

A person is shown from the chest up, wearing a VR headset. The headset has a red and blue lens area. The background is a vibrant, abstract composition of overlapping translucent shapes in red, blue, and green, creating a futuristic and digital atmosphere. The person's face is partially visible, looking forward.

# Nuevas oportunidad para el Marketing Digital en Metaversos

Qué son? cuáles son? y qué oportunidades hay para el MKT Digital

André Cavero  
Director Asociado de Canales  
Digitales en Yanbal

# Algunos de los puntos claves

que cubriremos en esta sesión



**01** ¿Qué son los Metaversos?

---

**02** Tipos de Metaversos: una mirada actual

---

**03** El Marketing Digital en la era de la Web 3.0

---

**04** Podemos predecir el futuro?

**Reemplaza la palabra  
"Metaverso" por  
"Ciberespacio". El 90% de  
las veces, el significado no  
cambiará sustancialmente.**

*Wired.com*

# METAVERSO

Neal Stephenson - Snow Crash (1994)

Si nuestra experiencia actual en internet es bidimensional, entonces el Metaverso es 3D.

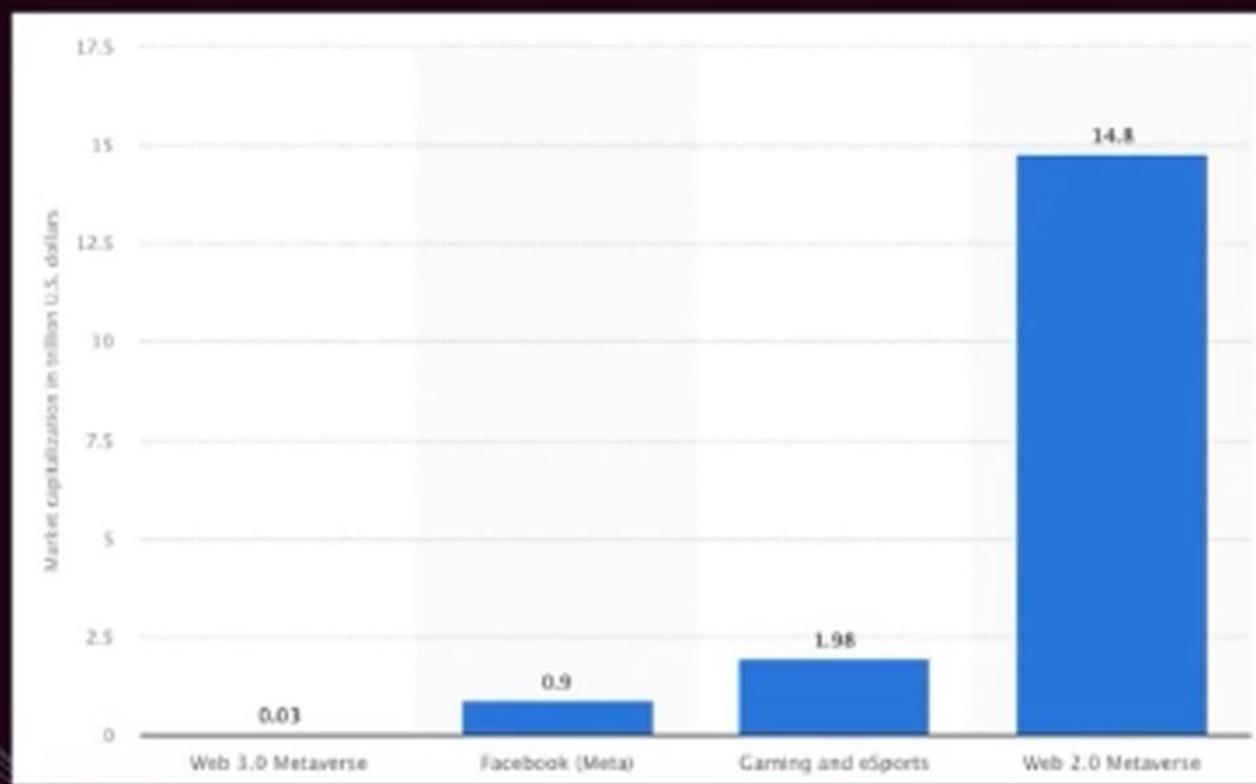
Es una experiencia inmersiva que podría darse vía AR, VR o por fuera, algo similar a lo que vemos hoy con Fortnite o Roblox y sus opciones multidispositivo.



Además nos permite crear una economía digital paralela donde los usuarios pueden crear, comprar y vender bienes. Y, en las visiones más idealistas del Metaverso, es interoperable.



¿Lo sabías?



De acuerdo con Statista, a Octubre 2021, la capitalización de mercado de las compañías del Metaverso, **superan ampliamente** a gigantes como Facebook e incluso a toda la industria del Gaming y los eSports.



# Y cuáles son los principales Metaversos?

Entremos a conocer a los principales jugadores

Se acuerdan de...

