



Empathize
Understanding
people



Ideate
Generating
your ideas



Define
Figuring out
the problem



Test
Refining
the product



Prototype
Creation and
experimentation

DESIGN THINKING

(STRATEGIC TOOLS FOR LEADERS)



RESUMEN

El sector financiero está inmerso en una transformación acelerada: nuevas fintech ágiles desafían a la banca tradicional, obligando a innovar para mantenerse vigente. En México, el ecosistema fintech creció de 100 a más de 650 startups en menos de una década (más de 20 mil empleos creados), revitalizando el sector financiero tradicional. Sin embargo, muchas organizaciones aún ven la innovación como un gasto y no como una inversión, perdiendo de vista su poder para impulsar el crecimiento, reducir riesgos y fidelizar clientes. Este curso avanzado responde a ese desafío: es una experiencia de aprendizaje poderosa y de vanguardia diseñada para directivos financieros, que integra Design Thinking, metodologías Agile, Lean Startup, Storytelling e Innovación Generativa (IA) para impulsar la transformación estratégica. A lo largo de un viaje pedagógico interactivo, los participantes aplicarán estas disciplinas de forma práctica en casos reales de banca, aseguradoras, afores, fintechs y mercados bursátiles mexicanos, combinando sesiones virtuales con talleres presenciales. El resultado es un taller vivencial que habilita a los líderes a idear soluciones centradas en el cliente, validarlas rápidamente con prototipos ágiles y comunicar su visión de forma inspiradora, cerrando la brecha entre la estrategia innovadora y la ejecución operativa. Las disciplinas de Design Thinking, Agile y Storytelling han demostrado excelentes resultados en la resolución de problemas complejos y ya cuentan con marcos consolidados; no obstante, son competencias fundamentalmente experienciales que se dominan “aprendiendo haciendo”. Por ello, este curso enfatiza el learning by doing: mediante dinámicas colaborativas, herramientas digitales de última generación y ejercicios de simulación, los directivos vivirán un ciclo completo de innovación desde la empatía con el usuario hasta la implementación ágil de soluciones y su comunicación efectiva preparándose para liderar la transformación digital y cultural en sus organizaciones financieras.

OBJETIVO DEL CURSO

Capacitar a directores y líderes del sector financiero para diseñar e implementar innovaciones centradas en el usuario, de manera ágil y efectiva, y comunicar su valor estratégicamente. Al finalizar el curso, los participantes habrán desarrollado habilidades para detectar oportunidades y resolver problemas reales en banca, seguros, afores, fintechs y mercados financieros mediante Design Thinking; sabrán crear y validar rápidamente soluciones innovadoras con enfoques Lean Startup (MVP y experimentación ágil); aplicarán marcos Agile (Scrum/SAFe) para ejecutar proyectos de innovación con eficiencia operativa; e integrarán técnicas de Storytelling para articular una narrativa convincente que genere apoyo de stakeholders y equipos hacia el cambio. En suma, el curso inspirará a los directivos a alinear la innovación con la estrategia del negocio y la necesidad del cliente, fomentando una cultura organizacional adaptable, colaborativa y orientada a la creación de valor.

DIRIGIDO A

Managing Directors, directores generales, directores de área y líderes estratégicos de instituciones financieras en México: bancos comerciales y de desarrollo, casas de bolsa, aseguradoras, administradoras de fondos para el retiro (Afores), fintechs, entidades reguladoras y empresas emisoras en mercados bursátiles. Ideal para altos ejecutivos responsables de innovación, transformación digital, experiencia de cliente o desarrollo de nuevos productos/servicios financieros, que busquen adoptar metodologías ágiles y centradas en el usuario para impulsar la competitividad en un entorno altamente regulado y dinámico.

