos temas como críticos, por encima incluso de la propia tecnología.

Facilitar y promover la creación de organizaciones flexibles, favorece la implantación de la Industria 4.0

La industria 4.0 requiere una reasignación de tareas y nuevas responsabilidades que deben sustentarse en medidas de capacitación apropiadas, así como en conceptos de movilidad, flexibilidad e iniciativas que fomenten el uso de las tecnologías o el intercambio de ideas y la colaboración en la organización.

El desafío para las empresas en general pero fundamentalmente para las pequeñas y medianas empresas es crear estructuras organizativas flexibles para llevar a cabo estas iniciativas.

En este sentido los resultados revelan que un 27,83% de los encuestados aprovechan las nuevas tecnologías para facilitar prácticas de trabajo desde casa entre sus empleados y un 29,25% utilizan plataformas de colaboración digital facilitan la cooperación en proyectos interna y externamente (por ejemplo, intranets, plataformas como Sharepoint, etc.).

Además, la utilización de las nuevas tecnologías para el conocimiento de clientes y mercado nos da una idea de cómo es la orientación al cliente de la empresa. En este sentido un número muy importante de empresas encuestadas, el 39,62% afirma utilizar las nuevas tecnologías para ello.

Cuando nos adentramos en ver qué tipo de empresa tiene líderes más alineados con la Transformación Digital, según se muestra en el Gráfico 11, son mayoritariamente las empresas medianas, un 26,89%, las que más reconocen que desde la dirección reconocen y transmiten la importancia de la Industria 4.0 a la organización.

En el caso de las grandes empresas el porcentaje es inferior, la explicación, según las entrevistas realizadas es que muchas veces las estrategias vienen de definidas desde la matriz y quizás a las plantas productivas no lleguen transmitidas con la fuerza con la que debiera. Muchas veces es algo “impuesto” sin mayor explicación.

Se ha dado también el caso de que grupos multinacionales con planta en Navarra, según de dónde sea la matriz de procedencia, tienen un concepto de Industria 4.0 menos novedoso. Sobre todo, plantas que operan en sectores donde la introducción y el uso de la tecnología, así como la mejora continua es un “must” y el concepto que tienen de industria 4.0 está muy alineado con el concepto de “manufactura avanzada”.

Las organizaciones consideran importante evolucionar sus culturas para apoyar la transformación digital.

“La mejor cultura para nuestra empresa es la que nos permite estar alineados con la misión y la estrategia de la organización, y por lo tanto responder eficazmente a los desafíos a los que nos vamos enfrentando”

La falta de personas capacitadas no parece suponer en la actualidad una barrera de adopción de la Industria 4.0...pero sí a futuro

En este contexto de cultura de la organización, son mayoría las empresas que disponen de personas con habilidades digitales en todas las áreas y no exclusivamente en las áreas del negocio centradas en la tecnología, un 21,23% frente a un 20,75%.

Curiosamente, son las empresas de mayor tamaño las que son más exigentes en este sentido ya que consideran que solamente un segmento de sus empleados dispone de habilidades digitales suficientes para adentrarse en el mundo de la Industria 4.0 aunque bien es verdad que no lo consideran una barrera ya que, cuando es necesario, ponen la capacitación adecuada al alcance del trabajador.

En este sentido decir que, son todavía pocas, un 16,51%, las empresas para las que las competencias digitales relacionadas con el puesto son un criterio importante cuando se reclutan nuevos empleados y tampoco los planes de formación de sus empleados tienen un apartado específico para la Industria 4.0 aunque sí que se les forma cuando el puesto lo requiere.

Sin embargo, gran parte de las empresas sitúan a las personas en el centro de la Transformación Digital

“Son las personas, y no la tecnología, las que constituyen el centro de la Transformación Digital”.

La mayoría de las empresas entrevistadas consideran este punto como relevante al mismo nivel que la dimensión tecnológica, sin embargo, y aunque constituye uno de los retos a abordar para la mayoría de los entrevistados, no constituye a día de hoy una barrera a la implantación de la Industria 4.0 para la industria navarra.

En esta línea, apuntar que en la mayor parte de las empresas entrevistadas es el director de IT o la Dirección General los encargados de supervisar la transformación digital de la organización, seguidos en algunos casos por los Directores Industriales y son pocos los casos en los que se ha contratado a una persona a propósito para liderar esta transformación.

Las entrevistas confirman además que, en la mayor parte de los casos como la Transformación Digital se lidera desde los departamentos mencionados anteriormente, son menos los proyectos de Industria 4.0 transversales que aplican a toda la organización. En definitiva, la idea obtenida es que la industria navarra no aborda aún, en su mayoría, la Transformación Digital como un “macroproyecto” transversal de la organización, sobre todo en aquellas empresas que no tienen una estrategia específica definida.”

La sociedad como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías está cambiando a una velocidad de vértigo. Las máquinas van a realizar muchos trabajos que hasta ahora eran realizados por personas. Los procesos de producción van a ser más sofisticados, y exigirán unos niveles más altos y específicos de formación, cuando hoy la mayoría del personal que las realiza, no la tiene. La competencia aumenta y tiene su origen en cualquier parte del mundo. La cercanía ya no representa ninguna ventaja competitiva. La vida de los productos es cada día más corta, continuamente son sustituidos por otros nuevos, más baratos, más eficaces, o más innovadores. En definitiva, estamos adentrándonos en un tiempo nuevo en el que los dirigentes de las empresas tendrán que dedicar cada vez más tiempo a pensar en el futuro de su negocio para anticiparse y actuar con ventaja frente a sus competidores.

En este nuevo escenario, la capacidad de innovación de las empresas es el aspecto clave a desarrollar y mejorar. Para ello, es muy importante aprovechar el gran activo que cada empresa tiene en el conjunto de ideas, conocimientos y experiencia de toda su plantilla. Hay que crear y diseñar las estructuras organizativas idóneas para que todo ese potencial de capacidades y competencias salga a la luz, y se aproveche para generar riqueza y valor.

La orientación al mercado de todos los negocios, la proximidad a los clientes y la empatía con ellos son otros aspectos a tener en cuenta. Por ello, habrá que fabricar lo que en cada momento los clientes necesiten y cuando lo necesiten, incluso habrá que anticiparse, y ofrecerles aquello que aún no piden por qué no lo conocen. Henry Ford dijo que, si le hubiera preguntado al mercado que nuevo producto necesitaba para desplazarse, este le hubiera pedido un caballo más rápido y no un coche.

La digitalización es otra tendencia imparable, que va a tener importantes efectos en las características y funcionamiento de la sociedad del futuro. En estas nuevas circunstancias, todas las compañías tendrán que prepararse para estar a la altura de esa revolución en la que nos estamos adentrando a gran velocidad, y a la que o nos incorporamos, o desapareceremos.

El momento que estamos viviendo es crucial para reflexionar e introducir en las empresas los cambios necesarios para poder ser competitivos en esos nuevos escenarios y que, sin duda, irán evolucionando a lo largo del tiempo.

Hoy la característica más importante de esta revolución en la que nos adentramos es el talento, y por ello debemos incorporar y desarrollar la mayor cantidad de éste en nuestras empresas. El conocimiento de las personas y su organización constituyen el activo más eficaz para dar respuesta a los importantes desafíos que en el futuro vamos a tener que hacer frente. Hay un talento ya acumulado en toda empresa en poder de las plantillas, que debe aflorar, canalizarse y organizarse para mejorar la confianza y consecuentemente la productividad, desarrollar e innovar nuevos productos y servicios

y contribuir a aportar más valor a la compañía. Y para lograrlo, hay que poner en marcha programas de formación destinados a las personas de la organización y que mejoren el nivel de conocimientos de todos los trabajadores en las nuevas tecnologías digitales, así como implantar nuevos desarrollos tecnológicos que necesariamente habrá que ir incorporando a los procesos y a los productos. Y para que ese talento se despliegue y fluya en la empresa tenemos que conseguir que, a través de la transparencia y comunicación, la dirección y los trabajadores desarrollen un proyecto común, en el que todos se sientan partícipes, lo reconozcan como suyo y todos ganen. La confianza y la cooperación son claves para abordar una nueva cultura empresarial entre los dos grandes protagonistas de la acción colectiva de la empresa como son accionistas y trabajadores, que refuerce a la empresa como espacio de creación de riqueza y su reparto.

Transformación digital: Inversiones y cambio cultural

El desarrollo de las tecnologías digitales constituye un proceso imparable y sin vuelta atrás que está afectando a toda la sociedad, incorporando una nueva forma de vivir, de trabajar y de comunicarse, es decir, está produciendo un importante cambio cultural, con respecto al cual nadie puede sentirse ajeno, y por ello, el mundo empresarial debe incorporarse lo más rápida e intensamente posible.

Hay que tener en cuenta que para las empresas esta denominada revolución digital, no solo constituye una oportunidad para crecer y evolucionar en los negocios tradicionales, sino también está permitiendo la aparición de nuevos modelos alternativos de negocio.

En el desarrollo de la incorporación de este proceso en las empresas, es fundamental hacer mención del plan digital 2025 “La digitalización de la sociedad española” elaborado por CEOE, en el cual se menciona que no solo se trata de incorporar activamente las nuevas tecnologías en las empresas, sino que además, hay que llevar a cabo el cambio cultural que implica este proceso, formando a todo el personal en las competencias necesarias.

En el mencionado documento se mencionan los Facilitadores Digitales, es decir los medios tecnológicos que van a permitir a las empresas incorporarse a este proceso. Los inhibidores digitales, es decir, las dificultades que las compañías van a experimentar en la introducción de los nuevos medios. Y finalmente el resultado que cada entidad obtenga de estas dos realidades contrapuestas y que van a condicionar su mayor o menor avance digital, el cual será determinante en su competitividad y por tanto en su futuro.

Entre los facilitadores, el mencionado informe menciona las Redes de Banda Ancha que son claves en este proceso, el Cloud Computing, el Internet de las Cosas que supone la conexión del mundo digital con el real, el Big Data, la conexión con enormes volúmenes de datos que hay que transferir, almacenar y procesar, los Robots, los cuales mejoran la productividad y calidad del producto fabricado, las Impresoras 3D que facilitarán el diseño y producción, la Inteligencia Artificial, y el Blockchain entre otros.

Los principales inhibidores, es decir las dificultades que podemos encontrar son: La Resistencia al Cambio, la cual forma parte de la naturaleza humana y está presente en

cualquier tipo de organización. El Cambio de Cultura, es decir las exigencias de flexibilidad, adaptabilidad y agilidad que implica la introducción de la nueva cultura. La Seguridad Digital, la cual es vital para garantizar la fiabilidad de las transacciones. La necesidad de Nuevos Perfiles Laborales que el mercado de trabajo tiene dificultad para proporcionar. La Agilidad que el entorno digital necesita y que somete a mucha presión a las empresas, la Canibalización, que muchas veces hay que realizar sobre los productos tradicionales y finalmente la Regulación, la cual suele ir detrás de la innovación y de la evolución del mercado.

La gestión de estas dos fuerzas contrapuestas determina las diferencias que encontramos cuando se compara una empresa digital frente a una empresa tradicional en aspectos como: los Procesos, su eficacia y respuesta; la Eficiencia, la cual es mayor en la empresa digital; la Tecnología, más sofisticada, eficaz y productiva en la empresa digital; la Innovación, una persona con una buena idea tiene muchas más facilidades para acceder a los medios necesarios para desarrollarla en la empresa digitalizada ya que la innovación forma parte de su ADN; en la Información, ya que las compañías digitales conocen mejor a sus clientes y usuarios y, por tanto, les pueden ofrecer productos y servicios más acertados y personalizados; y, finalmente, la Organización, la cual es menos jerárquica con organizaciones más planas y en red.

El Diagnóstico anteriormente mencionado y elaborado por ain, también se posiciona en este sentido. Nos parece interesante y complementario aportar el siguiente fragmento

“Este apartado contempla cuestiones relacionadas con los ámbitos de estrategia, cultura, personas y cliente.

Tres cuartas partes de la industria navarra ya está en el camino hacia la Industria 4.0

Un total del 72,64% de las empresas participantes disponen de estrategia digital o han iniciado su camino hacia la Industria 4.0 con iniciativas aisladas. Se trata de una muy buena noticia, ya que nos da una idea del elevado nivel de concienciación que tiene la industria a este respecto.

Cuando se realiza este mismo análisis de manera más pormenorizada se encuentra lo siguiente:

- *El 35,85% de las empresas disponen de una estrategia de Industria 4.0 (de ellos un 9,91% esta estrategia les viene definida desde la matriz). De este total, un 18,40% de las empresas se encuentran en fase de implementación de dicha estrategia mientras que el 3,77% afirma disponer de la estrategia, pero no haber comenzado a implantarla. Dentro de este mismo grupo, un 3,77% afirma haber finalizado el proceso de implantación de su estrategia digital.*

- *En el otro lado, un 25,47% de las empresas afirma no disponer de una estrategia digital y el 36,79% no dispone de estrategia, pero ha lanzado iniciativas al respecto.*

- El 1,89% no sabe o no contesta.

Las organizaciones de mayor tamaño son las digitalmente más maduras

Existe una relación significativa entre el tamaño de la empresa y la definición e implementación de una estrategia de Industria 4.0. Los resultados obtenidos muestran que son las grandes empresas las que están sustancialmente más avanzadas en el proceso de implantación de su estrategia de Industria 4.0.

De hecho, de las entrevistas realizadas se obtiene que las grandes empresas ven el concepto de Industria 4.0 con una componente estratégica muy importante en su organización lo que significa que su andadura hacia la Industria 4.0, comienza con una reflexión estratégica de su negocio para posteriormente definir una estrategia en esta línea. Dicha estrategia se despliega de manera holística y transversal en todos los ámbitos de la organización. Esto no significa que dentro de sus planes no existan proyectos enfocados a mejorar temas puntuales de sus plantas productivas, sino que estos proyectos están contemplados, al igual que el resto, dentro de la estrategia y esta es la que domina.

Por lo que se advierte, en las pequeñas empresas el enfoque es diferente. La mayoría de ellas comienzan su andadura en la transformación digital poniendo en marcha pequeños ó no tan pequeños proyectos piloto puntuales, pero, muchas veces derivados de necesidades puntuales que la tecnología puede ayudar a solventar y no tanto como una conceptualización de un impacto global previamente reflexionado. Es por ello por lo que los resultados revelan que un total de 72,64% de las empresas del sector industrial navarro ya está abordando el tema de Industria 4.0, pero no con el mismo enfoque.

Son las empresas de mayor tamaño (mayores de 250 empleados) con un 8,49% y las empresas medianas (segmento entre 49 y 250 empleados), con un 18,40% de las empresas, las que tienen definida su estrategia de Industria 4.0 o al menos, existe una línea estratégica específica en su estrategia competitiva. Además, en algunos casos no sólo disponen de una estrategia definida, sino que la tienen implementada o en proceso de implementación.

Solamente un 0,47% de las grandes empresas encuestadas admiten no disponer de ella.

Por otro lado, también son muchas las pequeñas y medianas empresas que han comenzado a implementar proyectos piloto específicos con enfoque 4.0. Estas empresas constituyen el 4,72% de las empresas de menos de 10 empleados y casi un 20% de las empresas de hasta 250 empleados.

Aún con todo, una cuarta parte del tejido industrial no han empezado su camino hacia la Transformación Digital

Sin embargo, una cuarta parte del tejido participante no ha comenzado aún su camino hacia la Transformación Digital.

De hecho, los resultados muestran que un 25,47% de las empresas participantes no dispone de estrategia de industria 4.0 y coincide con las empresas de menor tamaño.

De ellas, el 7,08% son empresas de menos de 10 empleados, el 13,68% son empresas de hasta 49 empleados y el 4,25% de empresas de hasta 249 empleados.