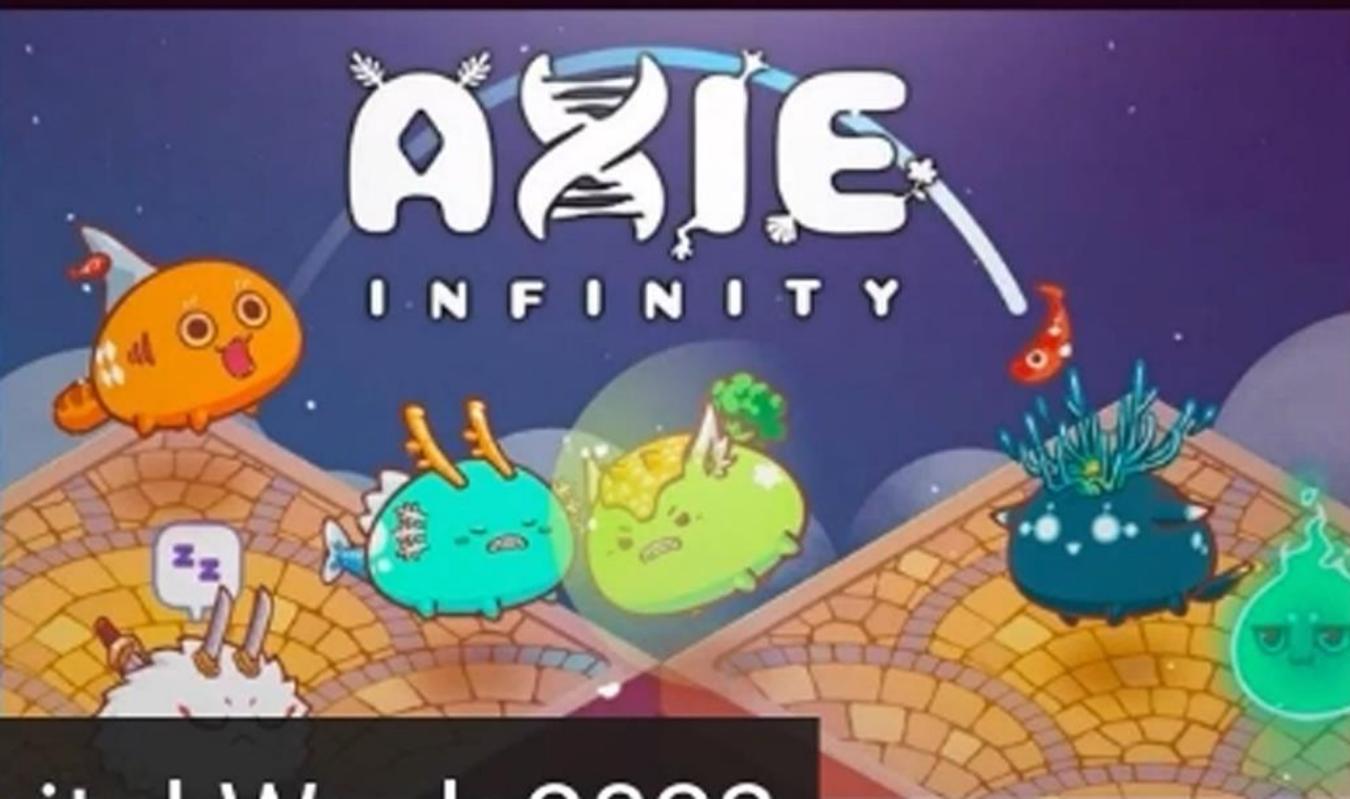
# Second Life



Similar a The Sims, fue uno de los primeros universos que permitía tener una experiencia de interacción entre sus usuarios.

Comunidad Virtual lanzada en junio de 2003, desarrollado por Linden Lab, al que se puede acceder gratuitamente desde Internet. Sus usuarios, conocidos como "residentes", pueden acceder a SL mediante el uso de uno de los múltiples programas de interfaz llamados viewers (visores), los cuales les permiten interactuar entre ellos mediante un avatar.

# Axie Infinity (AXS)



Similar a Pokémon en términos de modo de juego, Axie Infinity se basa en Ethereum (blockchain).

Es un juego en línea NFT en el que los jugadores luchan, intercambian su token de gobierno llamado AXS en un modelo de play2earn. Los usuarios pueden canjear sus recompensas e intercambiar sus activos ganados fuera de la plataforma en tiempo real.

A partir de agosto de 2021, hay aproximadamente 1 millón de jugadores en la plataforma diariamente. En términos de ingresos, las ganancias del juego aumentaron a la asombrosa cantidad de \$ 364 millones, solo superada por Ethereum en la tabla de ingresos de protocolo más alta.

# Decentraland (MANA)



Decentraland permite a los usuarios acceder a bienes inmuebles virtuales para comprarlos y venderlos en un mundo virtual.

También construida sobre Ethereum, sus usuarios lo gobiernan a través de una DAO (Organismo Autónomo Descentralizado) y utilizan tres tokens, \$LAND, \$ESTATE y \$MANA, que sirven como moneda principal y están actualmente asociados con Decentraland como sus tokens nativos. \$ESTATE representa parcelas de tierra digitales fusionadas, \$LAND sigue siendo la parcela real para la tierra digital y \$MANA sigue aumentando entre todas las criptomonedas del metaverso.

# Enjin (ENJ)



Enjin permite a los usuarios chatear, jugar y crear coleccionables virtuales.

En términos de capitalización de mercado, \$ENJ ocupa el tercer lugar solo detrás de \$MANA y \$AXS entre todos los tokens criptográficos del metaverso.

A través de la integración con los kits de desarrollo de software (SDK) de Enjin, los usuarios pueden crear activos digitales, juegos y aplicaciones e integrarlos a través de la red Ethereum. Estos juegos y aplicaciones están tokenizados. Lo que esto significa es que cuando los usuarios desbloquean un elemento, no solo se pueden usar en el juego, sino que también se pueden intercambiar, lo que permite a los usuarios ganar \$ ENJ.

# The Sandbox (SAND)



SAND es la moneda nativa de The Sandbox, está respaldado por Softbank, uno de los mayores inversores del mundo.

