

DIPLOMADO **EC**

Programa y claustro
de profesores del Diplomado

Diplomado de
ECOMMERCE



Educación
Continua **Anáhuac**

NEOTRAINING®

Módulo I: Business Modeling, Ecommerce.

Objetivo: Conocer y analizar los conceptos y herramientas fundamentales que se utilizan para desarrollar un modelo de negocio aplicado al ecommerce, que permitan una adecuada planeación, ejecución y administración estratégica para impulsar el negocio desde etapas tempranas.

Temario:

1. Los nuevos paradigmas del comercio electrónico
 - Canales de Venta
 - MarketPlace
 - DirectShipVendor
 - App
 - Sitio Web
 - Redes Sociales
 - Omnicanalidad
 - CRM
 - SSO
 - Medios/Puntos de Venta
 - Usabilidad
 - Motores de búsqueda
 - Medios de Pago
 - Entrega de Productos y Servicios (Rastreadabilidad)
 - Inventarios
 - Disponibilidad en tiempo real
 - Manejo de inventarios entre sucursales y centros de distribución

Docente: Ernesto Mora Duarte

Duración: 4hrs, 1 sesión de 4hrs.

Módulo II: Blockchain.

Objetivo: En este módulo, el participante logrará conocer los principios de una cadena de bloques, su aplicación empresarial y tendencias tanto en México como en el Mundo.

Temario:

- Historia del Blockchain
- Características del Blockchain
- Cadena de bloques
- Aplicaciones y tendencias del Blockchain

Docente: Santiago Velasco

Duración: 8 horas. 2 sesiones de 4 hrs.

Módulo III: Aspectos Legales en un Modelo de Ecommerce.

Objetivo: Proporcionar al participante los conocimientos básicos en materia legal para la adecuada protección del modelo de negocio, activos intangibles de la empresa y brindar un óptimo servicio al cliente a través de la protección de datos.

Temario:

2.1. Propiedad Intelectual

- Marcas
- Patentes
- Derechos de autor
- Secretos industriales

2.2. Temas corporativos

- Constitución de empresa
- Registros y permisos
- Contratos civiles, mercantiles y laborales
- Seguridad Social (Prestaciones)
- Contabilidad (Aspectos fiscales)

Docente: Agustín Ríos

2.3. Protección de datos y servicio al cliente

- Comercio y firma electrónica
 - o Regulación aplicable
 - o Medios de pago en línea
 - o Prueba en juicio del mensaje
- Protección al Consumidor
 - o Obligaciones legales
 - o Publicidad y marketing en línea
 - o Listas Robinson
 - o Servicio al cliente
 - o Mediación
 - o Posibles reformas a la ley
- Protección de datos personales
 - o Aspectos fundamentales de la ley
 - o Avisos de privacidad
 - o Consideraciones prácticas
- Autorregulación y sellos de confianza
 - o En privacidad
 - o En protección al consumidor
- Aspectos Legales en las Redes Sociales y Marketing Digital
 - o Problemática Social y Legal de las Redes Sociales
 - o Análisis de Normatividad Interna: derechos de usuarios y licencia de contenidos
 - o Procedimientos de reclamación por violaciones a Propiedad Intelectual, privacidad, y otras quejas
 - o Legislación Nacional aplicable al Marketing Digital
 - o Análisis de Normatividad Interna: marcas, publicidad y promociones
 - o Tips Legales para Community Managers

Docente: Alfredo Reyes Krafft/ Cynthia Solís

Duración: 16 hrs, 4 sesiones de 4 horas.

Módulo IV: Arquitectura Empresarial y TI aplicada para diseños de solución.

Objetivo: Explicar los cambios y las características más sobresalientes de las tecnologías existentes y aplicables al modelo de negocios de un ecommerce, con base en modelo de la arquitectura empresarial.

