

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.

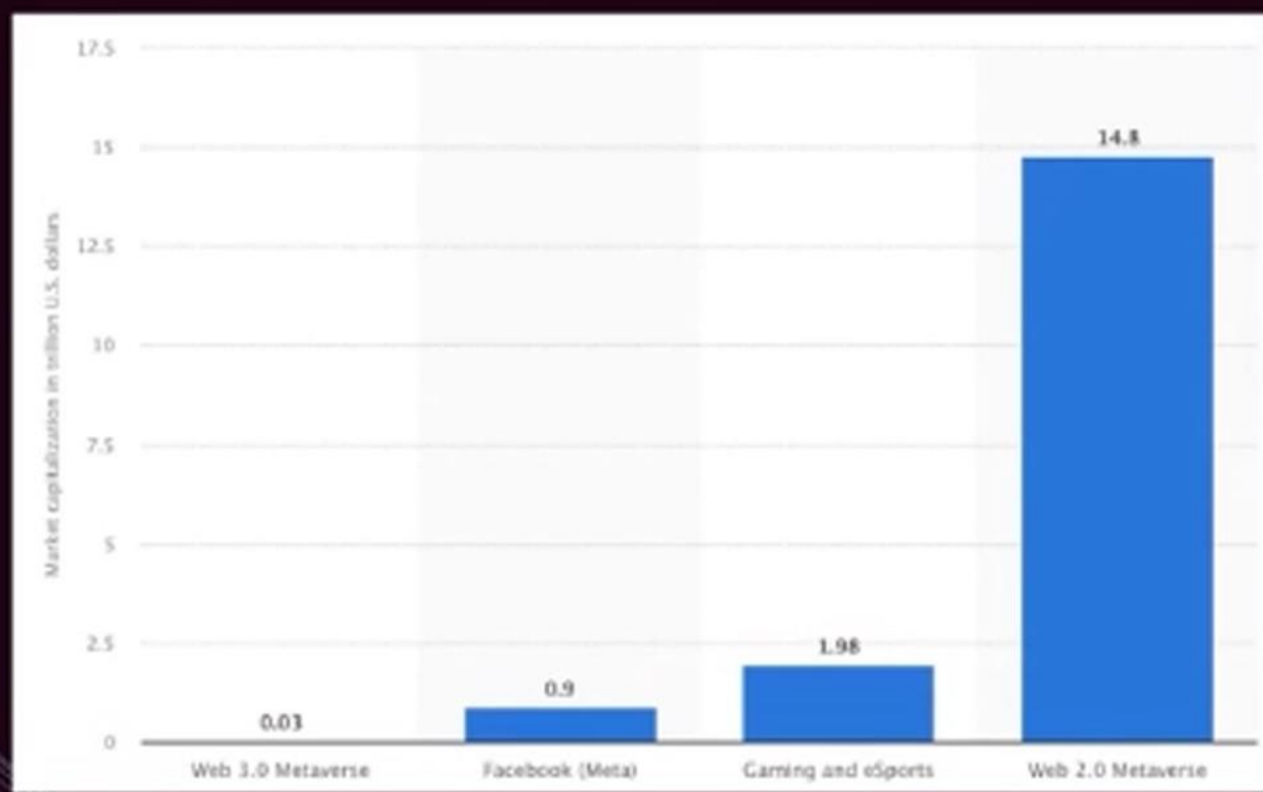
Es una experiencia inmersiva que podría darse vía AR, VR o por fuera, algo similar a lo que vemos hoy con Fortnite o Roblox y sus opciones multidispositivo.



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...