Sandbox permite a los usuarios comprar y vender, así como apostar NFT, incluido LAND, y obtener recompensas.

Al igual que otras monedas que se ejecutan en Ethereum, los gas fees siguen siendo una gran desventaja. Sin embargo, **\$SAND** ayuda en todas las transacciones que son partes integrales de su juego.

Grandes marcas se han sumado en esta Metaverso como: The Smurfs, Atari, Snoop Dog, TWD, Adidas y más.

# Top 10 en Crypto tokens

USD Metaverse Filter

#	Coin	Price	1h	24h	7d	24h Volume	Mkt Cap	Last 7 Days
☆ 36	 Axie Infinity AXS <span>Buy</span>	\$72.81	0.6%	-4.1%	-8.1%	\$235,771,891	\$5,072,268,693	
★ 38	 The Sandbox SAND <span>Buy</span>	\$4.88	0.6%	-2.7%	-7.1%	\$915,101,771	\$4,471,219,397	
★ 66	 Decentraland MANA <span>Buy</span>	\$2.92	0.4%	-2.3%	-14.4%	\$433,988,286	\$3,827,120,613	
☆ 64	 Enjin Coin ENJ <span>Buy</span>	\$2.41	0.3%	-2.4%	-6.8%	\$210,168,218	\$2,224,279,174	
☆ 89	 DeFi Kingdoms JEWEL <span>Buy</span>	\$20.59	-1.7%	1.9%	-0.6%	\$38,271,169	\$1,194,412,716	
☆ 170	 Render Token RNDR <span>Buy</span>	\$3.48	0.6%	-8.6%	-16.6%	\$42,902,600	\$631,723,856	
☆ 173	 Illuvium ILV	\$815.49	0.5%	-2.5%	-6.4%	\$21,636,643	\$612,752,359	
☆ 201	 Mobox MBOX	\$3.89	1.0%	-2.1%	-13.9%	\$39,671,539	\$402,301,281	
★ 202	 UFO Gaming UFO	\$0.00001585	-0.1%	-9.6%	-16.7%	\$5,438,031	\$400,070,267	
☆ 203	 Yield Guild Games YGG	\$4.57	0.9%	-2.7%	-4.7%	\$42,256,136	\$399,036,863	

[/categories/metaverse](#)



# Y cómo se integra el MKT Digital en todo esto?

**Estudios, agencias y empresas DEBEN estar atentas para poder surfear esta ola de la manera correcta**

Asi poder capitalizar los mercados que van emergiendo dentro de estos universos virtuales



## Realidad Aumentada

Por ejemplo, probarse una pieza de ropa o unos zapatos para saber cómo le quedarán en la vida real. Esta tecnología podrá utilizarse por las marcas para promocionar ciertos productos.



## Realidad Virtual

Se puede implementar en los Metaversos para el desarrollo de productos, pero también para la venta de versiones digitales de productos o servicios físicos.



## Tiendas Virtuales

Los usuarios las podrán visitar de forma realista, como personajes del Metaverso. En este sentido, se podrán implementar dinámicas como las de ventanas emergentes, que permitirán establecer contactos, publicitar o vender sus productos y servicios a otros usuarios.



## Branding

*(imagen de marca)*

Buscando participación temprana como el caso de Adidas, que compró una parcela de tierra en The Sandbox y se ha asociado con marcas NFT como Bored Ape Yatch Club para crear productos digitales en forma de NFT.



## Eventos Virtuales

Aprovechando el espacio infinito donde podremos tener reuniones de trabajo, pero también divertirnos como los ejemplos que ya hemos tenido de Lil NAS X en Roblox o Travis Scott en Fortnite.



## Content y experiencias

Se abre un abanico INFINITO de posibilidades (y blockchains) para crear nuevo y mejor contenido pensado en estos nuevos entornos así que como la generación de todo tipo de experiencias virtuales que nos permitan acercarnos al consumidor.

# Qué nos deparará el futuro?



## Nuevas oportunidades

Una segunda capa para poder  
posicionar nuestras marcas



## Nuevas tecnologías

Aprender día de día, ya que esto  
es solo el inicio



## Probar, probar y probar

A lanzarse a la piscina y descubrir  
las nuevas oportunidades de  
negocio y capitalización.