ESTRUCTURA Y MÓDULOS DEL CURSO

El curso está organizado en 5 módulos secuenciales que narran la travesía de una iniciativa de innovación desde la identificación del problema hasta su realización y venta interna. Cada módulo combina teoría práctica con ejercicios aplicados a casos del sistema financiero mexicano, utilizando un enfoque de storytelling pedagógico: los participantes asumen el rol de protagonistas en un proyecto ficticio (pero realista) de innovación, avanzando por etapas que reflejan el viaje del héroe de un cambio transformador. La experiencia se desarrolla 50% en formato virtual (sesiones en línea en vivo apoyadas por herramientas colaborativas) y 50% en formato presencial (talleres intensivos prácticos), asegurando flexibilidad sin sacrificar la riqueza interactiva. A continuación, se detalla el sílabus renovado:





Módulo 1:

Empatía y Definición del Problema (Design Thinking en el sector financiero)

- **Objetivo del módulo:** Colocar al usuario en el centro de la innovación financiera. Los participantes aprenderán a comprender profunda y humanamente a sus clientes y stakeholders, para identificar necesidades reales no atendidas en productos/servicios financieros existentes. Mediante técnicas de Design Thinking, se establecerá el contexto y propósito del proyecto innovador (el “¿por qué?” de la historia).
- **¿Qué es Design Thinking y por qué centrarse en el usuario?** Introducción a la filosofía de diseño centrado en las personas. Se discute cómo este enfoque permite resolver problemas complejos de forma creativa en finanzas, rompiendo la visión tradicional de banca burocrática. Se abordan casos locales donde la empatía con el cliente reveló oportunidades de negocio insospechadas. Herramienta: Miro (pizarra digital) para tormenta de ideas inicial.
- **Warm-up creativo:** Dinámica inicial rompehielo para cultivar la mentalidad innovadora (warm-ups). Ejercicio lúdico virtual donde los directivos resuelven un mini-desafío creativo (no relacionado con finanzas) que estimula apertura, colaboración y pensamiento “fuera de la caja”. Esto prepara al grupo para la participación activa durante todo el taller.

- **Empatía con el cliente financiero:** Técnicas para entender y observar a los usuarios de servicios financieros. Se enseña a realizar entrevistas empáticas y observación de campo (en contexto bancario, asegurador, etc.), incluso a distancia mediante plataformas digitales. Los participantes construyen un Mapa de Empatía de un cliente (por ejemplo, un usuario de banca digital o un trabajador próximo a jubilarse en una Afore) identificando sus pains y gains. Herramienta: Notion para documentar colaborativamente hallazgos cualitativos (frases de cliente, insights) en tiempo real.
- **Definir el problema y “punto de vista”:** A partir de la investigación, se guía a los participantes para sintetizar la información y redefinir el reto en términos claros y accionables. Elaboran una definición del problema centrada en el usuario (“¿Qué necesidad específica vamos a resolver y para quién?”) priorizando el valor para el cliente y el impacto en el negocio. Esta definición actúa como la base de la narrativa de innovación (el escenario inicial y el conflicto a resolver en la historia).
- **Caso práctico sectorial:** Cada equipo trabajará con un caso guía – p. ej., mejorar la experiencia de onboarding digital de una banco, incrementar la inclusión financiera en comunidades rurales, o innovar un seguro usando datos – sobre el cual aplicarán todos los pasos. Salida clave: Insight del usuario y Problem Statement validado. (50% virtual: sesiones en línea para teoría y ejercicios de empatía; 50% presencial: trabajo de campo simulado, entrevistas role-play y discusión guiada.)





Módulo 2:

Ideación y Prototipado Ágil (Lean Startup y creatividad)

Objetivo del módulo: Generar soluciones innovadoras y convertirlas rápidamente en prototipos tangibles para su prueba. En este módulo los participantes se enfocan en la fase creativa de la historia – imaginar “cómo podría ser” la solución – y en plasmar esa visión en un producto mínimo que puedan experimentar usuarios reales. Se fusionan técnicas clásicas de ideación con los principios de Lean Startup para validar hipótesis de forma ágil.

- **Lluvia de ideas y creatividad dirigida:** Aplicación de técnicas de ideación como brainstorming, Crazy 8's y SCAMPER, adaptadas al entorno financiero. Los participantes generan un volumen de ideas de solución para el problema definido en Módulo 1, promoviendo la diversidad de enfoques (soluciones tecnológicas, de proceso, de modelo de negocio, etc.). Se fomenta un ambiente sin juicios para impulsar la creatividad, seguido de métodos de filtrado/priorización para seleccionar las ideas con mayor potencial de impacto.