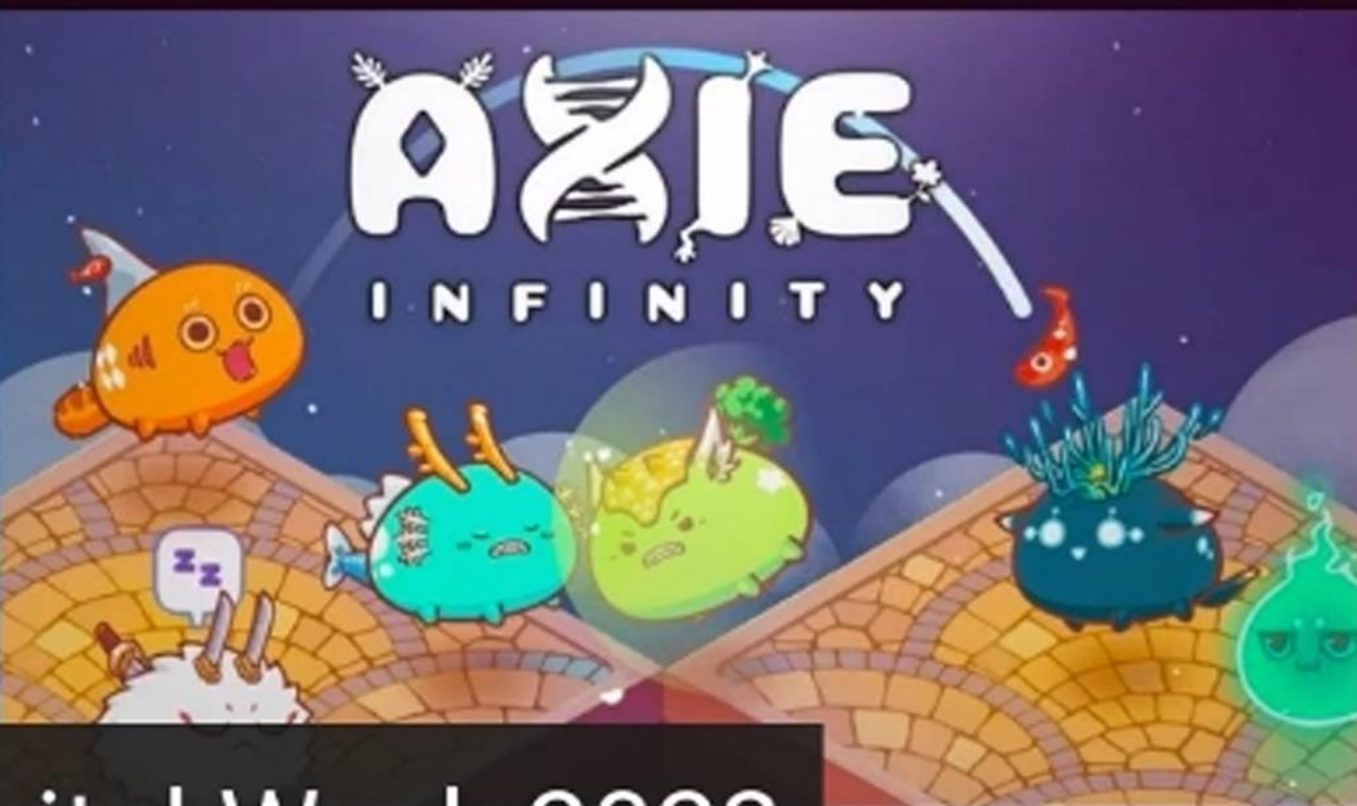
Second Life



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 Buy	\$72.81	0.6%	-4.1%	-8.1%	\$235,771,891	\$5,072,268,693	
★ 38	 The Sandbox SAND Buy	\$4.88	0.6%	-2.7%	-7.1%	\$915,101,771	\$4,471,219,397	
★ 66	 Decentraland MANA Buy	\$2.92	0.4%	-2.3%	-14.4%	\$433,988,286	\$3,827,120,613	
☆ 64	 Enjin Coin ENJ Buy	\$2.41	0.3%	-2.4%	-6.8%	\$210,168,218	\$2,224,279,174	
☆ 89	 DeFi Kingdoms JEWEL Buy	\$20.59	-1.7%	1.9%	-0.6%	\$38,271,169	\$1,194,412,716	
☆ 170	 Render Token RNDR Buy	\$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	\$512,752,359	
☆ 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