**¡Gracias!**



GLOBAL INSTITUTE FOR  
DIGITAL COMPETITIVENESS

**TECNOLOGÍAS PARA AUMENTAR LA EFICIENCIA**



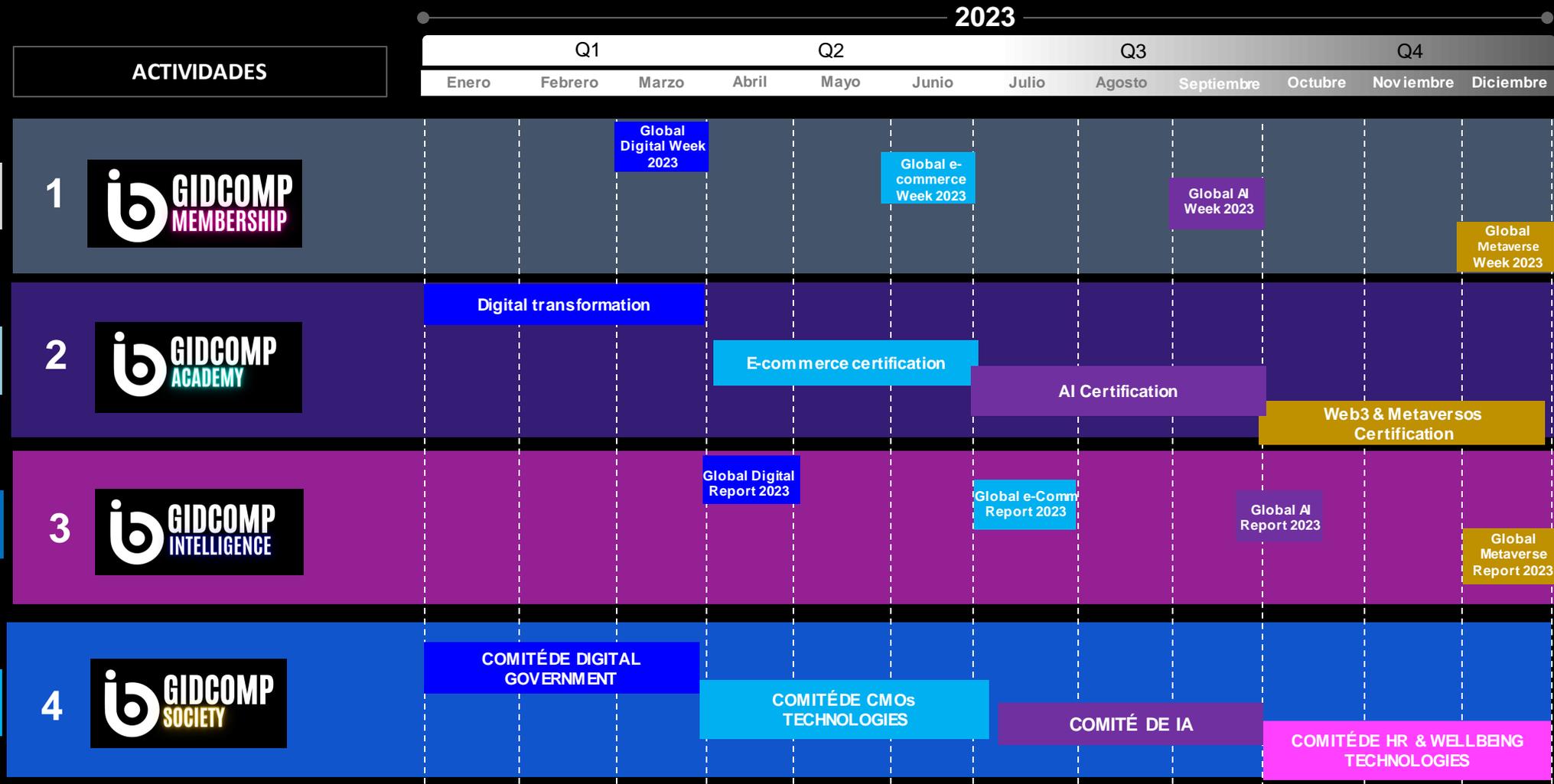
# Un Centro de investigación internacional con un solo objetivo, **Generar valor con tecnología.**

A través de 5 diferentes tácticas específicas:

- 1 **Difundir y promover el uso de tecnologías** para aumentar la eficiencia de las organizaciones sin importar su ubicación geográfica.
- 2 **Conectar a las organizaciones y ejecutivos para generar más valor**, vender más en un mundo **omnicanal** y geopolíticamente fragmentado.
- 3 Trabajar en conjunto con las **autoridades e instituciones** para **quitar las barreras a las tecnologías y al comercio**.
- 4 **Acercar expertos, conocimientos y casos** a comunidades o regiones con poco acceso al conocimiento tecnológico y digitalización para hacer inclusivas las oportunidades.
- 5 **Establecer Comités por tipo de tecnología** para compartir usos, aplicaciones, así como grupos que quieran interactuar, colaborar y probar nuevas aplicaciones en el campo práctico.



# Calendario GIDCOMP 2023



El GIDCOMP con su propósito de contribuir a reducir la brecha digital global realiza diversos festivales internacionales invitando a líderes Senior a compartir e inspirar a que las personas creen valor y generen experiencias en el Web 3.0 con las nuevas tecnologías

1

# GIDCOMP Immersive Festivals

# Festivales inmersivos gratuitos por streaming en español e inglés

## GLOBAL DIGITAL WEEK 2023

Ver expertos internacionales

- Día 1. Ciudades inteligentes
- Día 2. Políticas públicas
- Día 3. e-Commerce
- Día 4. Negocios disruptivos
- Día 5. Tecnologías del bienestar

**Marzo 27 al 31**

## GLOBAL E-COMMERCE WEEK 2023

Ver expertos internacionales

- Día 1. Marketplaces
- Día 2. Digital Commerce
- Día 3. Omnicanalidad
- Día 4. Metacommerce
- Día 5. Customer Experience

**Jun 26 al 30**

## GLOBAL AI WEEK 2023

Ver expertos internacionales

- Día 1. Robotica & AI
- Día 2. IOT
- Día 3. Automatización
- Día 4. AI Performance
- Día 5. Machine Learning

**Sept 11 al 15**

## GLOBAL METAVERSE WEEK 2023

Ver expertos internacionales

- Día 1. Tecnologías inmersivas
- Día 2. Omnicanalidad
- Día 3. NFTs y Blockchain
- Día 4. 3D y Web 3.0
- Día 5. Inteligencia Artificial

**Diciembre 4 al 8**

# 1

## **i** GIDCOMP MEMBERSHIP

[www.gidcomp.online](http://www.gidcomp.online)

+300 Replays:

Mantén al día de las tendencias tecnológicas a los líderes de tu marca.