- **Principios de Lean Startup:** Introducción al método Lean Startup y su relevancia más allá de startups, también en proyectos corporativos de innovación. Se explica la importancia de “falla rápido, aprende más rápido”, destacando que invertir grandes sumas en un proyecto no garantiza éxito si no responde al cliente. En su lugar, se propone validar las hipótesis clave con experimentos de bajo costo. Cita de negocio: se analiza brevemente el caso de una fintech mexicana que ajustó su producto tras feedback temprano, evitando un lanzamiento fallido.
- **Producto Mínimo Viable (MVP):** Concepto y estrategia de desarrollo de un MVP. “Menos es más”: los equipos diseñan la versión más simple de su solución que todavía aporta valor al usuario – aquella con funcionalidades esenciales para probar las hipótesis centrales. Se enfatiza que un MVP permite obtener retroalimentación real de clientes con mínima inversión de tiempo y recursos, reduciendo drásticamente el riesgo de fracaso.
- **Prototipado rápido con herramientas digitales:** Los participantes traen a la vida sus ideas mediante prototipos de baja fidelidad (ej. bocetos, storyboards) y alta fidelidad (diseños interactivos). Herramienta: Figma para crear prototipos de interfaces de apps financieras o dashboards de inversión de manera colaborativa en la nube. Se orienta cómo usar componentes básicos en Figma para simular la experiencia de usuario. Adicionalmente, se sugiere Prototipado en papel y maquetas rápidas para soluciones de servicio.
- **Testing y feedback temprano:** Preparación de pequeñas pruebas piloto. Los equipos aplican sus MVPs/prototipos con un grupo controlado de usuarios (simulado por compañeros u actores de roles de cliente) en entornos virtuales. Aprenden a recopilar feedback estructurado – tanto cuantitativo como cualitativo – usando encuestas breves en línea y análisis de métricas simples. Se introduce la métrica de aprendizaje validado: cómo medir si la solución está en buen camino o requiere ajustes. Dinámica: sesión presencial tipo “clínica” donde cada equipo presenta su MVP a otro equipo que juega el rol de usuarios/inversionistas y brinda retroalimentación inmediata.
- **Iteración y mejora continua:** Con los datos de la prueba, cada grupo identifica cambios o pivotes necesarios. Se discute la toma de decisión de pivotar o perseverar con la idea actual, según evidencias. Esta práctica inculca la mentalidad de mejora continua y flexibilidad ante el error. Salida clave: Prototipo/MVP probado y un registro de lecciones aprendidas de usuarios. (50% virtual: sesiones sincrónicas en Notion/Figma para co-creación de prototipos; 50% presencial: hackatón de prototipado y clínica de feedback con facilitación experta.)





Módulo 3: Implementación Ágil y Escalable (Scrum & SAFe en acción)

Objetivo del módulo: Capacitar a los participantes en las metodologías ágiles de gestión de proyectos para llevar sus soluciones innovadoras del prototipo a la realidad operativa, incluso en entornos corporativos complejos. En esta etapa de la historia, el “héroe” debe ejecutar la visión: el énfasis está en cómo organizar equipos y procesos de forma flexible y eficiente para entregar valor rápido al cliente, manteniendo la alineación con objetivos estratégicos de la empresa.

- **Mentalidad Ágil y Manifiesto Agile:** Presentación de los valores y principios del Agile Manifesto y cómo contrastan con la gestión tradicional de proyectos. Se analiza por qué la agilidad ha revolucionado la entrega de productos en tecnología y, cada vez más, en servicios financieros. Los participantes reflexionan sobre la importancia de responder al cambio sobre seguir un plan rígido – algo crítico en un entorno financiero regulado pero dinámico. Caso local: cómo un banco mexicano adoptó principios ágiles para acelerar el lanzamiento de mejoras en su banca móvil.
- **Framework Scrum (práctica básica Ágil):** Estudio práctico de Scrum como marco para equipos pequeños. Se explican los roles (Product Owner, Scrum Master, Equipo de desarrollo multifuncional), los eventos (Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Retrospectiva) y los artefactos (Product Backlog, Sprint Backlog, Incremento) adaptados a un proyecto financiero. Actividad: se simula un Sprint de una semana: los equipos definen un backlog de tareas para mejorar su prototipo MVP, asignan prioridades (usando planning poker para estimar esfuerzo) y viven un ciclo acelerado con dailies simuladas de 5 minutos. Al final, hacen un demo del incremento de producto desarrollado y conducen una breve retrospectiva identificando oportunidades de mejora en su proceso. Esta dinámica permite sentir la cadencia Agile en un ambiente seguro.