Cuando se ha preguntado a las pequeñas empresas por este tema, muchos de ellos no conocen el concepto ni lo que implica y además no ven una aplicación clara en sus negocios y otras, las no tan pequeñas, afirman que les supone cierto riesgo y un esfuerzo económico sustancial que a día de hoy sus “ventas” no lo justifican.

Sin embargo, el significado de la Transformación Digital no es el mismo para todas las empresas

El concepto de Industria 4.0 no es el mismo en según qué empresas. Es un tema que depende principalmente del tamaño, pero también incluso se podría decir que es una cuestión de tiempo y madurez de la organización, según indican algunas empresas.

“El concepto actual de industria 4.0 en mi organización no es el mismo que unos años atrás”

En esta línea y, aun existiendo diferentes puntos de vista, las respuestas se agrupan fundamentalmente en tres categorías:

- La Industria 4.0 orientada a la eficiencia y flexibilidad de las operaciones y el impacto que esto tiene en la mejora de la productividad, el ahorro de costes y la mejora de servicio al cliente.*
- La Industria 4.0 como una oportunidad de aplicar las nuevas tecnologías en el diseño de nuevos productos y servicios, lo que a su vez tiene un impacto en la transformación del modelo de negocio.*
- La Industria 4.0 como herramienta imprescindible en la mejora de la orientación al cliente: el marketing digital está ganando popularidad en las grandes empresas industriales entrevistadas, y las empresas están construyendo cada vez más su experiencia de cliente en línea a través de soluciones basadas en tecnologías 4.0.*

Las empresas líderes digitales combinan su estrategia digital con una cultura y liderazgo dispuestos a impulsar la Transformación Digital en la organización

Las tecnologías digitales tienen el potencial de transformar todos los ámbitos de la organización, pero sin el enfoque y la estrategia adecuados, el liderazgo y una cultura abierta, flexible y adaptada al cambio, las iniciativas de transformación digital tienen muchas probabilidades de fracasar.

Siguiendo con la argumentación, es interesante aportar la siguiente reflexión de los profesores de EADA Marco A. Peña y Ramon Costa, los cuales analizan las habilidades digitales que necesitan los directivos para liderar la transformación digital de sus empresas, e indican lo siguiente:

“Últimamente nos hemos acostumbrado a leer y a escuchar en los medios de comunicación noticias sobre Cloud Computing, Big Data, Internet de las Cosas (IoT),

aplicaciones móviles, ciberseguridad, digitalización... Son conceptos que están en la mente del gran público y que son cada día motivo de conversación y debate.

Otra cosa es si estos términos se aplican en las organizaciones y en los despachos. En este sentido, algunas de las preguntas que deberíamos hacernos son: ¿Somos conscientes de los nuevos modelos de negocio basados en el uso intensivo de las TIC? ¿Sabemos cómo sacar ventaja competitiva y ser más productivos a partir de un buen uso de las TIC? ¿Entendemos los riesgos asociados a las TIC? ¿Están nuestros colaboradores preparados para afrontar un proceso de digitalización? ¿Disponemos de una estrategia de marca en Internet y aprovechamos las oportunidades digitales de escuchar al cliente?

Los directivos deben ser los principales agentes de la transformación digital de las empresas

En definitiva, ¿hemos desarrollado las competencias y las habilidades digitales necesarias para aprovechar todas las oportunidades que estas tecnologías nos aportan y que nuestro entorno nos demanda? Acerca de esta idea se elaboró en 2015 un estudio “Nivel digital directivo” liderado por la comunidad de Business and Technology de EADA Alumni y dirigido a directivos, que son los principales agentes en los procesos de digitalización de las organizaciones.

El estudio, basado en más de 600 encuestas respondidas por directivos de diferentes sectores, evaluó las habilidades de los máximos responsables de las organizaciones en materia de digitalización. La principal conclusión es que la transformación digital es más lenta de lo esperado en las empresas. El motivo es que las áreas de dirección no identifican las amenazas que supone no adaptarse a la era digital.

En la misma línea, los directivos ceden de manera errónea el liderazgo de este ámbito a los responsables de las áreas que más familiarizados están con estas habilidades, como son las de Marketing y Sistemas TIC. De esta manera, los directivos pierden a menudo la perspectiva global necesaria para la transformación digital de la compañía.

Prueba de ello es que el 64% de los directivos reconoce que sus organizaciones no hacen un uso intensivo de las TIC como herramienta de competitividad. Sin embargo, no deja de ser sorprendente que el 44% de los directivos encuestados se auto otorgan un nivel competencial alto en materia de digitalización, obteniendo buenas calificaciones en casi todas las competencias analizadas.

PERCEPCIÓN DEL DIRECTIVO DE SU NIVEL DE DIGITALIZACIÓN



Fuente. Estudio "Nivel digital Directivo". Eada 2015.

Un 44% de los ejecutivos españoles declaran tener un alto nivel de competencias digitales y un 38% un nivel medio. La percepción de los directivos al respecto es más alta que la realidad –valoración media de 7,3 de desarrollo global frente al 6,8 del análisis competencia por competencia–, dándose diferencias más que relevantes entre las distintas competencias.

Existe un buen nivel de conocimiento y comunicación digital, pero a medida que nos alejamos de nuestro entorno más próximo o zona de control, la cuestión se complica. Sabemos cómo y usamos las competencias relacionadas con la aplicación personal (competencias adquiridas), pero carecemos de algunas de las habilidades para aplicarlas al trabajo en equipo, a la empresa (estrategia) y a nuestra relación con el cliente. Apenas aprobamos en visión estratégica –entendida como capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo a la estrategia de los proyectos de la organización– y suspendemos en orientación al cliente.

El informe constata una baja utilización de las redes y herramientas digitales (4,8 en una escala de 1 a 10) para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales. Y aunque en menor medida, también es destacable la baja visión estratégica o capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización (5,5), y la media capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales (6,2).

El estudio refleja que las empresas no hacen un uso intensivo de las tecnologías de la información como herramienta competitiva. Solo el 36% de los ejecutivos percibe el uso de la tecnología en su empresa como herramienta competitiva como alta o muy alta, frente al 64% que hacen un uso medio o escaso (38% y 26%, respectivamente), mostrando

nuevamente el gap existente entre el ámbito personal y organizacional y reflejando el estadio en que se encuentran las empresas, que deben transformarse digitalmente para tener éxito en el nuevo escenario en que la transformación digital no es únicamente tecnológica, sino social, cultural y económica. Se trata de una cuestión de visión, estrategia, cultura organizativa y rediseño de procesos que segmentará a las empresas según si son digitales o no.

Las organizaciones siguen percibiendo que lo digital es, en buena medida, equivalente al marketing digital por lo que esta área funcional de la empresa la que lidera el cambio (32%) seguido de la de Business & Technology (TIC) con un 27%. En conclusión, la transformación digital de los ejecutivos españoles presenta carencias competenciales importantes, como la visión estratégica, el trabajo en red o la orientación al cliente, que tendrán que superarse para afrontar con éxito el reto de la transformación digital en tiempos de redes

Sea como sea, lo primero que debemos tener claro es que la transformación digital no es una cuestión meramente tecnológica sino social, cultural y económica. Afecta, por tanto, a todos los niveles de la sociedad, tanto a ciudadanos individuales como a organizaciones. En consecuencia, es necesario que éstas se transformen digitalmente para tener éxito en el nuevo escenario.

En este proceso, es fundamental que las organizaciones y los despachos desarrollen en sus equipos un nuevo conjunto de competencias digitales que tengan un impacto probado en el rendimiento. El reto para el directivo/economista digital es ser capaz de aplicar sus habilidades en la organización y en el entorno, rompiendo su techo de cristal y pasando del conocimiento a la acción. Únicamente de esta manera las organizaciones utilizarán la tecnología como ventaja competitiva y motor de innovación.”

En menos de tres años, tres perfiles profesionales de alto nivel como son el director de marketing, el director comercial y el director de recursos humanos van a sufrir cambios radicales en sus funciones.

O adquieren rápidamente competencias digitales directivas que les permitan ser proactivos y productivos en Internet, o igual de rápidamente dejarán de tener dichos puestos y serán relegados por otros profesionales que sí cuenten con habilidades en ese ámbito.

La transformación digital no es solo un cambio de metodologías y procesos en nuestras empresas; por encima de todo es un cambio radical de mentalidad que debe producirse también en aquellos que dirigen y toman las decisiones en las empresas.

De nada sirve formar a los empleados y equipos de trabajo en redes sociales, tecnología, competencias digitales, estrategia y otras áreas, si quien toma las decisiones, el directivo, sigue haciendo lo mismo de siempre.

Las organizaciones han evolucionado en no muchos años, de la rigidez y la burocracia a entornos ágiles, dinámicos y flexibles, donde la colaboración es la raíz de su ventaja competitiva y donde el liderazgo 2.0 está firmemente asentado entre todos sus miembros.

3

Descripción de las competencias en gestión del directivo 4.0:

3.1. Qué son las competencias digitales directivas

Podríamos definir las competencias digitales directivas como un conjunto de conocimientos, capacidades y metodologías de trabajo directamente relacionadas con el entorno digital y que suponen un cambio de mentalidad tanto en la gestión como en los procesos estratégicos en una empresa.

Las competencias digitales deben permitir a todos nuestros equipos directivos, no solo adquirirlas y ponerlas en marcha, sino también saber transmitir las a los equipos de trabajo directamente relacionados con las áreas de marketing, comunicación y ventas, especialmente.

A fin de cuentas, la Transformación Digital no es un proceso que se dé por sí solo, necesita de quién lo inicie, lo encauce y finalmente lo implante de manera efectiva en la empresa.

Por eso los equipos directivos deben asumir antes que nadie, competencias digitales que les ayuden a dirigir con eficacia y a liderar a su empresa en el camino hacia lo digital.

De esta forma, quedará completado el proceso de integración de la transformación digital en nuestra empresa, basado en los siguientes puntos:

- Empresa: cambio a nivel de estructura y cultura hacia lo digital.
- Directivos: adquisición de nuevas competencias digitales que les permitan diseñar objetivos más amplios y mejor definidos.
- Equipos de trabajo compenetrados con la dirección y que asuman un mismo rumbo y un objetivo empresarial común.
- Procesos: optimización de las metodologías de trabajo para hacerlas más productivas, sencillas y, por supuesto, digitales.
- Clientes: siempre deben estar en el centro de la estrategia.

Son muchas las habilidades digitales que se pueden encontrar imprescindibles, sin embargo, sería conveniente dividir las en **competencias digitales básicas y capacidades digitales avanzadas**, de cara a que cada directivo haga una autoevaluación y determinar cuál es su nivel de conocimiento en este momento.

3.2. Competencias digitales básicas para un directivo

Competencia Digital 1.- Competencias digitales relacionadas con la gestión de la información

La gestión de la información digital es una de las competencias digitales que se tornan en pilares estratégicos de las empresas, especialmente para aquellas áreas más **enfocadas en el trabajo de comunicación, marketing, ventas**, etc.

Si bien la gestión de la información digital debería ser una forma de trabajo común a todo el personal, es principalmente el personal directivo quien debe saber trabajarla, segmentarla y hacerla llegar a todo aquel en su empresa al que pueda interesarle.

Una primera evaluación de estas capacidades digitales nos llevaría a preguntarnos:

¿Qué tipo de comunicación digital está emitiendo tu empresa de cara al exterior?

Como directivo, debes empezar por analizar qué se está comunicando y difundiendo en tu empresa en este momento, si los canales que se han establecido para hacerlo son los adecuados, si el personal los conoce y aprovecha esta información y si tu mercado está siendo receptivo a esta información.

Quizás como directivo, **tus competencias TIC deberían llevarte a:**

- Establecer alertas y procesos sobre información relacionada con lo que hacéis en la empresa: novedades, artículos de tendencias, tecnología, etc...
- Analizar a tu competencia para saber qué hacen y qué resultado les está dando. haga o comunique algo nuevo, la imagen de marca y/o reputación online de la empresa varíe...
- Monitorizar medios de comunicación online, periódicos digitales, revistas, blogs.
- Saber trasladar todo lo que hacéis en internet a una comunicación más global y a la vez específica
- Etc.

En este caso, la gestión de tus competencias digitales relacionadas con la información tanto interna como externa resulta imprescindible para que tu empresa sea más visible para tu mercado y público objetivo.

Competencia Digital 2.- Habilidades digitales relacionadas con el conocimiento digital

Una de las competencias digitales imprescindibles de un directivo es **ser capaz de manejarse con soltura en internet**, utilizando herramientas especializadas, midiendo y analizando aquellos procesos y áreas, externas o internas, de su interés.

Gestión de la información y Conocimiento Digital son dos Habilidades directivas digitales fundamentales que marcan la diferencia.

Ya no hablamos solo de conocimiento, sino también de una actitud y/o inquietud personal por estar en internet. Algunas **herramientas de marketing online e internet fundamentales para un directivo online** hoy en día pueden ser:

- **Tu página web.** Porque en ella es donde se crea y trabajar toda la comunicación digital y es donde al final vienen los usuarios a comprar o contactar con tu empresa.
- **Feedly.** Un agregador RSS que nos permite suscribirnos a medios de comunicación y fuentes diversas para estar informados, especialmente desde el móvil.
- **Twitter.** Una de las mejores herramientas de marketing online para la comunicación y monitorización. Y una de las que mayores conocimientos y habilidades digitales requiere, pues implica saber sintetizar.
- **Linkedin.** Red social especializada en Networking y una de las que requiere de un nivel de competencias digitales para profesionales más importante, por el potencial que tiene.

Competencia Digital 3.- Competencias digitales directivas para el aprendizaje continuo y la formación

Un directivo con la competencia del auto aprendizaje no solo será capaz de aprender por sí mismo, sino que se preocupará de **formar a su equipo de trabajo para mejorar los procesos** de trabajo, venta online y conocimiento digital.

Afortunadamente, son cada vez más las empresas que se preocupan por favorecer la **formación en habilidades y competencias digitales** para su equipo directivo, para que así posteriormente estos puedan transmitir este conocimiento a sus equipos de trabajo.

De esta forma el directivo se convierte además en formador, comunicador y empieza a trabajar su faceta de líder en la empresa.

No solo muestra, enseña y trabajar **herramientas y recursos digitales** para la correcta gestión del conocimiento digital, sino que también sale de la empresa y trabaja en entornos externos para formarse, relacionarse y ampliar su red de contactos.

Competencia Digital 4.-Habilidades directivas para fomentar el trabajo en equipo y en red

Un buen directivo en internet debe saber **trabajar en equipo, coordinar equipos** y saber sacar lo mejor de cada una de las personas que lo conforman.

Adicionalmente a las habilidades digitales directivas típicas que se exigen al personal directivo, vemos como ahora tienen que saber coordinar equipos de trabajo offline que trabajan entornos online.

- Trabajando metodologías y procesos específicos y acordes a los medios y contenidos digitales, colaborando, compartiendo y creando información
- Comunicando a través de los canales digitales, con una visión estratégica y global y con una verdadera **estrategia de marketing digital** que proporcione un retorno adecuado.
- Colaborando en medios y redes sociales, creando una imagen de marca de la empresa relevante.
- Creando y/o utilizando estructuras organizativas e innovadoras que fomenten la información en el equipo y el trabajo colaborativo.

Evidentemente, las competencias digitales relacionadas con estas áreas requieren de una mayor **experiencia en la gestión de equipos de trabajo**.

Competencia Digital 5.- Competencias directivas digitales para el liderazgo y la negociación

La naturaleza en sí misma del liderazgo nace de las capacidades de **entender y comunicar, de adaptarse y empatizar** en entornos más complejos aún si cabe que el meramente personal.

Un Directivo solo llegará a ser un buen líder si sabe obtener lo mejor de su equipo, de su entorno y de la empresa en la que se encuentra. Las **competencias digitales relacionadas con el liderazgo 3.0** son cada día más valoradas por las empresas.