Repeticiones Global Digital Week 2022-2023

Repeticiones Global Metaverse Week 2022-2023

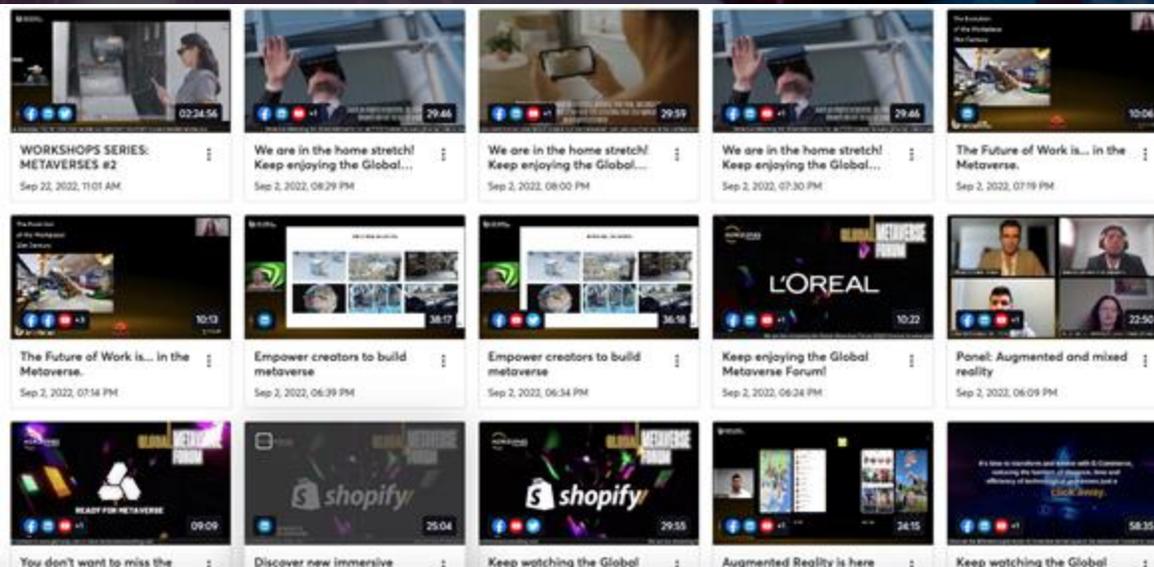
Repeticiones Global e-Commerce Week -2023

Repeticiones Global AI Week 2022-2023

Marketplace de proveedores de tecnología.

No pierdas la oportunidad de estar en contacto con los líderes de grandes empresas y organizaciones. ¡Contacta con las marcas líderes!

Los comités vía las marcas integrantes de los mismos emitirán de manera continua los avances y tendencias de cara a seguir mostrando las nuevas aplicaciones al público en general y al mismo tiempo robusteciendo el banco de conocimiento digital para los afiliados, que actualmente cuenta con más de 300 conferencias, MásterClases, MooCs, con más de 200 horas continuas de contenido.





La División de Academy busca acercar a los expertos internacionales en práctica para que compartan su óptica pragmática y de ejecución táctica en las empresas líderes globales.

La misión principal es que los ejecutivos desarrollen los skills en práctica de cara a aumentar la eficiencia y ventas de las marcas.

2



# GIDCOMP ACADEMY AYUDA A LOS PROFESIONALES A SER MÁS COMPETITIVOS

## CERTIFICACIÓN EN: TRANSFORMACION DIGITAL

La **certificación transformación digital** busca ayudar a los tomadores de decisiones a la digitalización de los negocios. Con la finalidad de poder desarrollar habilidades para agregar valor y diferenciación a través de la innovación en las marcas.

[Ver temario](#)

### PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO:

#### Inicio

14 DE ENERO 2024

#### Cierre de admisiones

15 DE DICIEMBRE 2023

## CERTIFICACIÓN EN: E-COMMERCE Y OMNICHANALIDAD

La **certificación en e-commerce & Omnichanalidad** busca ayudar a los tomadores de decisiones a la digitalización de los negocios. Con la finalidad de poder desarrollar habilidades para agregar valor y diferenciación a través de la innovación en las marcas.

[Ver temario](#)

### PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO:

#### Inicio

16 DE ABRIL

#### Cierre de admisiones

20 DE MARZO

## CERTIFICACIÓN EN IA APLICADA AL MARKETING Y NEGOCIOS

La certificación en IA para áreas de marketing y ventas busca ayudar a los tomadores de decisiones a maximizar los resultados, optimizar los presupuestos, predecir el comportamiento del cliente, estudiar, definir y segmentar a los usuarios, predecir audiencias y mejorar la eficiencia operativa.

[Ver temario](#)

### PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO:

#### Inicio

03 DE AGOSTO

#### Cierre de admisiones

20 DE JULIO

## CERTIFICACIÓN EN: WEB 3 Y METAVERSOS

Esta certificación busca brindar las herramientas para que los ejecutivos lleven a sus organizaciones a la web3 y los metaversos. Las tecnologías inmersivas permitirán experiencias superiores tanto a nivel retail con realidad aumentada y mixta como en la web3 con tiendas virtuales y metaversos especializados.