- **Planeación y ejecución Ágil 2.0:** Técnicas de planificación adaptativa a corto y largo plazo. Se introduce el concepto de roadmap de producto ágil, releases frecuentes y retroalimentación continua. También se cubre la gestión de cambio de alcance mediante re-priorización continua del backlog. Herramienta: Tableros Kanban digitales (Notion, Trello o Jira) para hacer seguimiento transparente de tareas en curso, facilitando la colaboración incluso en remoto. Los participantes configuran un tablero simple para su proyecto, practicando cómo visualizar el flujo de trabajo (To Do / Doing / Done).
- **Equipos auto-organizados y cultura colaborativa:** Discusión sobre liderazgo servicial y cómo empoderar a los equipos ágiles. Los directivos aprenden a crear un entorno donde los equipos se sienten dueños del producto y responsables de los resultados, fomentando la comunicación abierta y la eliminación de silos. Se destacan los beneficios medibles: mayor velocidad de entrega y productividad (casos: reportes de Sprint con mejoras continuas). Se cita que bancos que adoptaron prácticas Lean-Agile a escala han logrado reducir sus tiempos de lanzamiento de productos de meses a días, aumentando la eficiencia y valor al cliente .
- **Scaled Agile Framework (SAFe) y agilidad a escala:** Introducción al marco SAFe para organizaciones grandes. Se explica cómo empresas financieras de nivel global coordinan decenas de equipos ágiles mediante Agile Release Trains, alineando negocio y IT. Conceptos como PI Planning (Planificación de Incremento de Programa), épicas vs. features, y roles adicionales (RTE, Product Manager, etc.) se presentan de forma resumida. Caso de referencia: Experiencia de Standard Bank (África) que con SAFe redujo su time-to-market de 700 a 30 días e incrementó productividad un 50% , demostrando el potencial de la agilidad a escala en sector financiero. Se discuten los factores críticos de éxito para implantar SAFe en una institución mexicana (p. ej., apoyo de alta dirección, adaptación regulatoria).
- **Dinámica de simulación ejecutiva:** Los participantes, actuando como un comité directivo Agile, revisan un Plan de Iteración multi-equipo: evalúan cómo priorizar iniciativas de innovación (por ejemplo, dos proyectos de transformación digital en un banco) usando criterios de valor al cliente y esfuerzo. Esta simulación les da perspectiva de cómo tomar decisiones ágiles de cartera alineadas con la estrategia corporativa, equilibrando run the business vs. change the business. Salida clave: Experiencia práctica en gestión Agile, con entendimiento de cómo escalarla en sus propias organizaciones. (50% virtual: explicación de Scrum/Agile con simulaciones cortas vía videoconferencia; 50% presencial: ejercicios de simulación de Sprint y workshop de PI Planning en grupo).





Módulo 4: Storytelling y Comunicación Estratégica de la Innovación

Objetivo del módulo: Desarrollar en los líderes la capacidad de articular narrativas poderosas en torno a sus iniciativas innovadoras, para convencer e inspirar a distintos públicos (Consejo Directivo, inversionistas, equipos internos, clientes). En esta etapa, la solución ya existe y se probó; ahora el héroe debe “contar la historia” de la transformación para movilizar apoyos y asegurar la adopción. Se combinan técnicas de storytelling clásico, storytelling con datos y comunicación ejecutiva enfocada en el sector financiero.