La negociación, por otra parte, es una de las competencias directivas más complejas. Un buen negociador debe saber escuchar antes que hacer otra cosa, pero también debe saber con quién está negociando, tanto a nivel interno en la empresa como con proveedores

Sin duda, un factor diferencial fundamental de un directivo actual y una de las habilidades directivas digitales más importantes en este momento.

3.3. Competencias digitales avanzadas

En este apartado, se introducen competencias digitales con un **enfoque mucho más avanzado hacia la comunicación y la venta online**, quizás ya para directores de marketing o directores comerciales con mayores necesidades.

Competencia Digital 6.- Habilidades directivas digitales relacionadas con la visión global de la estrategia

La visión global de la estrategia es una de las principales competencias digitales que debería tener un director de marketing o ventas.

Implica entender que **internet es un canal de comunicación, social y de venta fundamental**, pero que tiene que ir ligado a la estrategia global de la empresa, que tiene que ser única. Única y orientada siempre a cubrir las necesidades de nuestros clientes, los cuales a día de hoy ya están offline y online.

Objetivo: vender por internet.

¿Cómo gerente, director de marketing o ventas eres capaz de diseñar una estrategia de marketing online global capaz de conseguir nuevos potenciales y clientes? ¿Tus competencias TIC te lo permiten?

Sin duda, en este perfil todo el trabajo tiene que ir enfocado hacia esta meta por lo que las competencias digitales deberían permitir el diseño de estrategias de marketing digital efectivas en el corto, medio y largo plazo.

Resulta fundamental conocer, comunicar, comprender y usar nuevas herramientas, así como implementar nuevas tecnologías que ayuden a la empresa a conseguir sus objetivos de negocio en internet.

En definitiva, **contar con capacidades digitales avanzadas** que te ayuden a conseguir el éxito. Y para esto, además, hay que establecer indicadores de control sobre los cuales analizar, medir y corregir sobre la marcha si es necesario.

Cómo director de marketing o ventas, ¿cuentas con estos conocimientos en este momento? Quizás si no es así, sea el momento de **apostar por una buena formación en habilidades y competencias digitales**.

Competencia Digital 7.- Capacidades digitales relacionadas con la orientación a cliente

La orientación al cliente es un factor decisivo a la hora de vender por internet. Implica que **las empresas ya no venden productos o servicios, sino que cubren una necesidad de sus clientes**.

Esta habilidad digital directiva nos ayudará entre otras cosas a ver si debemos replantear nuestra estrategia de venta online o de marketing digital, así como a:

- Establecer el perfil idóneo «*Buyer Persona*» de la organización.
- Utilizar los diversos canales de internet para establecer contactos y relaciones adecuadas con contactos profesionales de interés
- Establecer mecanismos de control y protocolos de actuación sobre acciones de clientes y competencia.
- Medir niveles de satisfacción y/o rechazo y elaborar estrategias de fidelización adecuadas.

Quizás sea esta una de las competencias digitales más complicadas de adquirir por cuanto que es principalmente un cambio de mentalidad importante del equipo directivo o gerencia.

Competencia Digital 8.- Competencias digitales para la comunicación en internet

Toda empresa necesita de una buena **estrategia de comunicación en internet**. Si se entra en un nivel más técnico y dependiendo de la empresa, está claro que las capacidades digitales relacionadas con saber crear y difundir contenidos (marketing de contenidos) son cada vez más relevantes.

El blog es ya un elemento crítico para la comunicación digital y saber crear artículos que atraigan clientes debe ser una de las habilidades digitales de un directivo más importantes.

No porque tenga que crear él los contenidos, sino porque deberá saber **entender el tipo de estrategia a poner en marcha** y cómo el blog se relaciona a la perfección con el posicionamiento web y las redes sociales (entre otros).

Es decir, estaremos poniendo el enfoque en la comunicación online, en la que:

- Es fundamental conocer técnicas de Copywriting y SEO Social
- Es fundamental diseñar una buena calendarización y publicación de contenidos
- Hay que saber escribir adecuadamente para el entorno online
- Hay que tener una clara Orientación al cliente
- Hay que saber cómo difundir los contenidos en internet

Si hablamos de un nivel de empresa no muy grande, quizás el director comercial o de marketing sea quién deba adquirir estas competencias digitales.

Competencia Digital 9.- Competencias digitales para el diseño de la estrategia online

Si hablamos de habilidades digitales para directivos, una de las más importantes y a la vez más difíciles de adquirir es esta. **Ser capaz de diseñar una estrategia de marketing online y/o venta online** adecuada y eficaz para la empresa.

Esta competencia digital se traduce muchas veces en contar con experiencia previa, pues hablar de diseño de una estrategia de venta online implica también conocimientos y competencias TIC en:

- Estrategias de marketing online multicanal
- Conocimiento del ciclo de venta del cliente potencial
- Saber qué es un Funnel de Ventas y cómo ponerlo en marcha
- Coordinar la actividad online y offline contra un mismo objetivo: vender
- Etc..

Como se indicaba anteriormente, es una de las competencias digitales para profesionales y directivos mejor valorada por muchas empresas, **especialmente para directores de marketing y ventas**.

Competencia Digital 10.- Habilidades tecnológicas y digitales para fomentar la visibilidad en internet

La visibilidad en internet es una competencia digital avanzada, cuyo objetivo es trabajar variables del posicionamiento capaces de hacer que la empresa, así como sus productos o servicios **sean más visibles en los buscadores**.

A nivel corporativo debe ser capaz de entender los procesos y ventajas de una estrategia de posicionamiento web para así conseguir más visibilidad de la empresa en internet. El SEO por delante de todo, una asignatura pendiente aún para muchos directivos y organizaciones.

Competencia Digital 11.- Competencias TIC relacionadas con las redes sociales

Según estudios recientes, ***apenas un 30% de los directivos de las grandes empresas tienen perfil en LinkedIn y solo el 4% en Twitter.***

Muchos directivos, además, tienen perfiles inactivos e incluso abandonados, por lo que las redes sociales siguen siendo la asignatura pendiente y una de las competencias digitales más apreciadas en un Directivo.

Así, es uno de los aspectos más demandados en procesos de formación en habilidades digitales directivas.

Las **redes sociales son un canal de comunicación fundamental para las empresas**, por lo que un buen directivo en internet debe trabajarlas de forma intensiva, transmitiendo además sus valores y oportunidades a su equipo de trabajo.

Es aún mucho el miedo, desconocimiento y reticencia de empresas y equipos directivos a trabajar una estrategia en redes sociales en la empresa, por miedo a que la imagen de la empresa pueda verse afectada, o incluso porque no acaban de ver la rentabilidad del canal como medio de comunicación online.

Lejos de eso, las redes sociales son un canal fundamental donde escuchar, comunicar, crear comunidad y mejorar la imagen de marca de la empresa y del directivo en sí mismo.

Competencia Digital 12.- Habilidades digitales para la creación de marca personal

La marca personal es una de las competencias digitales más importantes para profesionales y directivos hoy en día, pero más aún para cualquier directivo con responsabilidad en áreas relacionadas con la venta por internet en la compañía.

Una buena marca personal en internet va a permitir que el cuadro directivo o de gerencia en la empresa arrastre consigo su reputación e imagen hacia la marca corporativa de la empresa.

Una de las mejores habilidades directivas digitales que un directivo en Internet debería adquirir, es la gestión de su marca personal en internet, bajo una perspectiva de comunicación eficaz, diferenciación y/o exclusividad, y trabajo puro de estrategia en redes sociales.

Competencia Digital 13.- Habilidades tecnológicas para la toma de decisiones estratégica

La **toma de decisiones estratégica** para cualquier área de la empresa es una labor que siempre suele realizar el personal directivo en la empresa.

Por eso, siempre deben contar con competencias TIC o habilidades tecnológicas que les permitan no solo saber **qué indicadores o KPI's son los más importantes**, sino también con qué herramientas sacar estos datos.

A nivel estratégico en la empresa, un directivo debe establecer metas y objetivos sobre los que trabajar y posteriormente medir y analizar, para ver su correcto cumplimiento.

Si hablamos de métricas relacionadas con internet y el marketing online, un director de marketing o ventas, debería establecer métricas como:

- Métricas SEO, análisis e informes relativos al posicionamiento web
- Métricas de redes sociales, datos de resultados a nivel de engagement y consecución de tráfico desde las redes sociales.
- Métricas de ventas, especialmente desde la tienda online
- Métricas de conversión
- Métricas de tráfico al sitio web
- Etc.

3.4 Encuesta CEN sobre la percepción de los directivos navarros sobre su grado de competencia digital

En primer lugar, se ha preguntado acerca de qué competencias digitales identifica cada directivo como más relevante para su desarrollo personal y el de su compañía. Estos son los resultados obtenidos de la encuesta realizada a 80 directivos de nuestra comunidad.

3.4.1 Ranking de competencias digitales más relevantes para el directivo navarro

Se ha preguntado a los directivos encuestados sobre la qué competencias digitales de las identificadas son las prioritarias para ellos, obteniendo el siguiente ranking en orden de mayor relevancia a menor:

1. Habilidades directivas digitales relacionadas con la visión global de la estrategia
2. Competencias digitales relacionadas con la gestión de la información
3. Capacidades digitales relacionadas con la orientación a cliente
4. Habilidades directivas para fomentar el trabajo en equipo y en red
5. Competencias digitales para la comunicación en internet
6. Competencias digitales para el diseño de la estrategia on line
7. Competencias digitales directivas para el aprendizaje continuo y la formación
8. Habilidades tecnológicas para la toma de decisiones estratégica
9. Habilidades digitales relacionadas con el conocimiento digital
10. Competencias directivas digitales para el liderazgo y la negociación
11. Competencias TIC relacionadas con las redes sociales
12. Habilidades tecnológicas y digitales para fomentar la visibilidad en internet
13. Habilidades digitales para la creación de marca personal

Fuente. Encuesta CEN 2019

3.4.2 Aplicación Digital práctica en el día a día del directivo navarro

Con el objetivo de identificar las prácticas más habituales en el día a día de un directivo de nuestra comunidad se ha preguntado a través de la encuesta realizada por CEN sobre 10 aplicaciones prácticas de herramientas digitales en el trabajo diario del directivo navarro. Este es el resultado obtenido ordenado de mayor aplicación a menor aplicación:

1. Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos) para favorecer su localización en todo momento

2. Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes
3. Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital
4. Diagnosticar la experiencia del cliente en los momentos de la verdad del cliente
5. Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes
6. Establecer reuniones y conferencias virtuales mediante herramientas digitales (Webex, etc...)
7. Captar y fidelizar clientes mediante una estrategia digital
8. Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red (Linkedin...)
9. Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales (e-care)
- 10. Incorporación del móvil en el comercio electrónico**

Fuente. Encuesta CEN 2019

4.1 Necesidades formativas en gestión y organización del directivo 4.0

Antes de realizar la consulta sobre las materias en las que los directivos tendrían necesidades formativas, se ha creído conveniente preguntar a los directivos encuestados sobre aspectos relacionados con la frecuencia que reciben formación, el tipo de modalidad formativa que preferirían, así como su percepción sobre su grado de capacitación en este tipo de competencias.

Frecuencia con la que reciben formación.

Estos son los resultados obtenidos con respecto a la pregunta de con qué frecuencia reciben formación en competencias digitales en su empresa:

	ENCUESTADOS	RESPUESTAS	Nº	%
NIVEL DE FORMACIÓN EN MATERIA DIGITAL DEL EQUIPO DIRECTIVO DE UNA EMPRESA				
Recibimos formación de forma periódica y estamos completamente al día	80	22	0	0%
Recibimos formación de vez en cuando al tanto de las novedades	80	22	7	32%
Apenas formación y nuestros conocimientos en materia digital son básicos	80	22	16	73%
Nunca recibimos formación en esta materia	80	22	9	41%

Fuente. Encuesta CEN 2019

Los resultados obtenidos sobre la frecuencia con la que reciben formación en materia digital los directivos navarros, resultan un tanto preocupantes.

De forma general, ningún directivo considera que reciben la formación en materia digital de forma periódica.

El 73% reconoce que apenas recibe formación en materia digital y que sus conocimientos en dicha materia son básicos.

Finalmente, cabe concluir que prácticamente la mitad de los directivos (un 41%) nunca recibe formación en esta materia.

Observando el tipo de empresa, de la encuesta se desprende que son las empresas más grandes las que dan formación periódica en mayor medida que las Pymes.

Igualmente, los directores generales dicen recibir menos formación periódica en esta materia que el resto de los directivos, donde también hay variaciones de unos perfiles a otros. Así pues, el que recibe más formación en competencias digitales es el IT y después el director financiero, el director de innovación y el director de marketing, en ese orden.

En líneas generales, la formación en esta materia resulta muy poco satisfactoria para la mayor parte de los directivos, siendo ligeramente superior, la satisfacción, en las empresas grandes que en las pymes.

Preferencias sobre la modalidad formativa.

Se ha consultado sobre qué tipo de modalidad formativa prefieren y estos son los resultados:

MODALIDAD DE FORMACIÓN PREFERIDA	ENCUESTADOS	RESPUESTAS	Nº	%
Presencial	80	22	10	45%
Blended (combinada: presencial y online)	80	22	6	27%
On line	80	22	6	27%

Fuente. Encuesta CEN 2019

Así pues, los resultados son bastante claros. Casi la mitad de los encuestados se decanta por una formación cien por cien presencial y la otra mitad de directivos encuestados apuesta por una formación on line (el 27%) o bien mixta, combinación de formación presencial y on line (un 27%).

Percepción del directivo sobre su grado de competencia digital.

Consultados sobre qué nivel de capacitación digital creen que tienen, este es el resultado.

	ENCUESTADOS	RESPUESTAS	Nº	%
CAPACITACIÓN DIGITAL INDIVIDUAL				
Nivel muy alto	80	22	0	0%
Nivel bastante alto	80	22	6	27%
Nivel medio	80	22	4	18%
Nivel bajo	80	22	6	27%
Nivel muy bajo	80	22	6	27%

Fuente. Encuesta CEN 2019

Así pues, se podría concluir que la mitad de los directivos considera que tiene un nivel medio – alto, mientras que la otra mitad cree que su capacitación digital es baja o muy baja.

Necesidades formativas del Directivo navarro.

En cuanto a las necesidades formativas que transmiten los perfiles directivos y en orden de mayor prioridad a menor prioridad sería el siguiente:

- 1 Big Data
- 2 Innovación Digital
- 3 Inteligencia Artificial y Cognitiva
- 4 Ciberseguridad
- 5 Analytics
- 6 Customer Experience
- 7 Digital Project Management
- 8 IoT (Internet de las Cosas)
- 9 Digital Talent
- 10 Blockchain
- 11 Posicionamiento en Buscadores

- 12 Cloud & Virtualización
- 13 Social Media Management
- 14 Publicidad programática
- 15 Compliance
- 16 Web & Mobile Marketing
- 17 Display Marketing
- 18 Inbound Marketing
- 19 Realidad Virtual & Aumenta
- 20 E-Commerce
- 21 Branded Content Management
- 22 Hacking Ético

Fuente. Encuesta CEN 2019

De entre este listado de preferencias cabe destacar que, más de la mitad de los directivos que han contestado a la encuesta (14 de 22) ha señalado que le gustaría recibir formación en Big Data y casi la mitad (10 de 22) formación en Innovación Digital y en Inteligencia Artificial y Cognitiva.

Por el contrario, solo una de las respuestas ha seleccionado o mostrado interés en recibir formación en Hacking ético y solo dos en Branded Content Management o E-Commerce.