[Ver temario](#)

### PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO:

#### Inicio

01 DE OCTUBRE

#### Cierre de admisiones

30 DE SEPTIEMBRE

3



Investigación, prototipos, pruebas,  
reportes y Laboratorio Digital

**Global Metaverse  
Report 2022**

Release para Noviembre de 2022

**Global Digital  
Report 2023**

Release para Febrero de 2023

**Meta  
Commerce 2023**  
Release para Junio de 2023

**Polos digitales  
2023**  
Release para noviembre de 2023

**POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS**

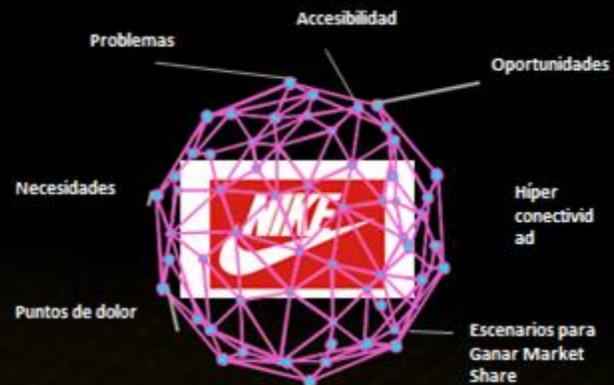
1. [CONEXIÓN CON CONSUMIDORES](#) - ESTEFANÍA YAGÜEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
1. [MARKETING Y BRANDING](#) – FERNANDO CANO, MANAGING DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

**COMERCIO OMNISCANAL**

1. [TIENDAS VIRTUALES](#) – JONATHAN MÁSMELA, CEO DE LA COLONIA
1. [VENTAS EN METAVERSOS](#) – THORSTEN WALTHER, CEO DE INSPIFY

**METAVERSOS MASIVOS**

1. [GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES](#), DANIELLE MCCONNELL, CMO DE VIRTWAY
1. [METAVERSOS ESPECIALIZADOS](#), SORAYA CADALSO, CEO DE UTOPION



**Market fit. Corto plazo**

- Incorporar aplicativos tecnológicos
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

**Market fit. Mediano plazo**

- Ser los primeros en incorporar tecnologías
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

**Current Portfolio**

1. Tenis
2. Ropa
3. Accesorios

**Portfolio Adaptado (a mediano plazo)**

1. NIKELAND
2. Ropa con aplicativos tecnológicos.
3. Accesorios monitoreo.

Ejemplo: NIKE de Unidades de negocio no exhaustivo.

# Diagnósticos de adopción tecnológica

# Razones para afiliarse al **GIDCOMP**:

4



- 1 Para recibir **información de Business Intelligence y tendencias de Tecnología**
- 2 Para **aprovechar la tecnología** ya existente (leap Frog)
- 3 Para generar **networking / comunidad**
- 4 Para tener **visibilidad** de las aplicaciones en el **uso de tecnologías**
- 5 Para informarme y estar al tanto de las **últimas noticias**
- 6 Para recibir **apoyo o consultoría**
- 7 Para **capacitar** a mi equipo ante los nuevos retos del mercado
- 8 Para generar **relación con Autoridades**
- 9 Acceso a **+300 Expertos de más de 52 países** y presentaciones de sus modelos en nuestros festivales

# Acompañados de líderes internacionales seniors que dirigen los comités

Smart Cities, Sustentabilidad & Industria 4.0, Public Policy, e-government & Ciberseguridad

Blockchain y NFT. Economía Digital, Inteligencia Artificial

Data Science & Big data, RH & Well-being Technologies, Education Technology

Metaversos, Tecnologías inmersivas (RA, 3D, RM, RV), Experiencias Omnicanal & Digital Commerce

Empresas sociales, Sostenibilidad, Negocios Digitales sociales, Responsabilidad social

Gobiernos, Organismos Int.

CTOs, CDOs, CIOs

CRHOs, COOs, CHOs.

CEOs, CMOs, CSOs.

CSR, ONGs,

Macro

Aplicación de tecnologías

Micro

## Los afiliados vivirán una experiencia internacional Figital

Las reuniones se llevan a cabo cada semana de la siguiente manera: Ej. Comité de Metaversos

Canal	Horas	Asistentes	Ciudad	Anfitriona físico
Metaverso	1.5 horas	10		
Físico	30 mins	4	CDMX	Sura
		2	Bogotá	Coats
		4	Madrid	Let me Park

### OBJETIVOS ANUALES DE LOS COMITÉS:

- ❖ Publicar tendencias por tecnología.
- ❖ Colaboraciones con medios.
- ❖ Working papers.
- ❖ Video Casos y documentales.
- ❖ Networking internacional.
- ❖ Coordinación de Roadshows.
- ❖ Apoyo a asociaciones, organismos internacionales, gobiernos, cámaras, universidades con el banco de conocimiento digital y red de expertos global
- ❖ Reconocimiento a ejecutivos y exposición de marcas que colaboran en la integración de conocimiento.

Actividades de responsabilidad social de acceso al público, vía streaming y plataformas tecnológicas con marcas co-organizadoras.

# VICE PRESIDENTES DIGITAL GOVERNMENT

## Comité 1

### Objetivo:

El comité de Digital Government del GIDCOMP tiene como propósito compartir mejores prácticas, analizar tendencias, crear artículos y reportajes ante distintos stakeholders.