- **El poder de la narración en negocios:** ¿Por qué no basta con los números al presentar una innovación? Se discute que las personas – incluidos ejecutivos financieros – no conectan emocionalmente con hojas de cálculo, sino con las historias detrás de los proyectos. Mientras muchas instituciones financieras tradicionalmente comunican solo datos y estadísticas, las organizaciones líderes han descubierto el valor de contar las historias humanas ocultas tras esos datos. Por ejemplo, en lugar de decir “otorgamos 10,000 créditos hipotecarios”, es más impactante narrar “la historia de Ana, cuya familia por primera vez adquirió un hogar gracias a ese crédito”. Compartir anécdotas de préstamos que cambian vidas, ahorros que cumplen sueños o seguros que brindan tranquilidad conecta de manera genuina con la audiencia y refuerza el propósito de la innovación financiera.
- **Elementos de una historia memorable:** Se enseña a estructurar mensajes usando un arco narrativo claro (situación inicial, desafío, resolución). Los participantes aprenden a definir protagonistas con los que la audiencia se identifique (el cliente, el empleado o incluso la empresa como héroe colectivo), a describir los obstáculos superados (regulaciones, desafíos

tecnológicos, resistencias culturales) y a pintar la visión de un futuro mejor logrado con la solución innovadora. Se destaca la importancia de detallar escenarios antes y después: por ejemplo, cómo era la experiencia del cliente antes (con sus frustraciones) y cómo luce después gracias a la iniciativa. Esta comparación hace tangible el impacto del proyecto.

- **Storytelling con datos (Data Storytelling):** Dado que en finanzas los datos son abundantes, se entrena a los participantes en combinarlos con narrativa. Se revisan técnicas para simplificar la complejidad, presentando solo métricas esenciales de forma comprensible. Herramientas como visualizaciones efectivas (gráficas en Tableau/PowerBI, infografías) se incorporan para respaldar la historia sin saturar de información. Cada equipo toma los resultados de su MVP piloto (ej. aumento % en satisfacción del cliente, ahorro de tiempo) y los transforma en un mini dashboard narrativo, explicando qué significan esos números para la vida real del cliente y para el negocio.
- **Tipos de historias clave a comunicar:** Se exploran diversas narrativas que un líder innovador debe dominar, adaptadas al sector financiero: la Historia del Valor (cómo la innovación agrega valor al cliente y a la empresa), la Historia del Propósito (cómo conecta con la misión y valores de la institución), la Historia del Cliente (testimonio del usuario beneficiado), la Historia del Equipo (cómo se logró internamente, destacando colaboraciones) e incluso la Historia del Fundador/Innovador (qué motivó el proyecto, visión personal). Los participantes bosquejan al menos dos de estas historias para su proyecto, identificando el mensaje central de cada una.
- **Taller de presentación y feedback:** En la recta final del módulo, cada equipo elabora una presentación ejecutiva o pitch integrando todos los elementos aprendidos: inicia con una anécdota potente, plantea el problema, describe la solución (apoyándose en datos y prototipos), y cierra con una invitación a apoyar/implementar la iniciativa. Se hace énfasis en el tono y lenguaje según la audiencia (no es lo mismo hablar a un comité de riesgos que a un grupo de jóvenes desarrolladores). En una sesión presencial tipo demo day, los equipos presentan su historia en 5 minutos ante un “Consejo” ficticio (compuesto por los instructores y participantes de otros equipos), y reciben feedback detallado sobre claridad, emotividad y persuabilidad del discurso. Esta práctica refuerza la confianza para que los directivos puedan “vender” sus proyectos innovadores dentro de sus organizaciones. (50% virtual: análisis de casos de storytelling financiero exitoso, desarrollo de guiones; 50% presencial: ensayos de presentación con coaching personalizado y el evento de presentaciones finales).



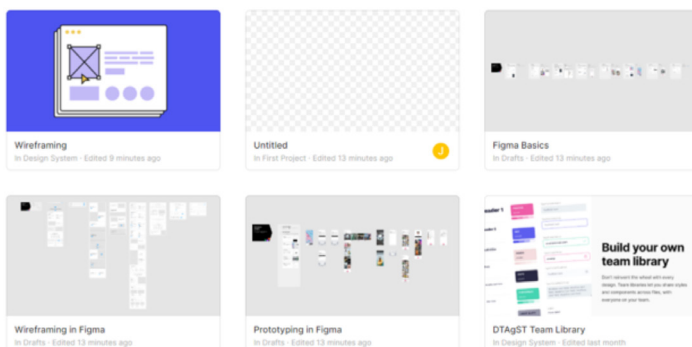
Módulo 5:

Innovación Generativa y Creatividad Exponencial (IA aplicada)

Objetivo del módulo: Explorar las fronteras de la innovación apoyada en tecnologías emergentes, especialmente la Inteligencia Artificial generativa, para amplificar la creatividad humana y acelerar los procesos de diseño de soluciones. En esta última parte, los participantes vislumbran el “futuro” de la historia de innovación: cómo seguir innovando de forma sostenida usando nuevas herramientas y metodologías que potencien la imaginación y la experimentación en el ámbito financiero.