Así 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



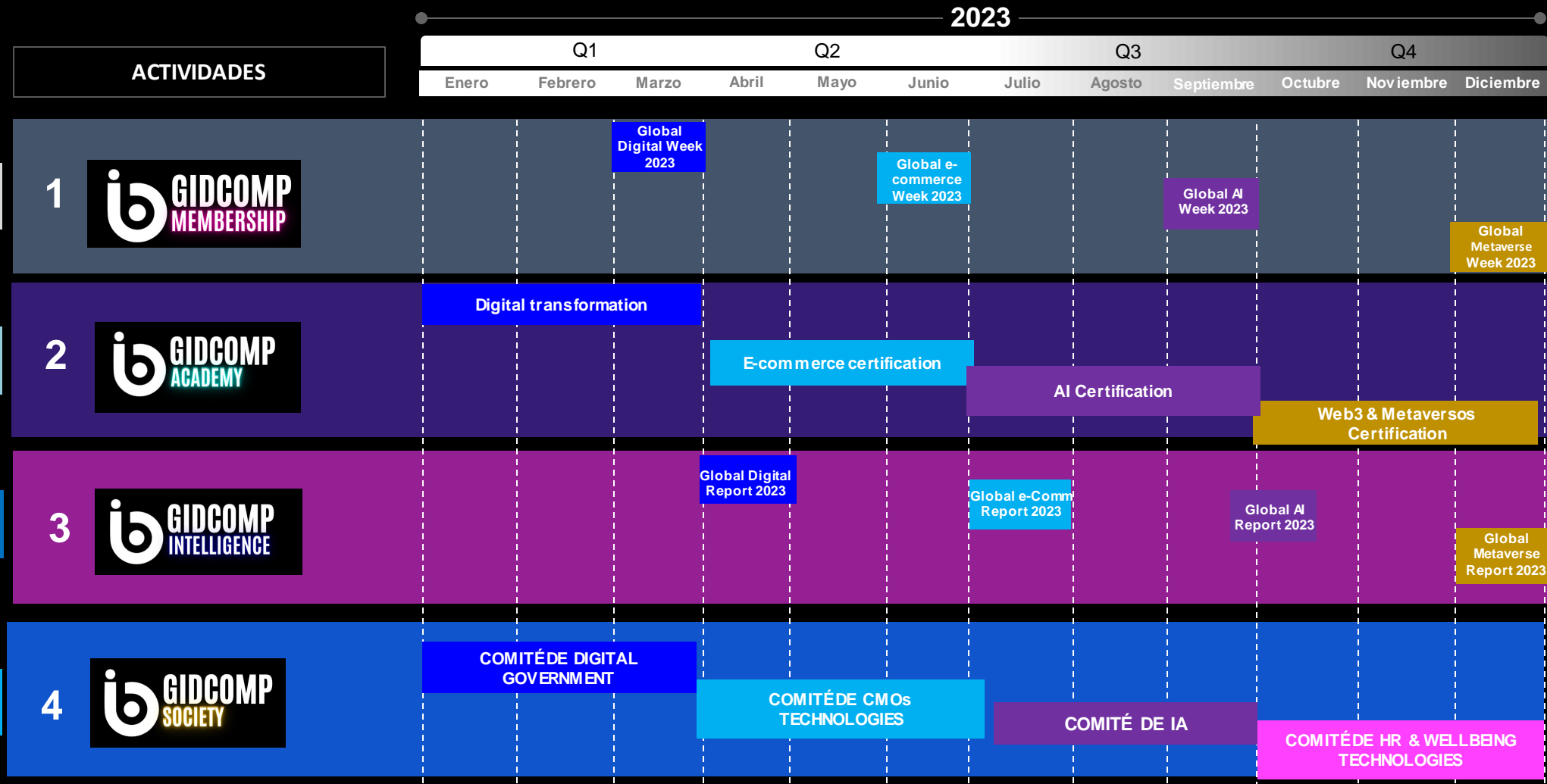
Un Centro de investigación internacional con un solo objetivo, **Generar valor con tecnología.**