### Temáticas tecnológicas:

#### 1. SOSTENIBILIDAD



#### 2. SMART CITIES



#### 3. FINTECH



#### 4. CIBERSEGURIDAD



**ROBERTO HERNÁNDEZ**  
FORMER CEO LATAM OCDE  
PUBLIC POLICY GIDCOMP VP



**HÉCTOR CARDENAS**  
CEO THE ERGO GROUP  
E-GOVERNMENT COMMITTEE VP



**JUAN CARLOS REYES**  
CEO ANTI FRAUDE  
CIBERSECURITY GIDCOMP VP



**ANA SOFÍA RÍOS ARTIGAS**  
CHEVEZ PARTNER  
LEGAL TECH GIDCOMP VP



**ERIKA PIIRMETS**  
HEAD E-STONIA  
E-GOVERNMENT GIDCOMP VP



**LUIS GODOY**  
FORMER CEO DE INTELIGENCIA  
ECO GLOBAL  
PUBLIC POLICY GIDCOMP VP

# VICE PRESIDENTS

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE & DISRUPTIVE TECHNOLOGIES

### Comité 2

#### Objetivo:

El comité de Artificial Intelligence & Disruptive Technologies del GIDCOMP tiene como propósito compartir mejores prácticas, analizar tendencias, crear artículos y reportajes ante distintos stakeholders.

#### Temáticas tecnológicas:

**1. ROBÓTICA & AI**

**2. IIoT**

**3. MACHINE LEARNING**

**4. AUTOMATIZACIÓN**

**5. AI PERFORMANCE**

**6. AI EN INDUSTRIAS**



**FERNANDO CARRIO**  
O2O MARKETING EXECUTIVE  
AI GIDCOMP VP



**MIRIAM ESPICHÁN**  
ANALISTA DE MARKETING & CONTENIDOS  
DISRUPTIVE TECHNOLOGIES GIDCOMP VP



**MARISOL CAPETILLO**  
CEO OF VERSE TECHNOLOGY  
INDUSTRY 4.0 GIDCOMP VP



**RITA ARRIGO**  
STRATEGY ENGAGEMENT MANAGER  
PROYECTOS TRIPLE HÉLICE DE AI GIDCOMP VP



**ARIADNA HERNANDEZ**  
BUAP RESEARCHER  
FINTECH GIDCOMP VP



**RAMÓN MARTÍNEZ**  
COE DE HIRXLAB  
TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS GIDCOMP VP

# VICE PRESIDENTES

## HR & WELLBEING TECHNOLOGIES

Comité 3

### Objetivo:

El comité de HR & Wellbeing Technologies del GIDCOMP tiene como propósito compartir mejores prácticas, analizar tendencias, crear artículos y reportajes ante distintos stakeholders.

### Temáticas tecnológicas:

- 1. HR AGILE
- 2. PEOPLE ANALYTICS
- 3. WELLBEING TECHNOLOGIES
- 4. FOW 2050
- 5. TECH TRAINING
- 6. EMPLOYEE CX



CHG

**MONTSERRAT CAZORLA**  
**GLOBAL LEAD ATTRACTION & RETENTION**  
**CHG-MERIDIAN**  
**HR TECHNOLOGY GIDCOMP VP**



**SUSANA NILA**  
**FUTURE EMPLOYABILITY EXPERT**  
**FWO 2050 GIDCOMP VP**



**JULIÁN VARAS**  
**CEO OF C1D01**  
**ED TECH GIDCOMP VP**



**TOMÁS VARGAS**  
**RESEARCHER AT UNIVERSITY OF COSTA RICA**  
**PEOPLE INTELLIGENCE GIDCOMP VP**



**EMILIO SERRA**  
**DATA & ANALYTICS ONE SR. MANAGER DANONE**  
**BIG DATA & DATA SCIENCE GIDCOMP VP**

# VICE PRESIDENTES DIGITAL COMMERCE

## Comité 4

### Objetivo:

El comité de Digital Commerce del GIDCOMP tiene como propósito compartir mejores prácticas, analizar tendencias, crear artículos y reportajes ante distintos stakeholders.

### Temáticas tecnológicas:



FERNANDO CANO  
METAVERSE GENERAL DIRECTOR  
GRUPO HAVAS MEDIA  
BRAND & METAVERSE GIDCOMP VP



JENIFER SAMANIEGO  
HEAD CLUB DE REALIDAD VIRTUAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE LOJA  
REALIDAD VIRTUAL GIDCOMP VP



RANDY CRUZ  
CITI MANAGER RAPPÍ  
DIGITAL COMMERCE GIDCOMP VP



ELADIO GONZÁLEZ  
EDITORIAL DIRECTOR AT FORBES  
CENTRAL AMERICA  
DIGITAL MEDIA GIDCOMP VP

# VICE PRESIDENTES ONGs & RSC

Comité 5

## Objetivo:

El comité de ONGs & RSC del GIDCOMP tiene como propósito compartir mejores prácticas, analizar tendencias, crear artículos y reportajes ante distos stakeholders.

## Temáticas tecnológicas:



The infographic features a central logo for the 'Comité de ONGs & RSC' with the text 'GLOBAL INSTITUTE FOR DIGITAL COMPETITIVENESS' below it. To the right, four numbered boxes represent the technological themes:

- 1. FORTALECIMIENTO DE ONGS: Accompanied by an image of a person in a suit with a lightbulb icon.
- 2. LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMATICO: Accompanied by an image of a tree in a field under a cloudy sky.
- 3. ACCESO A LA EDUCACIÓN DIGITAL: Accompanied by an image of a hand holding a tablet with various digital icons.
- 4. ADICCIÓN A LA TECNOLOGÍA: Accompanied by an image of a hand holding a smartphone.