- **Introducción a la IA Generativa:** Explicación de qué es la inteligencia artificial generativa (modelos como GPT-4, DALL-E, Midjourney; etc.) y por qué está transformando la forma de crear productos y servicios. Se revisan ejemplos concretos en finanzas: generación automática de reportes, asistentes virtuales para clientes, análisis predictivo creativo, etc. Se destaca que la IA no reemplaza la intuición humana, sino que amplifica la creatividad y velocidad con la que se pueden iterar ideas .
- **IA en el proceso de Design Thinking:** Se analiza cómo integrar la IA en cada fase de la innovación centrada en el usuario. Empatizar: usar IA para analizar grandes volúmenes de feedback de clientes (por ejemplo, procesar miles de opiniones de usuarios de banca móvil para extraer patrones de necesidades) . Definir: emplear algoritmos para mapear problemas frecuentes. Idear: utilizar herramientas como ChatGPT como “colaborador creativo” que sugiera ideas inesperadas o variantes de solución, o Midjourney para generar visualizaciones rápidas de futuros productos (interfaces, sucursales, tarjetas) a partir de descripciones . Prototipar: asistencia de IA en crear prototipos (ej. generar código básico de una app).

- **Probar:** simulación de escenarios con gemelos digitales. Los participantes discuten ventajas y limitaciones de incorporar IA – se enfatiza que la IA sirve como catalizador, pero la visión y criterio del equipo humano siguen siendo fundamentales para el éxito.
- **Creatividad y pensamiento exponencial:** Más allá de la tecnología, se exponen técnicas avanzadas de creatividad aplicadas a la innovación empresarial. Por ejemplo, Design Fiction (creación de escenarios ficticios futuristas para imaginar servicios financieros de próxima generación), ludificación (gamification) de la innovación para motivar equipos, y metodologías de pensar en soluciones con 10 veces más impacto, no solo 10% de mejora. Se conecta esto con la IA generativa: cómo puede ayudar a generar esos escenarios o ideas radicales rápidamente, desafiando las barreras cognitivas tradicionales del equipo.
- **Herramientas emergentes y demo práctica:** Presentación y prueba guiada de herramientas colaborativas de última generación. Ejemplo: Uso de Notion AI dentro de la plataforma Notion para resumir insights o generar planeaciones iniciales de proyectos innovadores. Midjourney: los participantes ingresan descripciones (prompts) para generar imágenes que representen su visión de producto financiero futuro (ej. “sucursal bancaria virtual en el metaverso atendida por IA”) y analizan los resultados. ChatGPT (OpenAI): se realiza un ejercicio donde los equipos le piden a la IA ideas para mejorar su prototipo o estrategias para escalarlo, evaluando críticamente las sugerencias. Esta actividad hands-on busca desmitificar la IA y mostrar su utilidad práctica como asistente en el proceso creativo y de negocio.
- **Estrategia y ética de la innovación generativa:** Discusión final sobre cómo incorporar estas herramientas en la organización de forma estratégica. Se brindan recomendaciones para que directivos financieros impulsen pilotos de IA en sus áreas (por ejemplo, en análisis de riesgo, servicio al cliente o detección de fraude) de forma alineada a objetivos claros. Asimismo, se tocan consideraciones éticas y regulatorias: sesgos en algoritmos, privacidad de datos financieros, cumplimiento normativo (e.g. Circular Única de Bancos) al implementar soluciones de IA. El objetivo es que los líderes no solo conozcan las posibilidades, sino que puedan preguntar las preguntas correctas y guiar a sus equipos en la adopción responsable de innovación tecnológica.
- **Cierre – Plan de acción personal:** Cada participante formula un plan concreto para aplicar lo aprendido en su rol actual. Identifica una iniciativa en su organización donde empleará Design Thinking + Agile, y evalúa si puede incorporar IA o nuevas herramientas para potenciarla. Comparte este plan en plenario a modo de compromiso público. Finalmente, se hace un cierre inspiracional conectando de nuevo con la visión: los directivos innovadores como narradores del futuro que, con estas metodologías, ayudarán a que el sistema financiero mexicano sea más inclusivo, ágil y centrado en las personas. (50% virtual: introducción teórica a IA generativa y foros de discusión; 50% presencial: laboratorio tecnológico con demo de herramientas y conclusiones grupales.)