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

ib GIDCOMP MEMBERSHIP

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

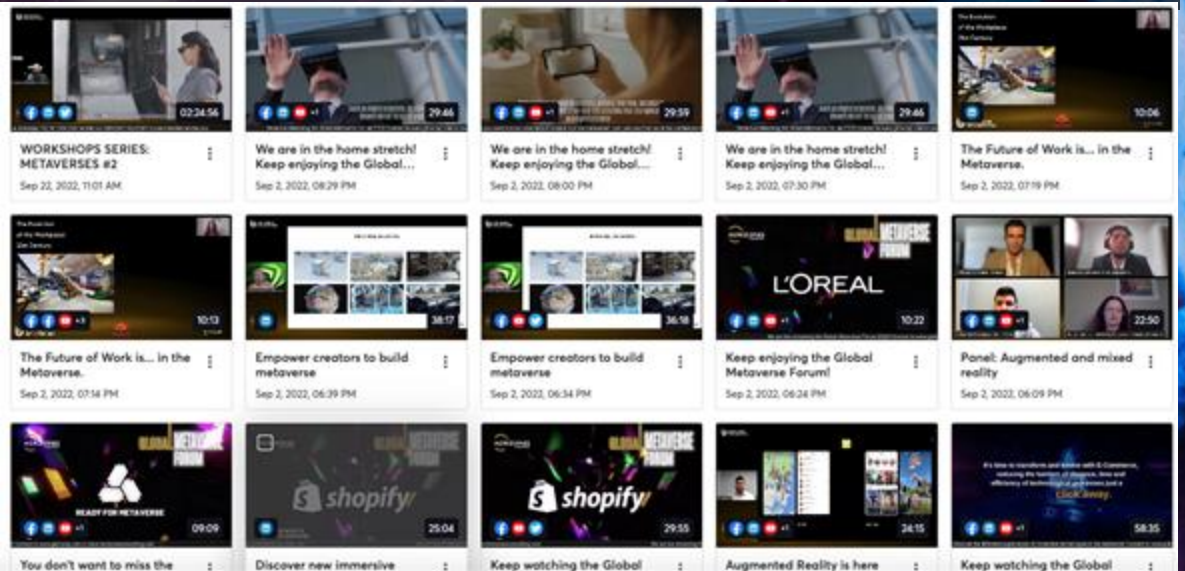
Repeticiones Global e-Commerce Week -2023

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

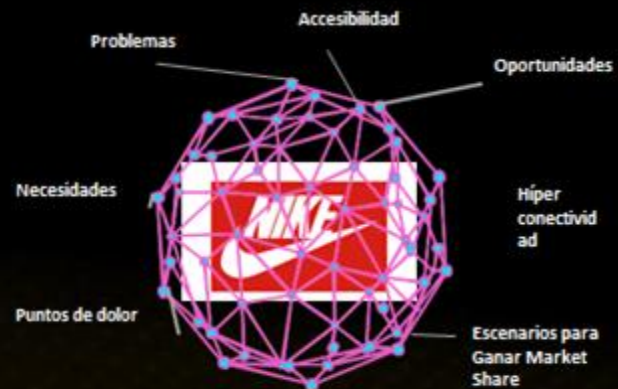
1. [CONEXIÓN CON CONSUMIDORES](#) - ESTEFANÍA YAGÜEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
1. [MARKETING Y BRANDING](#) – FERNANDO CANO, MANAGING DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

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. IOT

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
FOW 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.



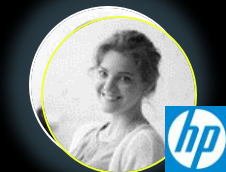
KELLY DUQUE
DIRECTORA DE PROYECTOS Y
RELACIONES PÚBLICAS
ONGs & CSR GIDCOMP VP



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
TENDENCIAS DE TECNOLOGÍA			
Newsletter casos de tecnología	x	x	x
Cápsulas de tecnología	x	x	x
Versión corta de los estudios	x	x	x
CASOS E IMPEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA			
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
NETWORKING, ALIANZANAS Y EXPOSICIÓN DE MARCA			
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
PRECIO	GRATIS	99 USD	500 – 3,000 USD
		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: BCMRXXMMPYM
 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
be.competitive@gidcomp.org



¿Cómo ser miembro?

Mándanos un mail a 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.