4.2 Propuesta de Estrategia Formativa para su programación y ejecución, líneas de actuación y medidas.

Como resultado de todo este análisis, se propone la siguiente estrategia formativa para abordar la adquisición de competencias digitales para los equipos directivos de las empresas navarras.

Se propone trabajar en dos líneas:

1ª Línea de trabajo:

Plan de Formación para el Directivo 4.0 compuesto por un itinerario que recorra las 13 competencias digitales identificadas. Se diseñarán píldoras formativas asociadas a cada competencia.

Se programará un Plan Anual, con dos días de formación presencial al mes (por ejemplo los jueves de las semanas 1ª y 3ª de cada mes) y un número de horas de formación no presencial.

Modalidad: Mixta (presencial más formación a distancia)

Duración: 100 horas (60 horas presenciales y 40 horas a distancia)

Nº Directivos participantes: 12 – 15

Perfil del asistente: Directores generales, gerentes, responsables de área y otros mandos intermedios con responsabilidad en la toma de decisiones de la empresa.

Programación: Jueves alternos de febrero a noviembre (4 horas/sesión)

Programa:

MODULO 1. Competencia Digital 1.- Competencias digitales relacionadas con la gestión de la información

MODULO 2. Competencia Digital 2.- Habilidades digitales relacionadas con el conocimiento digital

MODULO 3. Competencia Digital 3.- Competencias digitales directivas para el aprendizaje continuo y la formación

MODULO 4. Competencia Digital 4.-Habilidades directivas para fomentar el trabajo en equipo y en red

MODULO 5. Competencia Digital 5.- Competencias directivas digitales para el liderazgo y la negociación

MODULO 6. Competencia Digital 6.- Habilidades directivas digitales relacionadas con la visión global de la estrategia

MODULO 7. Competencia Digital 7.- Capacidades digitales relacionadas con la orientación a cliente

MODULO 8. Competencia Digital 8.- Competencias digitales para la comunicación en internet

MODULO 9. Competencia Digital 9.- Competencias digitales para el diseño de la estrategia online

MODULO 10. Competencia Digital 10.- Habilidades tecnológicas y digitales para fomentar la visibilidad en internet

MODULO 11. Competencia Digital 11.- Competencias TIC relacionadas con las redes sociales

MODULO 12. Competencia Digital 12.- Habilidades digitales para la creación de marca personal

MODULO 13. Competencia Digital 13.- Habilidades tecnológicas para la toma de decisiones estratégica

2ª Línea de trabajo:

Programación anual de Píldoras formativas en las 13 Competencias Digitales del Directivo 4.0.

La propuesta consiste en la realización de una programación anual de un Itinerario Formativo compuesto por “píldoras formativas” de corta duración enmarcadas en las 13 competencias digitales, de tal manera que cada directivo pueda incorporarse a cursar aquellas competencias que considere interesantes y/o necesarias para su desarrollo profesional digital.

De esta manera se realizará una programación estable de cursos de corta duración en modalidad presencial, con fechas fijas, a la que “entrarán” y “saldrán” los directivos en función de sus necesidades.

5.1 Relación de Acciones del Catálogo Formativo de la FPE

A continuación, se procede a realizar una identificación de, las que a nuestro juicio, se podrían catalogar como aquellas acciones formativas que figuran en los catálogos de formación dirigida a personas preferente ocupadas y a personas preferentemente desempleadas y que tienen que ver con alguna de las competencias digitales que en el presente estudio se identifican como necesarias para el Directivo 4.0.

La metodología empleada para realizar este trabajo ha consistido en identificar todas aquellas acciones formativas que, a nuestro juicio, guardan relación con la adquisición de alguna competencia digital. Una vez identificadas, se ha procedido a seleccionar aquellas acciones formativas que podrían ir dirigidas al perfil del Directivo 4.0 y una vez, realiza dicha criba, y como trabajo final, se han repasado las priorizaciones, teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través del presente estudio y las prioridades marcadas por los directivos encuestados.

A continuación, se procede, por tanto, a identificar en los catálogos, todas aquellas acciones formativas que, a nuestro juicio, guardan relación con la adquisición de alguna competencia digital.

5.1.1 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo III Acciones no dirigidas a la obtención de Certificados de profesionalidad

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

ADGD336PO TALENTO Y EMPRESA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGD337PO CERTIFIED SCRUM DEVELOPER- CSD PRESENCIAL 24 24 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD338PO CERTIFIED SCRUM MASTER- CSM PRES. O TELEF. 16 16 16 ALTA 3-4 6,66

ADGD339PO DESIGN THINKING Y LEAN STARTUP PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD340PO FUNDAMENTOS LEAN IT PRES. O TELEF. 20 20 20 ALTA 3-4 6,66

ADGD341PO GESTION AGIL DE PROYECTOS CON SCRUM PRESENCIAL 16 16 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD342PO INTRODUCCION A SCRUM (SDC TRACK) PRESENCIAL 8 8 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD343PO LOS MEDIOS DE PROTECCIÓN JURÍDICA DE LOS CONTENIDOS DIGITALES
TELEFORMACIÓN 15 0 15 BAJA 3-4 6,66

ADGD344PO MICROSOFT PROJECT INICIACIÓN TELEFORMACIÓN 10 0 10 ALTA 3-4 6,66

ADGD345PO NOVEDADES EN LA SEGURIDAD DE LOS DATOS PERSONALES
TELEFORMACIÓN 15 0 15 ALTA 3-4 6,66

ADGD346PO PMI ACP PRESENCIAL 21 21 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD347PO PROGRAMA AVANZADO AGILE PROJECT MANAGEMENT PRES. O TELEF. 90
90 90 ALTA 3-4 6,66

ADGD348PO PROGRAMA AVANZADO EN AGILE PROJECT MANAGEMENT. SCRUM.
TELEFORMACIÓN 150 0 150 ALTA 3-4 6,66

ADGD349PO PROGRAMA AVANZADO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL PRES. O TELEF. 90
90 90 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD350PO PROGRAMA AVANZADO TALENTOP, CULTURA Y EMPRESA DIGITAL
TELEFORMACIÓN 90 0 90 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD351PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA ASEGURADORA PRESENCIAL
20 20 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD352PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA PRES. O TELEF. 50 50 50 MUY
ALTA 3-4 6,66

ADGD353PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESAS COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.
PRESENCIAL PRESENCIAL 40 40 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD354PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESAS COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.
TELEFORMACIÓN TELEFORMACIÓN 100 0 100 ALTA 3-4 6,66

ADGD355PO ESTRATEGIA Y NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA ERA DIGITAL
PRESENCIAL 10 10 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD356PO ECONOMÍA CONECTADA, INDUSTRIA 4.0 Y EMPLEABILIDAD PRESENCIAL 10
10 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG001PO ACCESS. NIVEL AVANZADO PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 6,66

ADGG002PO ADMINISTRACIÓN DE ACTIVE DIRECTORY MWS PRES. O TELEF. 28 28 28
MEDIA 3-4 6,66

ADGG006PO ANALISIS DE VIABILIDAD DE PROYECTOS EN INGENIERIA TELEFORMACIÓN
100 0 100 ALTA 3-4 6,66

ADGG007PO APLICACIÓN SPSS Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGG010PO COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 6,66

ADGG012PO CONTROL ESTADISTICO DE PROCESOS (SPC) PRES. O TELEF. 16 16 16 MEDIA 3-4 6,66

ADGG013PO CORRESPONDENCIA COMERCIAL. PRES. O TELEF. 32 32 32 BAJA 1-2 6,63

ADGG014PO

DATA MANAGEMENT APLICADA A ESTUDIOS CLÍNICOS EN INVESTESTIGACIÓN DE MEDICAMENTOS

PRESENCIAL 56 56 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG015PO DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG016PO DESARROLLO TECNOLÓGICO. MOBILE BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF. 120 120 120 ALTA 3-4 6,66

ADGG017PO DESARROLLO TIC PARA LA FIDELIZACIÓN Y ACCIÓN COMERCIAL. GAMIFICACIÓN. PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 6,66

ADGG020PO EXCEL AVANZADO PRES. O TELEF. 20 20 20 ALTA 3-4 6,66

ADGG021PO FUNDAMENTOS EXCEL PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 1-2 6,63

ADGG022PO FACTURA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG024PO FACTURAPLUS: FACTURACIÓN EN LA EMPRESA PRES. O TELEF. 35 35 35 MEDIA 1-2 6,63

ADGG026PO FUNDAMENTOS TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG027PO GESTION DE SITIOS WEB PRES. O TELEF. 200 60 140 MEDIA 3-4 6,66

ADGG028PO GESTIÓN DEL RIESGO EMPRESARIAL: SAP PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGG029PO GESTIÓN DOCUMENTAL Y ARCHIVOS PRES. O TELEF. 50 50 50 BAJA 1-2 6,63

ADGG030PO GESTIÓN I+D+i EN INGENIERÍA PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG031PO GESTIÓN INFORMATIZADA DE VENTAS PRESENCIAL 40 40 0 ALTA 3-4 6,66

ADGG032PO

GESTORES ON LINE PARA EL DESARROLLO DE SITIOS WEB Y E-COMMERCE: PRÁCTICA PROFESIONAL

PRES. O TELEF. 200 200 200 ALTA 3-4 6,66

ADGG034PO HERRAMIENTAS DEL PROFESIONAL DIGITAL PRES. O TELEF. 42 12 30
MEDIA 3-4 6,66

ADGG035PO HERRAMIENTAS EN INTERNET: COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF.
80 80 80 ALTA 3-4 6,66

ADGG037PO IMPLEMENTACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROSOFT SHAREPOINT
FOUNDATION 2011 PRES. O TELEF. 10 10 10 MEDIA 3-4 6,66

ADGG038PO INTERNET AVANZADO PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 1-2 6,63

ADGG039PO INTERNET Y FUNDAMENTOS DE DISEÑO DE PAGINAS WEB PRES. O TELEF.
30 30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG040PO INTERNET, REDES SOCIALES Y DISPOSITIVOS DIGITALES PRES. O TELEF. 30
30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG041PO J2EE:DESARROLLO WEB,JSF,SPRING PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 6,66

ADGG042PO LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN APLICADA A LA EMPRESA. PRES. O
TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 6,66

ADGG043PO LEAN OFFICE PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 6,66

ADGG044PO MACROS Y PROGRAMACIÓN VISUAL BASIC DE APLICACIONES PRES. O
TELEF. 50 50 50 MEDIA 3-4 6,66

ADGG047PO MECANOGRAFÍA POR ORDENADOR PRES. O TELEF. 50 50 50 BAJA 1-2 6,63

ADGG049PO MODELOS DE COSTES: OLAP PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 3-4 6,66

ADGG050PO NOMINAPLUS PRES. O TELEF. 25 25 25 MEDIA 3-4 6,66

ADGG051PO NUEVAS TECNOLOGÍAS. INFORMÁTICA PARA OFICINAS TÉCNICAS; CAD,
EXCEL Y PRESTO. PRES. O TELEF. 110 110 110 MEDIA 1-2 6,63

ADGG052PO OFFICE: WORD, EXCEL, ACCESS Y POWER POINT PRES. O TELEF. 60 60 60
MEDIA 1-2 6,63

ADGG053PO OFIMÁTICA PRES. O TELEF. 100 100 100 MEDIA 1-2 6,63

ADGG055PO OFIMÁTICA EN LA NUBE: GOOGLE DRIVE PRES. O TELEF. 100 100 100
MEDIA 1-2 6,63

ADGG057PO OFIMÁTICA: APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN PRES. O TELEF. 50
50 50 MEDIA 1-2 6,63

ADGG058PO OPEN OFFICCE 3.0: WRITER Y CALC PRES. O TELEF. 100 100 100 MEDIA 1-
2 6,63

ADGG062PO ADMINISTRACIÓN DE UN PORTAL DE TRABAJO EN GRUPO PRES. O TELEF.
12 12 12 MEDIA 1-2 6,63

ADGG063PO POWER POINT. PRESENTACIONES GRÁFICAS. PRES. O TELEF. 30 30 30
 MEDIA 1-2 6,63

ADGG064PO PPM, CLARITY V.13 PRESENCIAL 15 15 0 ALTA 3-4 6,66

ADGG065PO PREPARACIÓN AL CERTIFICADO PMI-SP (SCHEDULING PROFESSIONAL)
 TELEFORMACIÓN 120 0 120 ALTA 3-4 6,66

ADGG066PO PREPARACIÓN DE LA CERTIFICACIÓN PMI - RMP (RISK MANAGEMENT
 PROFESSIONAL) TELEFORMACIÓN 200 0 200 ALTA 3-4 6,66

ADGG067PO PRESTO: PRESUPUESTOS, MEDICIONES Y CERTIFICACIONES (VERSIÓN 8.91)
 PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 6,66

ADGG069PO PROJECT MANAGEMENT. CERTIFICACIONES INTERNACIONALES PRES. O
 TELEF. 210 210 210 ALTA 3-4 6,66

ADGG070PO REDACCIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES PRES. O TELEF. 60 60 60 BAJA
 1-2 6,63

ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA TELEFORMACIÓN 40 0 40 ALTA 1-2 6,63

ADGG072PO RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA
 1-2 6,63

ADGG075PO SOCIAL MEDIA MARKETING EN COMERCIO PRES. O TELEF. 100 100 100
 ALTA 3-4 6,66

ADGG076PO SPSS: APLICACIÓN Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA
 3-4 6,66

ADGG077PO TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS PRES. O TELEF. 50 50 50 BAJA 1-2 6,63

ADGG078PO TÉCNICAS DE ASISTENCIA A LA DIRECCIÓN PRES. O TELEF. 85 85 85 BAJA 3-
 4 6,66

ADGG079PO TRADOS, PROGRAMA DE TRADUCCIÓN PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4
 6,66

ADGG081PO FUNDAMENTOS DE WEB 2.0 Y REDES SOCIALES PRES. O TELEF. 10 10 10
 MEDIA 1-2 6,63

ADGG082PO WINDOWS + WORD INICIACIÓN PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG083PO WINDOWS POWERSHELL PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 6,66

ADGG084PO WORD. NIVEL AVANZADO PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 6,66

ADGG085PO GESTOR DE PROYECTOS PRES. O TELEF. 105 105 105 ALTA 3-4 6,66

ADGG086PO METODOLOGÍA Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE INGENIERÍAS SOFTWARE
 PARA LA WEB PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 6,66

ADGG087PO PROJECT MANAGMENT: GESTIÓN INTEGRADA DE PROYECTOS PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,66

ADGG088PO HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ÚTILES PARA COOPERATIVAS PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 3-4 6,66

ADGG090PO LA TECNOLOGÍA Y LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA PRES. O TELEF. 8 8 8 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG100PO INTEGRACIÓN DEL TRABAJADOR COMO SOCIO PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 1-2 6,63

ADGG101PO DESARROLLO TIC PARA LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA PRES. O TELEF. 50 50 50 MEDIA 3-4 6,66

ADGG102PO BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGG103PO BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN INTERNET TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 3-4 6,66

ADGG104PO CÓMO ESCRIBIR EN INTERNET, REDACCIÓN 2.0 TELEFORMACIÓN 40 0 40 ALTA 3-4 6,66

ADGG105PO COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPRESA PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG107PO COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL CORREO ELECTRÓNICO TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG108PO COMUNICACIÓN DIGITAL ORIENTADA AL CLIENTE PRES. O TELEF. 20 20 20 ALTA 3-4 6,66

ADGG109PO NOTIFICACIÓN Y REGISTRO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 50 50 50 MEDIA 1-2 6,63

ADGG111PO CONCEPTOS BÁSICOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 1-2 6,63