¿Para qué clientes estamos generando valor?

Mentimeter

Guardianes de equilibrio en su mayoría. C típico entre 25 a 45 años (por lo general mujeres). Que tengan prendas de oro y alhajas de las cuales se puedan apalancar sin opción a un crédito bancario o par mal historial. (Empeñan mínimo 2 veces al año)

Clientes que requieran financiamiento, que posiblemente no tengan acceso a un crédito formal o quieran una mejor tasa que el sector formal y que tengan bienes para respaldar su financiamiento y que sean responsables para pagar sus compromisos

C+ y C- pero se empieza a incrementar B+ y B-

Clientes que empeñan alhajas, recuperadores. NSE C-, C, C+ & B-. Bancarizado, auto-empleado o negocio propio.

Para clientes con necesidades financiera no resueltas en la banca tradicional

Con tic AutoDependientes Eco

Cualquier persona...



METODOLOGÍA Y FORMATO DEL CURSO

Este programa se imparte en modalidad blended learning (mixta), combinando la conveniencia de lo virtual con la riqueza experiencial de lo presencial, en una proporción 50/50. A lo largo de 30 horas totales de capacitación (p. ej., 8 semanas), se alternan sesiones virtuales en vivo vía plataforma de videoconferencia y espacios colaborativos online – con talleres presenciales intensivos en aula (idealmente en la Ciudad de México, sede de RiskMathics). Las sesiones virtuales están diseñadas para maximizar la interacción: los participantes trabajan en equipo en documentos compartidos (Notion, Google Drive), pizarras digitales (Miro) y prototipado UI/UX (Figma), de tal forma que la distancia no sea obstáculo para la co-creación. Por su parte, las sesiones presenciales aprovechan dinámicas grupales, juegos de rol, simulaciones y networking, aspectos difíciles de replicar al 100% en remoto. Esta combinación busca lo mejor de ambos mundos, reconociendo que ni la pura virtualidad ni la formación tradicional pasiva son suficientes: estudios recientes evidencian que dejar la formación únicamente “en manos de pantallas” limita el aprendizaje, y que la guía del facilitador en persona sigue siendo crucial.

La metodología didáctica se centra en el aprendizaje activo y experiencial. Cada módulo aplica inmediatamente los conceptos en ejercicios prácticos (“learn by doing”), situando a los participantes en retos simulados muy cercanos a la realidad de las instituciones financieras mexicanas. En vez de largas cátedras magistrales, se utilizan técnicas dinámicas: discusión de casos, workshops de co-diseño, retrospectivas tipo Scrum, etc. Diversas estrategias de innovación educativa se entrelazan para mantener alto el compromiso: gamificación, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje colaborativo e incluso elementos de storytelling en la propia enseñanza (el curso narra una historia en cinco actos, como se describió, haciendo que el contenido sea más memorable y coherente). Esta narrativa pedagógica centrada en el usuario (es decir, en el participante como héroe de su proceso de aprendizaje) facilita que se identifique con los desafíos presentados y se motive a superarlos, reforzando la transferencia de lo aprendido a su contexto profesional.

Otro pilar de la metodología es el uso intensivo de herramientas y tecnologías actuales. El curso incorpora plataformas de colaboración remota reconocidas por su eficacia en entornos corporativos: Notion para la organización de información y seguimiento de proyectos del curso, Figma para el diseño de prototipos interactivos, Miro para mapas de empatía y lluvias de ideas visuales, Trello/Jira para tableros ágiles, entre otras. Esto no solo enriquece la experiencia de aprendizaje, sino que familiariza a los directivos con herramientas que luego pueden adoptar en sus propias organizaciones para impulsar la transformación digital. Como parte del contenido actualizado, se incluyen demostraciones de Inteligencia Artificial generativa aplicada (p. ej., asistentes como ChatGPT integrados en flujos de trabajo), reflejando las tendencias tecnológicas que ya están impactando el sector financiero. Así, los participantes no solo hablan de innovación, sino que la practican con las mismas herramientas que están redefiniendo la forma de trabajar en el mundo real .