**KELLY DUQUE**  
**DIRECTORA DE PROYECTOS Y  
RELACIONES PÚBLICAS**  
ONGs & CSR GIDCOMP VP



**MILAGROS OREJA**  
**DIRECTORA DE SOKA**  
ONGs & EMPRESAS DE IMPACTO  
SOCIAL GIDCOMP VP



**JOSÉ QUESADA**  
**FUNDADOR WORLD COMPLIANCE  
FORUM**  
TECH & COMPLIANCE GIDCOMP VP



**MONICA LÓPEZ**  
**CO-RESPONSABLE DE MARKETING  
EN HP**  
MEJORES PRÁCTICAS DE RSC  
GIDCOMP VP

# EVENTOS GIDCOMP JULIO 2023

**3 al 7 de julio**

**Nomadas Digitales**  
04 de julio

Comité de RH Technologies

**10 al 14 de julio**

HR Agile  
11 de julio

Comité de RH Technologies

**17 al 21 de julio**

Salesforce Training  
18 de julio

Comité de RH Technologies

**24 al 28 de julio**

HR Trends  
25 de julio

Comité de RH Technologies

AI en Retail  
06 de julio

Comité de AI

AI en Servicios financieros  
13 de julio

Workshop de ONG & RSC

AI con **Salesforce** Marketing  
19 de julio

Comité de AI

AI en el Sector público  
20 de julio

Comité de AI

Acceso a financiamiento para ONGs  
07 de julio

Comité de ONG & RSC

Lucha contra el cambio climático  
14 de julio

Comité de ONG & RSC

**CLUB 30**  
Retos y oportunidades digitales para los Mercados de habla hispana.  
20 de julio

VPs & Speakers GIDCOMP (Experiencia gastronómica)

Programa de **HP** para empoderamiento de mujeres y tecnología  
28 de julio

Comité de ONG & RSC

□ Sesiones del Comité de ONGs & RSC

□ Sesiones del Comité de HR Technologies

□ Sesiones del Comité de AI

□ Workshops de AI aplicada a Marketing y ventas

□ Eventos, networking y ruedas de negocio



	GIDCOMP FREE	GIDCOMP MEMBERSHIP	GIDCOMP SOCIETY
<b>TENDENCIAS DE TECNOLOGÍA</b>			
Newsletter casos de tecnología	x	x	x
Cápsulas de tecnología	x	x	x
Versión corta de los estudios	x	x	x
<b>CASOS E IMPEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA</b>			
Accesos y networking online en vivo de los festivales internacionales GDW y GMW		x	x
Full Access al evento Replays & Presentaciones del Global Digital Week 2023		x	x
Full Access al evento Replays & Presentaciones del Global e-Commerce Week 2023		x	x
Full Access al evento Replays & Presentaciones del Global AI Week 2023		x	x
Full Access al evento Replays & Presentaciones del Global Metaverse Week 2023		x	x
Reporte semanal de Tendencias de tecnología.		x	x
Descuentos de Member to Member.		x	x
<b>NETWORKING, ALIANZANAS Y EXPOSICIÓN DE MARCA</b>			
Participación y colaboración en los Comités de Tecnologías Disruptivas			x
Brindar Master Clases, casos de éxito e iniciativas de su marca.			x
Participar en los Estudios y reportes internacionales.			x
Descuento del 30% en Diplomado			x
Acercamiento a Inversionistas para fondeo de proyectos tecnológicos y Startups			x
Introducciones ilimitadas a más de 2,000 marcas parte del ecosistema GIDCOMP			x
Espacio para una presentación comercial en nuestros festivales			x
Espacio de video de 2 minutos dentro de la agenda de nuestros festivales			x
Listado de speakers, personas parte del ecosistema GIDCOMP			x
Poner su marca en proveedores de tecnologías			x
<b>PRECIO</b>	<b>GRATIS</b>	<b>99 USD</b>	<b>500 – 3,000 USD</b>
		Anual	Anual por tamaño*

**\*APORTACIÓN ANUAL GIDCOMP SOCIETY**

Tamaño de organización	No. de colaboradores	Inversión en USD	Ejecutivos
Muy grande	más de mil	4,000	5
Grande	501 a 1,000	3,000	4
Mediana	251 a 500	2,000	3
Pequeña	21 - 250	1,000	2
Micro	1 - 20	500	1

**no causa IVA / deducible de impuestos**

Importante: Todos los valores están expresados en Dólares Estadounidenses (USD)

Razón Social: Fundación Consultores Sin Fronteras A.C.  
 RFC: FCS190805FH9  
 Banco: BBVA  
 Número de Cuenta: 0113640205  
 Número de cuenta Clabe: 012180001136402052  
 Código Sw ift para pagos internacionales: BCMRIMXMPY M  
 Correo: be.competitive@gidcomp.org



[gidcomp.spanish](https://www.facebook.com/gidcomp.spanish)

[company/gidcomp/](https://www.linkedin.com/company/gidcomp/)

[gidcomp.spanish](https://www.instagram.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://twitter.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://www.youtube.com/gidcomp.spanish)

[www.gidcomp.org](http://www.gidcomp.org)  
[be.competitive@gidcomp.org](mailto:be.competitive@gidcomp.org)



## ¿Cómo ser miembro?

Mándanos un mail a [be.competitive@gidcomp.org](mailto:be.competitive@gidcomp.org) o un WhatsApp al: +52 56 1463 3902

El GIDCOMP busca agremiar y relacionar a organizaciones ligadas al ecosistema tecnológico internacional para impulsar y desarrollar las capacidades digitales en cualquier localidad del mundo.

La membresía empieza con la fecha de acreditación de pago en la cuenta bancaria.

**Vigente 12 meses** a partir de la fecha de pago.

Las renovaciones empiezan a correr a partir de la fecha de vencimiento de la membresía vigente.