ADGG112PO APLICACIONES MÓVILES ÁMBITO LABORAL: CALENDARIO, AGENDA, CORREO ELEC TELEFORMACIÓN 12 0 12 MEDIA 1-2 6,63

ADGG113PO USO DE RECURSOS DIGITALES EN EL ÁMBITO LABORAL: PDA's, TELÉFONOS MOVILES PRESENCIAL 8 8 0 MEDIA 3-4

COMERCIO Y MARKETING

COML01* MARKETING DIGITAL & E-COMMERCE PARA LA AUTOMOCIÓN PRESENCIAL 30 30 0 MUY ALTA 3-4 6,53

COML02* TRANSFORMACIÓN LOGÍSTICA EN UN ENTORNO DE INDUSTRIA 4.0
PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 6,53

COMM001PO ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING PRES. O
TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4

COMM031PO MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB PRES. O
TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM061PO POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO PRES. O
TELEF. 90 90 90 MUY ALTA 3-4 6,53

COMM062PO MERCADOTECNIA EN INTERNET PRESENCIAL 80 80 0 ALTA 3-4 6,53

COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE PRES.
O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 6,53

COMM092PO REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0 PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,53

COMM095PO CUSTOMER EXPERIENCE PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM096PO CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGY PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4
6,53

COMM097PO DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4
6,53

COMM098PO ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING TELEFORMACIÓN 30 0 30 ALTA
3-4 6,53

COMM099PO ESTRATEGIAS DE VENTA OMNICAL Y EXPERIENCIA DE CLIENTE PRES. O
TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM100PO ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE EMAIL MARKETING TELEFORMACIÓN 15 0 15
ALTA 3-4 6,53

COMM101PO INBOUD MARKETING PRESENCIAL 25 25 0 ALTA 3-4 6,53

COMM102PO INBOUND BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,53

COMM103PO MARKETING DE AUTOMATIZACIÓN PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4
6,53

COMM104PO MARKETING ONLINE TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 3-4 6,53

COMM105PO MÁRKETING ONLINE Y ÚLTIMAS TENDENCIAS PRESENCIAL 14 14 0 ALTA
3-4 6,53

COMM106PO MODELOS DE HIPERCRECIMIENTO EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF. 30
30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM107PO INTERNET COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE RELACIÓN CON
LOS CLIENTES TELEFORMACIÓN 15 0 15 MEDIA 3-4 6,53

COMM108PO PLAN MARKETING DIGITAL PRESENCIAL 25 25 0 ALTA 3-4 6,53

COMM109PO PRODUCT DESIGN PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM110PO PROGRAMA AVANZADO ACCIÓN COMERCIAL EN PROYECTOS DIGITALES TELEFORMACIÓN 90 0 90 ALTA 3-4 6,53

COMM111PO PROGRAMA AVANZADO EN MARKETING Y ESTRATEGIA DIGITAL PRES. O TELEF. 90 90 90 ALTA 3-4 6,53

COMM112PO PUBLICIDAD EN INTERNET TELEFORMACIÓN 15 0 15 MEDIA 3-4 6,53

COMM113PO VALUE PROPOSITION DESIGN PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 6,53

COMM114PO ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 3-4 6,53

COMM115PO EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DIGITAL TELEFORMACIÓN 25 0 25 ALTA 3-4 6,53

COMM116PO

GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 3-4 6,53

COMM117PO COMPORTAMIENTOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR DIGITAL TELEFORMACIÓN 25 0 25 ALTA 3-4 6,53

COMM118PO ESTUDIOS DE MERCADO PARA EL COMERCIO DIGITAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. TELEFORMACIÓN 40 0 40 ALTA 3-4 6,53

COMM119PO CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL TELEFORMACIÓN 50 0 50 ALTA 3-4 6,53

COMM120PO SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL TELEFORMACIÓN 25 0 25 ALTA 3-4 6,53

COMM121PO MARKETING 3.0 APLICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE GRÚAS TELEFORMACIÓN 80 0 80 MEDIA 3-4 6,53

COMM122PO USO EMPRESARIAL DE LAS REDES SOCIALES TELEFORMACIÓN 15 0 15 ALTA 3-4 6,53

COMT017PO

FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN DE TIENDAS VIRTUALES Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL ONLINE

PRES. O TELEF. 75 75 75 ALTA 3-4 6,53

COMT023PO COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN TELEMARKETING PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 1-2 6,50

COMT027PO NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 80 80 80
ALTA 3-4 6,53

COMT066PO COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PRES. O TELEF. 90
90 90 ALTA 3-4

COMT098PO CRM COMO HERRAMIENTA DE TELEMARKETING PRES. O TELEF. 65 20 45
MEDIA 3-4 6,53

COMT099PO TIENDA VIRTUAL: PRESTASHOP PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,53

COMT104PO BLOG PARA LA COMUNICACIÓN EN NEGOCIOS PRES. O TELEF. 20 20 20
ALTA 1-2 6,50

COMT105PO VENTA ONLINE PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT114PO B2B EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE TELEFORMACIÓN 60 0
60 ALTA 3-4 6,53

COMT116PO ESTRATEGIAS B2B Y VENTA COMPLEJA EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF.
30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT117PO MOBILE BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT118PO SOCIAL SELLING PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT119PO PROSPEC COMERCIAL Y PLANIF VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACT O
DIGITALES TELEFORMACIÓN 50 0 50 ALTA 3-4 6,53

COMT120PO VENTA A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES: PROCESOS
TELEFORMACIÓN 50 0 50 ALTA 3-4 6,53

COMT121PO

VENTA DE PRODUC A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACT O DIGITALES: DOCUMENTACIÓN
TELEFORMACIÓN 30 0 30 ALTA 3-4 6,53

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

FCOO004PO FIRMA ELECTRÓNICA Y SEGURIDAD EN INTERNET TELEFORMACIÓN 30 0 30
MUY ALTA 3-4 6,87

INFORMÁTICA Y TELECOMUNICACIONES

IFCD01* ADMINISTRACIÓN DE BASES DE DATOS ORACLE PRESENCIAL 200 200 0 ALTA 3-
4 9,42

IFCD02* ADMINISTRACIÓN DE BUSINESS INTELLIGENCE Y DATAWAREHOUSING
PRESENCIAL 130 130 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD03* ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS SOLARIS Y ORACLE LINUX CON SHELLSCRIPT
PRESENCIAL 250 250 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD04*

DESARROLLO DE APLICACIONES JAVA: COMPONENTES WEB Y APLICACIONES DE BASE
DE DATOS (JSP Y JPA)

PRESENCIAL 190 190 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD05* DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES JAVA ME PRESENCIAL 100 100 0
ALTA 3-4 9,42

IFCD06* DESARROLLO DE APLICACIONES WEB CON PHP Y MYSQL PRESENCIAL 80 80 0
ALTA 3-4 9,42

IFCD07* DESARROLLO DE APLICACIONES WEB JAVA: WEBSERVICES CON J2EE
PRESENCIAL 80 80 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD08* DESARROLLO DE APLICACIONES WEB SOBRE ORACLE DATABASE PRESENCIAL
160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD09* PROGRAMACIÓN ORIENTADA A OBJETOS CON JAVA PRESENCIAL 80 80 0 ALTA
3-4 9,42

IFCD10* VIRTUALIZACIÓN, COMPUTACIÓN EN LA NUBE Y ALTA DISPONIBILIDAD CON
ORACLE SOLARIS PRESENCIAL 185 185 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD11* ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE SERVIDOR DE APLICACIONES "RED HAT
JBOSS" PRESENCIAL 210 210 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCD12* ADMINISTRADOR SERVIDOR DE APLICACIONES ORACLE WEBLOGIC PRESENCIAL
150 150 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCD13* ADMINISTRADOR TÉCNICO DE SISTEMAS ORACLE PRESENCIAL 180 180 0
MEDIA 3-4 9,42

IFCD14* DESARROLLO DE APLICACIONES EMPRESARIALES JAVA J2EE 7 (ORACLE)
PRESENCIAL 150 150 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD15* PROGRAMACIÓN JAVA SE 8(ORACLE) PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD16* ADMINISTRACIÓN AVANZADA DE ORACLE DATABASE: ALTA DISPONIBILIDAD
EN LA NUBE PRESENCIAL 150 150 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD17* FUNDAMENTOS Y ADMINISTRACIÓN DE ORACLE DATABASE PRESENCIAL 200
200 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD20* IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES MICROSOFT AZURES EN
INFRAESTRUCTURAS TI** PRESENCIAL 100 100 0 MUY ALTA 3-4 12,30

IFCD21* DESARROLLO DE SOLUCIONES MICROSOFT AZURE** PRESENCIAL 100 100 0
MUY ALTA 3-4 12,30

IFCD23* BIG DATA DEVELOPER CON CLOUDERA APACHE HADOOP PRESENCIAL 175 175 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD24* DESARROLLO DE APLICACIONES PARA MÓVILES CON TECNOLOGÍA IBM PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD25* DESARROLLADOR SPARK BIG DATA CLOUDERA PRESENCIAL 175 175 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD26* CMS Y E-COMMERCE PRESENCIAL 100 100 0 ALTA 1-2 6,87

IFCD27*

DESARROLLO DE APPS PARA IOS CON OBJETIVE Y SWIFT

PRESENCIAL 200 200 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD28*

DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS Y REALIDAD VIRTUAL CON UNITY 3D

PRESENCIAL 300 300 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD87PO TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0 TELEFORMACIÓN 120 0 120 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD88PO VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 TELEFORMACIÓN 150 0 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD001PO AJAX Y JAVA PARA DESARROLLO DE INTERFACES WEB RIA PRES. O TELEF. 100 100 100 ALTA 3-4 9,42

IFCD002PO ANÁLISIS EN CÓDIGO BDD Y TDD PRES. O TELEF. 10 10 10 BAJA 3-4 9,42

IFCD003PO ANALISTA PROGRAMADOR COBOL PRES. O TELEF. 210 210 210 BAJA 3-4 9,42

IFCD004PO ANÁLISIS Y PROGRAMACIÓN EN JAVA PRES. O TELEF. 140 140 140 ALTA 3-4 9,42

IFCD005PO ANALYSIS & DESIGN DB2: DISEÑO DE BASE DE DATOS RELACIONALES PRES. O TELEF. 15 15 15 MEDIA 3-4 9,42

IFCD006PO APLICACIONES JAVA (J2EE) PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 9,42

IFCD007PO BIOINFORMÁTICA APLICADA AL DESARROLLO DE MEDICAMENTOS PRESENCIAL 50 50 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD008PO BORLAND PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCD009PO GESTIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 3-4 9,42

IFCD010PO INICIACIÓN A LA CREACIÓN DE PÁGINAS WEB PRESENCIAL 40 40 0 MEDIA 1-2 6,87

IFCD011PO DESARROLLO DE PAGINAS WEB CSS Y JOOMLA PRES. O TELEF. 100 100 100 MEDIA 3-4 9,42

IFCD012PO DATA MINING: PRINCIPIOS Y APLICACIONES PRES. O TELEF. 80 80 80 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD013PO DATA WAREHOUSE BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD015PO APLICACIONES DE ORACLE PARA DATAMINING Y BIG DATA PRES. O TELEF. 150 150 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD016PO DESARROLLO DE APLICACIONES CON JAVA SERVER FACE PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD017PO DESARROLLO DE APLICACIONES PARA INTERNET Y DISPOSITIVOS MÓVILES PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 9,42

IFCD018PO DESARROLLO DE APLICACIONES WEB CON ASP.NET PRESENCIAL 40 40 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD019PO DISEÑO TÉCNICO Y FUNCIONAL DE SOFTWARE PRES. O TELEF. 10 10 10 MEDIA 3-4 9,42

IFCD020PO DISEÑO WEB CON FLASH ANIMACIONES I PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCD021PO DISEÑO WEB CON FLASH ANIMACIONES PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCD022PO DESARROLLO WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCD023PO EXPERTO WEB Y MULTIMEDIA PARA E-COMMERCE II PRES. O TELEF. 90 90 90 ALTA 3-4 9,42

IFCD024PO GESTIÓN CON MAVEN DE PROYECTO JAVA PRES. O TELEF. 15 15 15 ALTA 3-4 9,42

IFCD026PO GESTOR DE PROYECTOS (MS PROJECT) PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCD027PO GESTOR DE REDES PRES. O TELEF. 210 210 210 MEDIA 3-4 9,42

IFCD028PO GENERACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES EN IPAD CON IBOOKS AUTHOR PRES. O TELEF. 16 16 16 MEDIA 3-4 9,42

IFCD029PO INGENIERÍA DE SOFTWARE AVANZADA PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCD030PO DISEÑO DE PRUEBAS DE SOTFWARE PRES. O TELEF. 35 35 35 MEDIA 3-4 9,42

IFCD031PO DESARROLLO DE SERVICIOS WEB PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 9,42

IFCD032PO JAKARTA STRUTS Y JDBC_BI PARA DESARROLLO WEB PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCD033PO JAVA PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCD035PO MENSAJERÍA MS EXCHANGE SERVER: PLANIFICACIÓN Y DISEÑO PRES. O TELEF. 25 25 25 ALTA 3-4 9,42

IFCD036PO METODOLOGÍAS DE INGENIERÍAS DE SOFTWARE PARA LA WEB PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCD037PO MICROSOFT WINDOWS SERVER 2008 PRES. O TELEF. 24 24 24 MEDIA 1-2 6,87

IFCD038PO MS PROJECT PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 9,42

IFCD039PO CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB DINÁMICAS PRES. O TELEF. 25 25 25 MEDIA 3-4 9,42

IFCD040PO PLATAFORMA DE DESARROLLO J2EE PRES. O TELEF. 10 10 10 ALTA 3-4 9,42

IFCD042PO PROGRAMACIÓN DE ALGORITMOS CON EXCEL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 9,42

IFCD043PO PROGRAMACIÓN DE APLICACIONES ORIENTADAS A OBJETOS PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCD044PO PROGRAMACIÓN WEB CON PHP (SOFTWARE LIBRE) PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 9,42

IFCD046PO SAP BUSSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 24 24 24 ALTA 3-4 9,42

IFCD048PO METODOLOGÍA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS DE SOFTWARE CON SCRUM. PRES. O TELEF. 16 16 16 MEDIA 3-4 9,42

IFCD049PO SERVICIOS TELEMÁTICOS SOBRE HTTP PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 3-4 9,42

IFCD050PO SPRING PARA DESARROLLO DE APLICACIONES EN JAVA PRES. O TELEF. 20 20 20 ALTA 3-4 9,42

IFCD051PO VMWARE VSPHERE 5 PRES. O TELEF. 100 100 100 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD052PO PROGRAMACIÓN EN JAVA PRES. O TELEF. 210 210 210 ALTA 3-4 9,42

IFCD053PO ANGULAR 2 PRESENCIAL 30 30 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD054PO ANSIBLE PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD055PO CREA TUS APLICACIONES CON LA APP INVENTOR DE GOOGLE PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCD056PO DESARROLLO AVANZADO WEB CON ANGULARJS (JJD 190) PRESENCIAL 24 24 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD057PO DESARROLLO DE APLICACIONES CON SPRING E HIBERNATE PRESENCIAL 30 30 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD058PO DESARROLLO DE APÑICACIONES HIBRIDAS CON IONIC FRAMEWORK PRES. O TELEF. 24 24 24 ALTA 3-4 9,42

IFCD059PO DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES CON ANDROID TELEFORMACIÓN 150 0 150 ALTA 3-4 9,42

IFCD060PO DESARROLLO SEGURO PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD061PO ENTERPRISE ARCHITECT PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD062PO HTML5 y CSS3 PRESENCIAL 12 12 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD063PO INICIACIÓN ANGULAR. JS PRESENCIAL 24 24 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD064PO INICIACIÓN PROGRAMACIÓN JAVA PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD065PO JAVA AVANZADO PRESENCIAL 30 30 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD066PO JOOMLA, SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB PRESENCIAL 30 30 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD067PO INTRODUCCIÓN WINDOWS SERVER PRESENCIAL 25 25 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD068PO PROGRAMACIÓN EN ASP.NET PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCD069PO SCRUM PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCD070PO SISTEMA OPERATIVO LINUX TELEFORMACIÓN 30 0 30 ALTA 3-4 9,42