En resumen, el curso “Innovación Ágil y Narrativa en Finanzas” de RiskMathics ofrece una propuesta curricular profundamente renovada, pensada para inspirar y empoderar a la alta dirección financiera de México. Alineado con las mejores prácticas globales de innovación y con las necesidades específicas de nuestro entorno regulatorio y de mercado, este taller equilibra estrategia y operación, creatividad y análisis de datos, tecnología y humanismo. Al concluir, los participantes habrán vivido un recorrido transformador que se reflejará en su manera de liderar: estarán equipados para convertir la innovación en parte de su ADN organizacional, con la agilidad para iterar rápido, la empatía para poner al cliente primero, la narrativa para construir visiones compartidas y la capacidad de aprovechar las herramientas más avanzadas para materializar el futuro de los servicios financieros mexicano.





Faculty



JORGE PÉREZ COLÍN

SOCIO DIRECTOR
BUSINESS DATA SCIENTISTS

Economista, tecnólogo, catedrático y conferencista centrado en ayudar a empresas a abordar y resolver preguntas de negocio a través de Analítica Avanzada e Inteligencia Artificial.

A lo largo de su carrera ha ocupado importantes puestos como Director de Analytics para Accenture de 2015 hasta 2019; y como Partner de IBM México liderando el área de Cognitive Business Decision (CBDS).

Asimismo, durante 13 años se desempeñó como CIO en el IPADE y como profesor de Entorno Económico.

Actualmente es socio director de Business Data Scientists, la primera firma en México (2009) dedicada por completo a ayudar a las empresas regionales a mejorar sus procesos de decisión basados en datos utilizando Analítica Avanzada y Big Data. Además, continúa participando en la escuela de negocios IPADE como profesor visitante y en el ITAM como profesor en la maestría de Ciencia de Datos.

CALENDARIO 2025

Noviembre

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Diciembre

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

 Presencial

CURSO PRESENCIAL:

Costo:

\$60,000.00 MXP + IVA (16%)

\$3,080 USD + TAX (16%)

Duración: 10 Clases (30 Horas)

***Horario:** 6:00 p.m a 9:00 p.m

Hora de la Ciudad de México

*Por favor, use el [Reloj Mundial](#) para convertir el horario a su hora local.

SEDE: Piso 51 de Torre Mayor

Av. Paseo de la Reforma 505, Cuauhtémoc, CDMX

REQUISITOS

- Formación Económico-Administrativa y/o Financiera.
- Bases sólidas de Matemáticas Financieras.
- De preferencia trabajar o haber trabajado en instituciones del medio financiero.



Síguenos en
RiskMathicsFI



Políticas del Servicio en caso de Recalendarización o Cancelación de Programas, Cambios en Fechas, Sedes y demás causas de fuerza mayor:

Es política de RiskMathics Financial Institute evitar en medida de lo posible y dentro de los estándares de la Industria Educativa cambios en fechas, sedes, expositores, horarios y de cualquiera otra índole, de cualquier programa, sin embargo; tendrá la facultad de realizar dichos cambios en el o los momentos que sean estrictamente necesarios.

En caso de que el participante se encuentre inscrito en un programa y se realice cambio alguno de los detalles antes mencionados, se le notificará con el mayor tiempo de anticipación posible, previo a la fecha en que se requiera realizar alguna modificación.

Si el participante no pudiera asistir al curso por cualquier motivo, podrá comunicarlo directamente a RiskMathics Financial Institute hasta una semana antes del inicio del programa y podrá intercambiar el mismo por otro de su elección dentro del mismo rango de costo del programa al que se encontraba inscrito originalmente, o bien, podrá ceder su lugar, previamente liquidado, a otra persona que el mismo designe sin cargos adicionales.

En caso de que el participante no asista y no haya dado aviso dentro del lapso estipulado, perderá su lugar y no habrá reembolso ni devolución alguna.