IFCD071PO UNITY AVANZADO PRESENCIAL 24 24 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD072PO DESARROLLO DE ACTIVIDAES DEL HACKER ETICO PRES. O TELEF. 300 200 100 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD073PO DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES PARA ANDROID PRES. O TELEF. 180 140 40 ALTA 3-4 9,42

IFCD074PO SOFTWARE CRAFTSMANSHIP PRESENCIAL 400 400 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCD075PO HTML5 PARA DESARROLLADORES GIS PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD076PO INTRODUCCIÓN A LA PROGRAMACIÓN CON API DE GOOGLE MAPS PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCD077PO MACHINE LEARNING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL PRESENCIAL 200 200 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD078PO ESCÁNERES 3D Y SOFTWARES 3D PRESENCIAL 20 20 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD079PO TECNOLOGÍAS BIOMÉTRICAS APLICADAS A LA CIBERSEGURIDAD PRES. O TELEF. 5 5 5 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD080PO REALIDAD AUMENTADA, VIRTUAL Y MIXTA EN ENTORNOS 4.0 PRESENCIAL 100 100 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD081PO INTERNET DE LAS COSAS (IOT) PRESENCIAL 22 22 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD082PO OPERACIONES BÁSICAS CON IMPRESORA FDM PRESENCIAL 40 40 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD083PO INFORMÁTICA FORENSE Y CIBERSEGURIDAD PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCD084PO HACKING ÉTICO Y CIBERSEGURIDAD PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD085PO TECNOLOGÍAS DE FABRICACIÓN ADITIVA: FDM PRESENCIAL 10 10 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD086PO SIMULACIÓN DE PROCESOS EN LA INDUSTRIA 4.0 PRESENCIAL 5 5 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD087* TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0 PRES. O TELEF. 120 120 120 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD088* VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 PRES. O TELEF. 150 150 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM001PO ANALÍTICA WEB PRES. O TELEF. 15 15 15 ALTA 3-4 9,42

IFCM002PO CLOUD COMPUTING PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM003PO WINDOWS SERVER 2008 DIRECTORIO ACTIVO DOMAIN SERVICES PRES. O TELEF. 55 55 55 ALTA 3-4 9,42

IFCM004PO ESPECIALISTA EN SEGURIDAD EN INTERNET PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM005PO
 ESPECIALISTA EN TECNOLOGÍAS DE RED CISCO: PREPARACIÓN PARA LA CERTIFICACIÓN CCNA
 PRES. O TELEF. 160 160 160 ALTA 3-4 9,42

IFCM006PO GESTIÓN DE RECURSOS WEB 2.0 PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 3-4 9,42

IFCM007PO GOOGLE Y SUS APLICACIONES PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCM008PO GOOGLE ADWORDS Y SUS APLICACIONES PUBLICITARIAS PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCM009PO

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL SUELO. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA CON SOFTWARE (GvSIG)

PRES. O TELEF. 210 210 210 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM012PO LA FIRMA DIGITAL PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 1-2 6,87

IFCM014PO MANAGING CISCO NETWORK SECURITY (MCNS) PRES. O TELEF. 50 50 50 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM015PO COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 1-2 6,87

IFCM016PO NORMATIVA SOBRE TELECOMUNICACIONES PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 9,42

IFCM018PO PROGRAMACIÓN DE APLICACIONES ANDROID PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCM019PO PROGRAMACIÓN DE APLICACIONES IPHONE PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCM020PO PROGRAMAS DE TRADUCCIÓN: TRADOS. INICIAL PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 9,42

IFCM021PO REDES CISCO CCNA PRES. O TELEF. 200 200 200 MEDIA 3-4 9,42

IFCM022PO SISTEMAS DE TRANSMISIÓN DE DATOS PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCM024PO DISEÑO DE REDES LAN PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCM026PO SEGURIDAD INFORMATICA Y FIRMA DIGITAL. PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 9,42

IFCM027PO SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO (SIG) - GVSIG USUARIO PRES. O TELEF. 210 210 210 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCM029PO SWITCHING DE CISCO. CCNP PRES. O TELEF. 32 32 32 MEDIA 3-4 9,42

IFCM030PO CENTRALITAS Y TERMINALES TELEFÓNICOS PRES. O TELEF. 30 30 30 BAJA 1-2 6,87

IFCM031PO TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA DE SOFTWARE PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCM037PO HERRAMIENTAS GOOGLE PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCM038PO USABILIDAD WEB PRESENCIAL 15 15 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCM039PO WORDPRESS TELEFORMACIÓN 30 0 30 ALTA 3-4 9,42

IFCM040PO IMPLANTACIÓN Y GESTIÓN DE UNA RED INFORMÁTICA PRESENCIAL 180 180 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCM041PO PROGRAMACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE CONEXIONES EN LA NUBE TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 3-4 9,42

IFCM042PO MÁSTER EN NFV Y SDN PARA REDES 5G PRESENCIAL 368 368 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT01* ANALISTA DE BIG DATA Y CIENTÍFICO DE DATOS PRESENCIAL 40 40 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT02* ADMINISTRACIÓN DE BASES DE DATOS IBM DB2 PARA SISTEMAS DISTRIBUIDOS PRESENCIAL 170 170 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT03* ADMINISTRACIÓN AIX (IBM UNIX) PARA POWER SYSTEM PRESENCIAL 250 250 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT04* ADMINISTRADOR DEL IBM TIVOLI STORAGE MANAGER PRESENCIAL 120 120 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT05* ADMINISTRACIÓN DEL IBM WEBSHERE COMMERCE PRESENCIAL 150 150 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT07* ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE BUSINESS INTELLIGENTY DATA WAREHOUSE CON IBM PRESENCIAL 145 145 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT08* ADMINISTRACIÓN DEL IBM WEBSHERE PORTAL SERVER YCREACIÓN DE PORTALES WEB. PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT09* ADMINISTRACIÓN DEL IBM WEBSHERE APPLICATION SERVER PRESENCIAL 150 150 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT10* ARQUITECTO DE CLOUD PRESENCIAL 120 120 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT11* CONSULTOR OFICIAL SAP FINANCIERO (FI) PRESENCIAL 240 240 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT12* DESARROLLADOR SAP ABAP PRESENCIAL 240 240 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT13* CONSULTOR OFICIAL SAP RECURSOS HUMANOS (HR) PRESENCIAL 230 230 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT14* CONSULTOR OFICIAL SAP LOGÍSTICO (MM) PRESENCIAL 240 240 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT16* MCSA WINDOWS SERVER 2012** PRESENCIAL 240 240 0 ALTA 3-4 13,00

IFCT17* MICROSOFT CERTIFIED SOLUTIONS DEVELOPER (MSD).WEB APLICATIONS** PRESENCIAL 260 260 0 ALTA 3-4 12,81

IFCT19* INGENIERO DE SISTEMAS "RED HAT LINUX" PRESENCIAL 220 220 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT20* CONSULTOR OFICIAL SAP BUSINESSOBJECTS-DATA SERVICES (BO-DS) PRESENCIAL 144 144 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT21* USUARIO FINAL SAP ERP- ÁREA ECONÓMICO FINANCIERO PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT22* USUARIO FINAL SAP ERP ÁREA LOGÍSTICA PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT25* MCSA SQL SERVER** PRESENCIAL 240 240 0 ALTA 3-4 13,00

IFCT26* FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURAS TIC (MICROSOFT)** PRESENCIAL 160 160 0 ALTA 1-2 13,00

IFCT27* INTRODUCCIÓN A LAS BASES DE DATOS MICROSOFT SQL SERVER** PRESENCIAL 80 80 0 ALTA 1-2 12,10

IFCT28* ORACLE JAVAEE WEBLOGIC EXPERTO PRESENCIAL 155 155 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT29* ORACLE BIG DATA INGENIERO PRESENCIAL 165 165 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT30* ORACLE BIG DATA ANALISTA PRESENCIAL 175 175 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT31* SEGURIDAD EN SISTEMAS INFORMÁTICOS CON IBM PRESENCIAL 255 255 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT32* GESTIÓN DE OFFICE 365 Y SOLUCIONES SHAREPOINT PRESENCIAL 200 200 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT33* ADMINISTRACIÓN DE CLOUDS PRIVADAS CON WINDOWS SERVER PRESENCIAL 300 300 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT34* ADMINISTRADOR BIG DATA CLOUDERA PRESENCIAL 150 150 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT35* ANALISTA DE DATOS BIG DATA CLOUDERA PRESENCIAL 150 150 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT36* EXCEL AVANZADO PRESENCIAL 100 100 0 ALTA 1-2 6,87

IFCT37* HERRAMIENTAS WEB2.0 PRESENCIAL 100 100 0 MEDIA 1-2 6,87

IFCT38*

COMMUNITY MANAGER, HERRAMIENTAS, ANALITICA E INFORMES

PRESENCIAL 100 100 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT39*

POSICIONAMIENTO WEB Y MARKETING DIGITAL EN BUSCADORES

PRESENCIAL 100 100 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT40* SAP ERP-CONSULTOR COMPRAS PRESENCIAL 220 220 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT41* SAP ERP-CONSULTOR CONTABILIDAD FINANCIERA PRESENCIAL 220 220 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT42* SAP ERP-CONSULTOR VENTAS PRESENCIAL 220 220 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT43* SAP ERP-CONSULTOR CONTABILIDAD ANALITICA PRESENCIAL 220 220 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT44* RED HAT OPENSTACK PRESENCIAL 200 200 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT45* COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 1-2 6,87

IFCT46* COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 1-2 6,87

IFCT004PO ACCESIBILIDAD WEB PRES. O TELEF. 10 10 10 MEDIA 1-2 6,87

IFCT005PO ADMINISTRACIÓN DE BASES DE DATOS EN ORACLE PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT006PO ADMINISTRACION DE CITRIX XENAPP PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT007PO ADMINISTRACIÓN DE MICROSOFT WINDOWS SERVER 2008 PRES. O TELEF. 24 24 24 MEDIA 3-4 9,42

IFCT008PO ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE MICROSOFT PRES. O TELEF. 210 210 210 MEDIA 3-4 9,42

IFCT009PO ADMINISTRACIÓN Y MANTENIMIENTO DE WINDOWS SERVER 2008 PRESENCIAL 30 30 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT010PO ANÁLISIS CON UML (MODELIZACIÓN) PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT011PO PROGRAMACIÓN EN.NET PRES. O TELEF. 210 210 210 ALTA 3-4 9,42

IFCT012PO ANALISTA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN PRES. O TELEF. 210 210 210 ALTA 3-4 9,42

IFCT013PO AJAX PARA APLICACIONES DE ESCRITORIO EN SERVIDORES WEB PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCT014PO

APLICACIONES WEB: IMPLEMENTACIÓN DEL ESTÁNDAR SCORM 1.2 EN PLATAFORMAS VIRTUALES DE APRENDIZAJE

PRES. O TELEF. 55 55 55 ALTA 3-4 9,42

IFCT015PO ARCGIS (SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA) PRES. O TELEF. 16 16 16 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT016PO ARQUITECTURA DEL PC - MANTENIMIENTO HARDWARE PRES. O TELEF. 50 30 20 BAJA 1-2 6,87

IFCT017PO AUTOCAD TELEFORMACIÓN 90 0 90 MEDIA 3-4 9,42

IFCT020PO AUTOCAD 2D PRES. O TELEF. 110 70 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT021PO AUTOCAD 3D PRES. O TELEF. 70 70 70 MEDIA 3-4 9,42

IFCT022PO AUTOCAD INICIACIÓN PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCT024PO BASES DE DATOS AVANZADAS PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 9,42

IFCT026PO CLOUD COMPUTING (AZURE, LINUX) PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT028PO COMUNICACIÓN DIGITAL Y NETWORKING EN INTERNET PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCT029PO CREACIÓN DE BLOGS Y REDES SOCIALES PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 1-2 6,87

IFCT030PO CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 1-2 6,87

IFCT031PO CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB CON HTML5 Y CSS3 PRES. O TELEF. 210 210 210 MEDIA 3-4 9,42

IFCT032PO DATA MINING BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT033PO DESARROLLO DE COMPONENTES WEB JAVA EE5 PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCT034PO DESARROLLO DE APLICACIONES CON JAVA PRES. O TELEF. 120 120 120 ALTA 3-4 9,42

IFCT035PO DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES BASADO EN PHONEGAP PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCT036PO DESARROLLO VIDEOJUEGOS HTML5 PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT037PO DEVELOPING DATA ACCESS SOLUTIONS WITH MICROSOFT VISUAL STUDIO 2010 PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCT039PO DISEÑO DE PÁGINAS WEB 2011 PRES. O TELEF. 50 50 50 MEDIA 1-2 6,87

IFCT040PO DREAMWEAVER: DISEÑO DE PÁGINAS WEB TELEFORMACIÓN 70 0 70 MEDIA 1-2 6,87

IFCT043PO DISEÑO WEB CON DREAMWEAVER Y FLASH PRES. O TELEF. 100 100 100 MEDIA 1-2 6,87

IFCT044PO DISEÑO WEB CON JOOMLA TELEFORMACIÓN 210 0 210 MEDIA 1-2 6,87

IFCT046PO DREAMWEAVER BÁSICO PRES. O TELEF. 45 10 35 MEDIA 1-2 6,87

IFCT047PO ELABORACIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA SCORM PARA E-LEARNING PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCT048PO APLICACIONES CON ANDROID Y HTML 5 PRES. O TELEF. 120 120 120 ALTA 3-4 9,42

IFCT049PO EXPERTO EN VIRTUALIZACIÓN CON VMWARE Y MICROSOFT PRES. O TELEF. 170 170 170 ALTA 3-4 9,42

IFCT050PO GESTIÓN DE LA SEGURIDAD INFORMÁTICA EN LA EMPRESA PRES. O TELEF. 100 100 100 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT051PO FUNDAMENTOS GESTION DE SERVICIOS CON ITIL PRES. O TELEF. 25 25 25 ALTA 3-4 9,42

IFCT052PO GESTIÓN DE SISTEMAS CON VMWARE: VIRTUALIZACIÓN DE APLICACIONES PRES. O TELEF. 126 126 126 MEDIA 3-4 9,42

IFCT053PO HERRAMIENTAS DE GESTIÓN WEB (GESTIÓN DE CONTENIDOS) PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT055PO GESTIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO DE SOFTWARE PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCT056PO INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE ORDENADORES PRES. O TELEF. 30 8 22 BAJA 1-2 6,87

IFCT057PO INTERNET SEGURO PRES. O TELEF. 50 50 50 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT058PO INTRODUCCIÓN A AJAX PRES. O TELEF. 25 25 25 MEDIA 3-4 9,42

IFCT059PO INTRODUCCIÓN A C++. C AVANZADO. PRESENCIAL 24 24 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT060PO INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGIA DE IMPRESIÓN EN 3D PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT061PO INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE INFORMACION INTEGRADOS (ERP) PRES. O TELEF. 90 90 90 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT062PO ISTQB CERTIFIED TESTER ADVANCED TEST ANALYST: PREPARATION COURSE PRESENCIAL 24 24 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT063PO ITIL ESSENTIAL PRES. O TELEF. 24 24 24 ALTA 3-4 9,42

IFCT064PO ITL FOUNDATION PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 3-4 9,42

IFCT065PO PORTAL DE GESTIÓN DE CONTENIDOS LIFERAY PRES. O TELEF. 16 16 16
MEDIA 3-4 9,42

IFCT066PO LINUX PROFESIONAL AVANZADO PRES. O TELEF. 100 100 100 ALTA 3-4 9,42

IFCT068PO METODOLOGÍAS ÁGILES EN PROYECTOS DE MANTENIMIENTO DE
SOFTWARE PRES. O TELEF. 25 25 25 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT069PO MICROSOFT SQL SERVER PRES. O TELEF. 45 45 45 ALTA 3-4 9,42

IFCT070PO MICROSOFT VISUAL C ++ PRES. O TELEF. 85 85 85 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT072PO OPTIMIZACIÓN DE SENTENCIAS SQL EN ORACLE PRES. O TELEF. 25 25 25
ALTA 3-4 9,42

IFCT073PO ORACLE 11G PRES. O TELEF. 65 65 65 ALTA 3-4 9,42

IFCT074PO ORACLE DATABASE 10G PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 9,42

IFCT075PO ORACLE DATABASE 11G ADMINISTRATION I PRES. O TELEF. 150 150 150
ALTA 3-4 9,42

IFCT076PO FUNDAMENTOS DE SQL EN ORACLE DATABASE PRES. O TELEF. 150 150 150
ALTA 3-4 9,42

IFCT079PO PROCESAMIENTO DE DATOS CON JAVA PRES. O TELEF. 210 210 210 ALTA 3-
4 9,42

IFCT080PO PROGRAMACIÓN CON PHP Y MYSQL PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCT081PO PROGRAMACIÓN CON VISUAL BASIC ASP.NET 3.5 EN COMERCIO
ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 9,42

IFCT082PO PROGRAMACIÓN EN PLATAFORMA .NET CON VISUAL BASIC PRES. O TELEF.
40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCT083PO PROGRAMACIÓN DE DISPOSITIVOS MÓVILES PRES. O TELEF. 150 150 150
ALTA 3-4 9,42

IFCT084PO PROGRAMACIÓN DE MACROS EXCEL CON VISUAL BASIC PRES. O TELEF. 20
20 20 ALTA 3-4 9,42

IFCT085PO PROGRAMACIÓN DE MACROS EXCEL CON VISUAL BASIC_NIVEL I PRES. O
TELEF. 15 15 15 ALTA 3-4 9,42

IFCT086PO PROGRAMACIÓN EN MOVILIDAD CON ANDROID Y HTML5 PRES. O TELEF. 78
78 78 ALTA 3-4 9,42

IFCT087PO PROGRAMACIÓN EN VISUAL C++ PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 3-4
9,42

IFCT088PO PROGRAMACION HTML 5 PRES. O TELEF. 60 60 60 MEDIA 3-4 9,42

IFCT089PO PROGRAMACIÓN ORIENTADA A OBJETOS PRES. O TELEF. 35 35 35 ALTA 3-4 9,42

IFCT090PO PROGRAMACIÓN PÁGINAS WEB JAVASCRIPT Y ASP.NET 3.5 PRES. O TELEF. 80 80 80 ALTA 3-4 9,42

IFCT091PO PROGRAMACIÓN PÁGINAS WEB JAVASCRIPT Y PHP PRES. O TELEF. 65 65 65 ALTA 3-4 9,42

IFCT092PO PROGRAMACIÓN WEB CON SOFTWARE LIBRE PRES. O TELEF. 150 150 150 ALTA 3-4 9,42

IFCT093PO PROGRAMACIÓN CON VISUAL BASIC.NET PRES. O TELEF. 18 18 18 ALTA 3-4 9,42

IFCT094PO PROGRAMAR CON SCRATCH PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT095PO PYTHON Y DJANGO PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT098PO ROUTING DE CISCO. CCNP PRES. O TELEF. 32 32 32 MEDIA 3-4 9,42

IFCT099PO SAP: MANTENIMIENTO DE EQUIPOS PRES. O TELEF. 24 24 24 ALTA 3-4 9,42

IFCT100PO SEGURIDAD DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS Y DE COMUNICACIÓN. PRES. O TELEF. 150 150 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT101PO PLANIFICACIÓN DE LA SEGURIDAD INFORMÁTICA EN LA EMPRESA PRES. O TELEF. 80 80 80 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT102PO SERVIDOR MICROSOFT LYNC 2010 PRES. O TELEF. 25 25 25 MEDIA 3-4 9,42

IFCT103PO SERVIDORES WEB PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 9,42

IFCT104PO SHAREPOINT SERVER 2010 PRES. O TELEF. 120 50 70 MEDIA 3-4 9,42

IFCT105PO SISTEMA OPERATIVO GNU_LINUX: UBUNTU PRES. O TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 9,42

IFCT106PO PROTECCIÓN DE EQUIPOS EN LA RED PRES. O TELEF. 10 10 10 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT107PO SISTEMAS Y SERVIDORES WEB PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 9,42

IFCT108PO TECNOLOGÍA XML PRES. O TELEF. 150 150 150 MEDIA 3-4 9,42

IFCT109PO

SOFTWARE DE VIRTUALIZACIÓN Y SUS APLICACIONES: XEN SOBRE LINUX, VMWARE, VIRTUAL PC

PRES. O TELEF. 20 20 20 MEDIA 3-4 9,42

IFCT114PO LINUX PRES. O TELEF. 40 40 40 MEDIA 3-4 9,42

IFCT115PO

VIRTUALIZ. DEL ESCRIT. Y USUARIO FINAL CON VMWARE Y MICROSOFT. PROD.,
TÉCNICAS Y FUNCIONALIDADES

PRES. O TELEF. 170 170 170 MEDIA 3-4 9,42

IFCT117PO VIRTUALIZACIÓN DE SERVIDORES Y ESCRITORIOS CON VMWARE PRES. O
TELEF. 200 200 200 MEDIA 3-4 9,42

IFCT118PO VIRTUALIZACIÓN DEL ESCRITORIO CON APLICACIONES MICROSOFT PRES. O
TELEF. 25 25 25 MEDIA 3-4 9,42

IFCT119PO

VIRTUALIZACIÓN Y CLOUD COMPUTING. VIRTUALIZACION DEL ESCRITORIO CON
VMWARE Y MICROSOFT

PRES. O TELEF. 76 76 76 MEDIA 3-4 9,42

IFCT120PO VIRTUALIZACIÓN DE SERVIDORES CON SYSTEM CENTER PRES. O TELEF. 25
25 25 MEDIA 3-4 9,42

IFCT123PO WINDOWS 8 PRES. O TELEF. 50 50 50 BAJA 1-2 6,87

IFCT124PO WORDPRESS EN EL SECTOR DE PUBLICIDAD TELEFORMACIÓN 120 0 120
MEDIA 3-4 9,42

IFCT125PO SISTEMAS OPERATIVOS: ADMINISTRACIÓN DE MICROSOFT WINDOWS PRES.
O TELEF. 24 24 24 MEDIA 1-2 6,87

IFCT126PO INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA 4.0 PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 3-4
9,42

IFCT127PO ARQUITECTURA BIG DATA PRES. O TELEF. 165 165 165 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT128PO BIG DATA PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT129PO BIG DATA EN AMAZON WEB SERVICES PRESENCIAL 24 24 0 MUY ALTA 3-4
9,42

IFCT130PO BIG DATA EN LA INDUSTRIA QUÍMICA: EL VALOR AÑADIDO DE LOS DATOS
TELEFORMACIÓN 30 0 30 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT131PO BUSINESS INTELLIGENCE EN LA INDUSTRIA QUÍMICA - CASOS DE ÉXITO
TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 3-4 9,42

IFCT132PO DIGITALIZACIÓN INDUSTRIAL (CEMENTO 4.0) PRESENCIAL 6 6 0 MUY ALTA 3-4
9,42

IFCT133PO CIBERSEGURIDAD PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT134PO CIBERSEGURIDAD EN LA EMPRESA QUÍMICA - PYME TELEFORMACIÓN 30 0
30 ALTA 3-4 9,42

IFCT135PO CIBERSEGURIDAD PARA USUARIOS TELEFORMACIÓN 10 0 10 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT136PO COMMUNITY MANAGER TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 3-4 9,42

IFCT137PO CÓMO POSICIONAR PÁGINAS WEB CON ÉXITO TELEFORMACIÓN 15 0 15 ALTA 3-4 9,42

IFCT139PO DISEÑO DE MACROS EN EXCEL PRESENCIAL 20 20 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT140PO DOCKER OPS PRESENCIAL 20 20 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT142PO FUNDAMENTOS ITIL PRESENCIAL 20 20 0 MEDIA 3-4 9,42

IFCT143PO GESTIÓN DE LOS CIBERRIESGOS PRESENCIAL 20 20 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT144PO GESTIÓN DE PROYECTOS CON OPENPROJECT PRESENCIAL 10 10 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT145PO GESTIÓN DE PROYECTOS PMP PRESENCIAL 35 35 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT147PO PDF'S ACCESIBLES TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 1-2 6,87

IFCT148PO POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO PRESENCIAL 10 10 0 ALTA 3-4 9,42

IFCT149PO SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO TELEFORMACIÓN 20 0 20 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT150PO BIG DATA EN EL SECTOR ASEGURADOR PRESENCIAL 20 20 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT151PO CIBERSEGURIDAD. SECTOR HOSTELERÍA TELEFORMACIÓN 150 0 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT152PO OPERACIÓN DE EQUIPOS DE TRANSMISIÓN-RECEPCIÓN PORTATILES VIA SATÉLITE PRES. O TELEF. 30 20 10 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT153PO INTRODUCCIÓN AL BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 200 150 50 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT154PO TECNOLOGÍAS GRÁFICAS PARA LA GENERACIÓN DE VIDEOJUEGOS PRESENCIAL 180 180 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT155PO INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS ALGORITMOS PRESENCIAL 180 180 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT156PO DATA SCIENCE PRESENCIAL 600 600 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT157PO AUTOCAD MAP 3D NIVEL USUARIO PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT158PO MICROSTATION V8i-NIVEL USUARIO PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 9,42

IFCT159PO INFOARQUITECTURA 3D CON 3DS MAX-NIVEL USUARIO PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

5.1.2 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo IV Certificados de Profesionalidad con prioridad alta o muy alta

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.1.3 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 1º Semestre de 2019.

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.1.4 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 2º Semestre de 2019.

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.2 Relación de Acciones Formativas del Catálogo Formativo de la FPE que conllevan a la adquisición de competencias digitales del Directivo 4.0.

Una vez identificadas todas aquellas acciones que conllevan la adquisición de competencias digitales, se procede a seleccionar aquellas acciones formativas que, a nuestro juicio, podrían ir dirigidas al perfil del Directivo 4.0.

5.2.1 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo III Acciones no dirigidas a la obtención de Certificados de profesionalidad

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

ADGD336PO TALENTO Y EMPRESA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGD341PO GESTION AGIL DE PROYECTOS CON SCRUM PRESENCIAL 16 16 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD347PO PROGRAMA AVANZADO AGILE PROJECT MANAGEMENT PRES. O TELEF. 90 90 90 ALTA 3-4 6,66

ADGD349PO PROGRAMA AVANZADO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL PRES. O TELEF. 90 90 90 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD350PO PROGRAMA AVANZADO TALENTO, CULTURA Y EMPRESA DIGITAL TELEFORMACIÓN 90 0 90 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD352PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA PRES. O TELEF. 50 50 50 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD353PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESAS COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.
PRESENCIAL PRESENCIAL 40 40 0 ALTA 3-4 6,66

ADGD354PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESAS COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.
TELEFORMACIÓN TELEFORMACIÓN 100 0 100 ALTA 3-4 6,66

ADGD355PO ESTRATEGIA Y NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA ERA DIGITAL
PRESENCIAL 10 10 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGD356PO ECONOMÍA CONECTADA, INDUSTRIA 4.0 Y EMPLEABILIDAD PRESENCIAL 10
10 0 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG010PO COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 6,66

ADGG015PO DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS PRES. O
TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG016PO DESARROLLO TECNOLÓGICO. MOBILE BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF.
120 120 120 ALTA 3-4 6,66

ADGG017PO DESARROLLO TIC PARA LA FIDELIZACIÓN Y ACCIÓN COMERCIAL.
GAMIFICACIÓN. PRES. O TELEF. 50 50 50 ALTA 3-4 6,66

ADGG026PO FUNDAMENTOS TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PRES. O
TELEF. 30 30 30 MEDIA 1-2 6,63

ADGG028PO GESTIÓN DEL RIESGO EMPRESARIAL: SAP PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4
6,66

ADGG030PO GESTIÓN I+D+i EN INGENIERÍA PRES. O TELEF. 30 30 30 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG031PO GESTIÓN INFORMATIZADA DE VENTAS PRESENCIAL 40 40 0 ALTA 3-4 6,66

ADGG032PO

ADGG034PO HERRAMIENTAS DEL PROFESIONAL DIGITAL PRES. O TELEF. 42 12 30
MEDIA 3-4 6,66

ADGG035PO HERRAMIENTAS EN INTERNET: COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF.
80 80 80 ALTA 3-4 6,66

ADGG042PO LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN APLICADA A LA EMPRESA. PRES. O
TELEF. 30 30 30 MEDIA 3-4 6,66

ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA TELEFORMACIÓN 40 0 40 ALTA 1-2 6,63

ADGG075PO SOCIAL MEDIA MARKETING EN COMERCIO PRES. O TELEF. 100 100 100
ALTA 3-4 6,66

ADGG081PO FUNDAMENTOS DE WEB 2.0 Y REDES SOCIALES PRES. O TELEF. 10 10 10
MEDIA 1-2 6,63

ADGG090PO LA TECNOLOGÍA Y LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA PRES.
O TELEF. 8 8 8 MUY ALTA 3-4 6,66

ADGG101PO DESARROLLO TIC PARA LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA
PRES. O TELEF. 50 50 50 MEDIA 3-4 6,66

ADGG102PO BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,66

ADGG105PO COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPRESA PRESENCIAL 25 25 0 MUY
ALTA 3-4 6,66

ADGG108PO COMUNICACIÓN DIGITAL ORIENTADA AL CLIENTE PRES. O TELEF. 20 20 20
ALTA 3-4 6,66

COMERCIO Y MARKETING

COML01* MARKETING DIGITAL & E-COMMERCE PARA LA AUTOMOCIÓN PRESENCIAL
30 30 0 MUY ALTA 3-4 6,53

COML02* TRANSFORMACIÓN LOGÍSTICA EN UN ENTORNO DE INDUSTRIA 4.0
PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 6,53

COMM061PO POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO PRES. O
TELEF. 90 90 90 MUY ALTA 3-4 6,53

COMM062PO MERCADOTECNIA EN INTERNET PRESENCIAL 80 80 0 ALTA 3-4 6,53

COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE PRES.
O TELEF. 40 40 40 ALTA 3-4 6,53

COMM092PO REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0 PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,53

COMM096PO CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGY PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4
6,53

COMM097PO DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4
6,53

COMM098PO ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING TELEFORMACIÓN 30 0 30 ALTA
3-4 6,53

COMM099PO ESTRATEGIAS DE VENTA OMNICAL Y EXPERIENCIA DE CLIENTE PRES. O
TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM102PO INBOUND BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF. 60 60 60 ALTA 3-4 6,53

COMM105PO MÁRKETING ONLINE Y ÚLTIMAS TENDENCIAS PRESENCIAL 14 14 0 ALTA
3-4 6,53

COMM106PO MODELOS DE HIPERCRECIMIENTO EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF. 30
30 30 ALTA 3-4 6,53

COMM107PO INTERNET COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES TELEFORMACIÓN 15 0 15 MEDIA 3-4 6,53

COMM108PO PLAN MARKETING DIGITAL PRESENCIAL 25 25 0 ALTA 3-4 6,53

COMM111PO PROGRAMA AVANZADO EN MARKETING Y ESTRATEGIA DIGITAL PRES. O TELEF. 90 90 90 ALTA 3-4 6,53

COMM114PO ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES TELEFORMACIÓN 30 0 30 MEDIA 3-4 6,53

COMM115PO EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DIGITAL TELEFORMACIÓN 25 0 25 ALTA 3-4 6,53

COMM116PO

GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

TELEFORMACIÓN 20 0 20 ALTA 3-4 6,53

COMM117PO COMPORTAMIENTOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR DIGITAL TELEFORMACIÓN 25 0 25 ALTA 3-4 6,53

COMM122PO USO EMPRESARIAL DE LAS REDES SOCIALES TELEFORMACIÓN 15 0 15 ALTA 3-4 6,53

COMT017PO

COMT027PO NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO PRES. O TELEF. 80 80 80 ALTA 3-4 6,53

COMT066PO COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS PRES. O TELEF. 90 90 90 ALTA 3-4

COMT104PO BLOG PARA LA COMUNICACIÓN EN NEGOCIOS PRES. O TELEF. 20 20 20 ALTA 1-2 6,50

COMT114PO B2B EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE TELEFORMACIÓN 60 0 60 ALTA 3-4 6,53

COMT116PO ESTRATEGIAS B2B Y VENTA COMPLEJA EN LA ERA DIGITAL PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT117PO MOBILE BUSINESS STRATEGY PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

COMT118PO SOCIAL SELLING PRES. O TELEF. 30 30 30 ALTA 3-4 6,53

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

FCOO004PO FIRMA ELECTRÓNICA Y SEGURIDAD EN INTERNET TELEFORMACIÓN 30 0 30 MUY ALTA 3-4 6,87

INFORMÁTICA Y TELECOMUNICACIONES

IFCD23* BIG DATA DEVELOPER CON CLOUDERA APACHE HADOOP PRESENCIAL 175 175 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD87PO TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0 TELEFORMACIÓN 120 0 120 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD88PO VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 TELEFORMACIÓN 150 0 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD077PO MACHINE LEARNING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL PRESENCIAL 200 200 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD081PO INTERNET DE LAS COSAS (IOT) PRESENCIAL 22 22 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD084PO HACKING ÉTICO Y CIBERSEGURIDAD PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD085PO TECNOLOGÍAS DE FABRICACIÓN ADITIVA: FDM PRESENCIAL 10 10 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD086PO SIMULACIÓN DE PROCESOS EN LA INDUSTRIA 4.0 PRESENCIAL 5 5 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD087* TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0 PRES. O TELEF. 120 120 120 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCD088* VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 PRES. O TELEF. 150 150 150 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT46* COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 1-2 6,87

IFCT126PO INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA 4.0 PRES. O TELEF. 60 60 60 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT127PO ARQUITECTURA BIG DATA PRES. O TELEF. 165 165 165 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT128PO BIG DATA PRES. O TELEF. 40 40 40 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT129PO BIG DATA EN AMAZON WEB SERVICES PRESENCIAL 24 24 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT132PO DIGITALIZACIÓN INDUSTRIAL (CEMENTO 4.0) PRESENCIAL 6 6 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT133PO CIBERSEGURIDAD PRESENCIAL 25 25 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT135PO CIBERSEGURIDAD PARA USUARIOS TELEFORMACIÓN 10 0 10 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT153PO INTRODUCCIÓN AL BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE PRES. O TELEF. 200
150 50 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT155PO INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS ALGORITMOS
PRESENCIAL 180 180 0 MUY ALTA 3-4 9,42

IFCT156PO DATA SCIENCE PRESENCIAL 600 600 0 MUY ALTA 3-4 9,42

5.2.2 Catálogo Ocupados 2019-2020. Anexo IV Certificados de Profesionalidad con prioridad alta o muy alta

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.2.3 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 1º Semestre de 2019.

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.2.4 Catálogo Desempleados 2019-2020. Anexo III Cursos 2º Semestre de 2019.

No se han identificado en este catálogo acciones formativas relacionadas con las competencias digitales del Directivo 4.0

5.3 Nueva Priorización de Acciones Formativas del Catálogo Formativo de la FPE que conllevan a la adquisición de competencias digitales del Directivo 4.0.

Finalmente, teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través del presente estudio y las prioridades marcadas por los directivos encuestados, se procede a fijar el tipo de prioridad (MEDIA, ALTA y MUY ALTA) de cada acción formativa seleccionada, en relación a las competencias digitales y su grado de importancia que deberá integrar el Directivo 4.0.

ACCIONES FORMATIVAS CATALOGOS FPE RELACIONADAS CON COMPETENCIAS DIRECTIVO 4.0	PRIORIDAD	PRIORIDAD
FAMILIA	GENERAL	DIRECTIVO 4.0
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN		
ADGD336PO TALENTO Y EMPRESA DIGITAL	ALTA	MUY ALTA
ADGD341PO GESTION AGIL DE PROYECTOS CON SCRUM	ALTA	ALTA
ADGD347PO PROGRAMA AVANZADO AGILE PROJECT MANAGEMENT	ALTA	ALTA
ADGD349PO PROGRAMA AVANZADO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL	MUY ALTA	MUY ALTA

ADGD350PO PROGRAMA AVANZADO TALENTO, CULTURA Y EMPRESA DIGITAL	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGD352PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGD355PO ESTRATEGIA Y NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA ERA DIGITAL	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGD356PO ECONOMÍA CONECTADA, INDUSTRIA 4.0 Y EMPLEABILIDAD	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGG010PO COMERCIO ELECTRÓNICO	ALTA	MUY ALTA
ADGG015PO DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGG016PO DESARROLLO TECNOLÓGICO. MOBILE BUSINESS STRATEGY	ALTA	MUY ALTA
ADGG017PO DESARROLLO TIC PARA LA FIDELIZACIÓN Y ACCIÓN COMERCIAL. GAMIFICACIÓN.	ALTA	ALTA
ADGG026PO FUNDAMENTOS TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	MEDIA	MUY ALTA
ADGG028PO GESTIÓN DEL RIESGO EMPRESARIAL: SAP	ALTA	MUY ALTA
ADGG030PO GESTIÓN I+D+i EN INGENIERÍA	ALTA	ALTA
ADGG031PO GESTIÓN INFORMATIZADA DE VENTAS	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGG034PO HERRAMIENTAS DEL PROFESIONAL DIGITAL	MEDIA	ALTA
ADGG035PO HERRAMIENTAS EN INTERNET: COMERCIO ELECTRÓNICO	ALTA	ALTA
ADGG042PO LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN APLICADA A LA EMPRESA.	MEDIA	MUY ALTA
ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA	ALTA	MUY ALTA
ADGG075PO SOCIAL MEDIA MARKETING EN COMERCIO	ALTA	ALTA
ADGG081PO FUNDAMENTOS DE WEB 2.0 Y REDES SOCIALES	MEDIA	ALTA
ADGG090PO LA TECNOLOGÍA Y LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGG101PO DESARROLLO TIC PARA LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA	MEDIA	MUY ALTA
ADGG102PO BUSINESS INTELLIGENCE	ALTA	MUY ALTA
ADGG105PO COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPRESA	MUY ALTA	MUY ALTA
ADGG108PO COMUNICACIÓN DIGITAL ORIENTADA AL CLIENTE	ALTA	MUY ALTA
COMERCIO Y MARKETING		
COML01* MARKETING DIGITAL & E-COMMERCE PARA LA AUTOMOCIÓN	MUY ALTA	MUY ALTA
COML02* TRANSFORMACIÓN LOGÍSTICA EN UN ENTORNO DE INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
COMM061PO POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO	MUY ALTA	MUY ALTA
COMM062PO MERCADOTECNIA EN INTERNET	ALTA	ALTA
COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE	ALTA	ALTA
COMM092PO REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0	ALTA	MUY ALTA
COMM096PO CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGY	ALTA	MUY ALTA

COMM097PO DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES	ALTA	MUY ALTA
COMM098PO ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING	ALTA	MUY ALTA
COMM099PO ESTRATEGIAS DE VENTA OMNISCANAL Y EXPERIENCIA DE CLIENTE	ALTA	MUY ALTA
COMM102PO INBOUND BUSINESS STRATEGY	ALTA	MUY ALTA
COMM105PO MÁRKETING ONLINE Y ÚLTIMAS TENDENCIAS	ALTA	MUY ALTA
COMM106PO MODELOS DE HIPERCRECIMIENTO EN LA ERA DIGITAL	ALTA	MUY ALTA
COMM107PO INTERNET COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN Y DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES	MEDIA	MUY ALTA
COMM108PO PLAN MARKETING DIGITAL	ALTA	ALTA
COMM111PO PROGRAMA AVANZADO EN MARKETING Y ESTRATEGIA DIGITAL	ALTA	MUY ALTA
COMM114PO ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES	MEDIA	ALTA
COMM115PO EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DIGITAL	ALTA	ALTA
GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES	ALTA	ALTA
COMM117PO COMPORTAMIENTOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR DIGITAL	ALTA	ALTA
COMM122PO USO EMPRESARIAL DE LAS REDES SOCIALES	ALTA	MUY ALTA
COMT027PO NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO	ALTA	MUY ALTA
COMT066PO COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS	ALTA	MUY ALTA
COMT104PO BLOG PARA LA COMUNICACIÓN EN NEGOCIOS	ALTA	MUY ALTA
COMT114PO B2B EN LA ERA DIGITAL	ALTA	MUY ALTA
COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE	ALTA	MUY ALTA
COMT116PO ESTRATEGIAS B2B Y VENTA COMPLEJA EN LA ERA DIGITAL	ALTA	MUY ALTA
COMT117PO MOBILE BUSINESS STRATEGY	ALTA	MUY ALTA
COMT118PO SOCIAL SELLING	ALTA	MUY ALTA
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA		
FCO0004PO FIRMA ELECTRÓNICA Y SEGURIDAD EN INTERNET	MUY ALTA	MUY ALTA
INFORMÁTICA Y TELECOMUNICACIONES		
IFCD23* BIG DATA DEVELOPER CON CLOUDERA APACHE HADOOP	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD87PO TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD88PO VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD077PO MACHINE LEARNING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD081PO INTERNET DE LAS COSAS (IOT)	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD084PO HACKING ÉTICO Y CIBERSEGURIDAD	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD085PO TECNOLOGÍAS DE FABRICACIÓN ADITIVA: FDM	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD086PO SIMULACIÓN DE PROCESOS EN LA INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD087* TECNOLOGÍAS HABILITADORAS DE LA INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCD088* VISIÓN ARTIFICIAL Y SU APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT46* COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT126PO INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA 4.0	MUY ALTA	MUY ALTA

IFCT127PO ARQUITECTURA BIG DATA	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT128PO BIG DATA	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT129PO BIG DATA EN AMAZON WEB SERVICES	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT132PO DIGITALIZACIÓN INDUSTRIAL (CEMENTO 4.0)	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT133PO CIBERSEGURIDAD	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT135PO CIBERSEGURIDAD PARA USUARIOS	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT153PO INTRODUCCIÓN AL BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT155PO INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS ALGORITMOS	MUY ALTA	MUY ALTA
IFCT156PO DATA SCIENCE	MUY ALTA	MUY ALTA

5.4 Propuesta de nuevas acciones formativas

A continuación, y una vez identificadas las acciones formativas de los diferentes catálogos de FPE que guardan relación con las competencias del Directivo 4.0, debemos abordar la identificación del GAP, entre las Competencias Digitales anteriormente definidas en el estudio y sus acciones formativas relacionadas para el Directivo 4.0 y las Competencias Digitales que se adquirirán con las acciones formativas identificadas en la oferta que se realiza a día de hoy por el Servicio Navarro de Empleo a través de los catálogos de FPE. Del resultado de esa comparativa, se obtendrá la propuesta de nuevas acciones formativas a incluir en los catálogos FPE para dar una cobertura total a las necesidades formativas que plantea el Directivo 4.0.

Antes de abordar dicha tarea, debemos realizar un trabajo previo para identificar si las acciones formativas que los directivos han indicado en la encuesta se encuentran entre las acciones que ya figuran en catálogo, son acciones que complementarían lo que ya hay y entrarían dentro del GAP anteriormente descrito, o bien, son acciones formativas que aun siendo acciones que contribuyen a adquirir competencias digitales, no se consideran dentro del grupo de competencias que se ha definido para el Directivo 4.0.

ACCIONES FORMATIVAS IDENTIFICADAS EN LA ENCUESTA QUE YA SE ENCUENTRAN EN CATÁLOGO

1. Ciberseguridad
2. Big Data
3. Customer Experience
4. Posicionamiento en Buscadores
5. Cloud & Virtualización
6. Hacking Ético
7. IoT (Internet de las Cosas)
8. Inbound Marketing
9. Inteligencia Artificial y Cognitiva
10. Blockchain
11. Realidad Virtual & Aumenta

ACCIONES FORMATIVAS IDENTIFICAS EN LA ENCUESTA QUE NO SE ENCUENTRAN EN CATÁLOGO Y COMPLEMENTARÍAN A LAS ACCIONES YA EN CATÁLOGO

1. E-Commerce
2. Innovación Digital
3. Publicidad programática
4. Web & Mobile Marketing
5. Social Media Management
6. Compliance
7. Analytics
8. Digital Project Management
9. Digital Talent
10. Display Marketing
11. Branded Content Management

ACCIONES FORMATIVAS QUE SE ENCUENTRAN EN CATÁLOGO Y QUE NO SE CONSIDERAN COMPETENCIAS DIGITALES NECESARIAS PARA EL DIRECTIVO 4.0

Como previamente se ha indicado en el punto 3 de este estudio, las competencias digitales que se considera debería incorporar el Directivo 4.0 son las siguientes:

Competencia Digital 1.- Competencias digitales relacionadas con la gestión de la información

Competencia Digital 2.- Habilidades digitales relacionadas con el conocimiento digital

Competencia Digital 3.- Competencias digitales directivas para el aprendizaje continuo y la formación

Competencia Digital 4.-Habilidades directivas para fomentar el trabajo en equipo y en red

Competencia Digital 5.- Competencias directivas digitales para el liderazgo y la negociación

Competencia Digital 6.- Habilidades directivas digitales relacionadas con la visión global de la estrategia

Competencia Digital 7.- Capacidades digitales relacionadas con la orientación a cliente

Competencia Digital 8.- Competencias digitales para la comunicación en internet

Competencia Digital 9.- Competencias digitales para el diseño de la estrategia online

Competencia Digital 10.- Habilidades tecnológicas y digitales para fomentar la visibilidad en internet

Competencia Digital 11.- Competencias TIC relacionadas con las redes sociales

Competencia Digital 12.- Habilidades digitales para la creación de marca personal

Competencia Digital 13.- Habilidades tecnológicas para la toma de decisiones estratégica

En orden de prioridad, los directivos navarros encuestados han indicado que su priorización de las mismas es la siguiente, en orden de mayor a menor importancia:

1. Habilidades directivas digitales relacionadas con la visión global de la estrategia
2. Competencias digitales relacionadas con la gestión de la información
3. Capacidades digitales relacionadas con la orientación a cliente
4. Habilidades directivas para fomentar el trabajo en equipo y en red
5. Competencias digitales para la comunicación en internet
6. Competencias digitales para el diseño de la estrategia on line
7. Competencias digitales directivas para el aprendizaje continuo y la formación
8. Habilidades tecnológicas para la toma de decisiones estratégica
9. Habilidades digitales relacionadas con el conocimiento digital
10. Competencias directivas digitales para el liderazgo y la negociación
11. Competencias TIC relacionadas con las redes sociales
12. Habilidades tecnológicas y digitales para fomentar la visibilidad en internet
13. Habilidades digitales para la creación de marca personal

Así pues, todas las acciones formativas que aparecen en los catálogos de FPE y que no están relacionadas con estas competencias, podríamos concluir que no serían acciones formativas que irían dirigidas al Directivo 4.0.