Temario:

- Las capas de la Arquitectura Empresarial
 - Arquitectura de Negocio
 - Arquitectura de Aplicaciones
 - Arquitecturas del Front-End
 - Arquitectura del Middleware
 - Arquitectura Back-End
 - Arquitectura de Datos
 - Arquitectura Tecnológica
- Plataformas de E-Commerce
 - Plataformas de retail (Market Place, DSV, Sitios Propios (Web/Apps)
 - Venta de servicios por internet
 - Sitios en redes sociales
 - Aplicaciones masivas con espacio publicitarios
 - Capacidades tecnológicas para el soporte de productos y servicios
 - Satisfacción de capacidades de negocio
 - Aprovechamiento de las tecnologías para robustecer el modelo de negocio
- Tendencias de la tecnología aplicada al e-commerce
 - Single Page Application (SPA) vs Portal Manager
 - Manejos de contenidos flexibles y dinámicos
 - Marketing Analytics
 - Tecnologías desacopladas (UI/BPM/SOA)
 - Conectividad con 3eros (Socios/Proveedores/Carriers)
 - SSO/Omnicanalidad
 - OoB/Home Dev
 - Taxonomía
 - Dispositivos y motor de búsqueda (SOM/SEO)
 - Big Data / Watson
 - Flujos de datos: seguridad de datos
 - Cloud/Centro de Datos
 - SaaS/PaaS
 - Servidores virtuales / Contenerizadores / Cluster / Granjas

Docente: Ernesto Duarte

Duración: 8 hrs. 2 sesiones de 4 horas.

Módulo V: Logística y servicio al cliente en un Ecommerce.

Objetivo: Conocer y analizar las redes de abastecimiento, pedido y distribución, además de todos los eslabones que participan en los procesos del E-Commerce.

Temario:

- Atención al Cliente:
 - o Transporte
 - o Principales métricas logísticas
 - o Logística reversa
 - o Tendencias
 - o Fundamentos principales de atención a clientes en Ecommerce

Docente: Javier Dolcet

- Logística y Transporte
 - o Overview general de la logística en el Ecommerce
 - o Modelos de stock
 - o Planeación / Inbound
 - o Almacenes y gestión de inventarios
 - o Continuación Almacenes y gestión de inventarios
 - o La importancia del packaging
 - o Q&A

Docente: Enrique Nogales

Docentes: Enrique Nogales y Javier Dolcet.

Duración: 16 horas. 4 sesiones de 4 hrs.

Módulo VI: Digital Marketing.

Objetivo: Analizar las tendencias de E-Marketing y su rol en la diversificación de productos y servicios. Explicar los mecanismos y canales de información para las estrategias de mercado.

Temario:

- Planeación estratégica en un proyecto de Ecommerce
 - o Recursos humanos, técnicos y económicos para diferenciar el modelo de negocio
 - o Metodología para planear un proyecto de Ecommerce
 - o Herramienta básica para un plan de trabajo (BRR)
 - o Procesos involucrados para implementar un proyecto de Ecommerce
 - o Métricas especializadas en un Ecommerce

Docente: Karla Covarrubias

Duración: 4 hrs, 1 sesión de 4 hrs.

- Content Marketing y Estrategias en la Red
 - o Hábitos de los consumidores
 - o Estrategias de posicionamiento (SEO)
 - o Community Manager
 - o Técnicas de viralización
 - o Social Media Plan
 - o Herramientas de administración

Docente: Karla Covarrubias

Duración: 4hrs, 1 sesión de 4 hrs.

- Mobile
 - Web
 - Apps
 - Otros dispositivos (Smart TV, Apple TV, wearables, adaptadores de cobro, NFC)

Docente: Enrique Culebro

Duración: 4hrs. 1 sesión de 4 hrs

- Ux y UI
 - Experiencia del usuario
 - Intuición de la web
 - Funcionalidad de la web

Docente: Gerardo García.

Duración: 4hrs. 1 sesión de 4 hrs.

- Métricas y Analíticas
 - Introducción a Digital Analytics
 - PDP – Pre, Durante y Post campaña
 - Medios Ganados
 - Medios Comprados
 - Medios Generados
 - Métricas y análisis de desempeño
 - Aplicativos disponibles en el mercado
 - Generación de insights sobre la audiencia

Docente: Omar Vega

Duración: 8 hrs, 2 sesiones de 4hrs.

- Search Engine Advertising
 - Estrategias de SEM y SEO
 - Campañas (Display y Social)
 - Canales / Medios
 - Retargetting
 - Key words
 - Online Advertising Strategies
 - Generación de leads

Docente: Alfredo Sánchez

Duración: 8hrs, 2 sesiones de 4hrs.

Duración: 4 hrs. 1 sesión de 4hrs.

Módulo VII: Formas y Medios de Pago.

Objetivo: Conocer las distintas formas de pago involucradas en un modelo de comercio electrónico para contar con procesos de cobro más ágiles y funcionales.

Temario:

- Servicios financieros ligados al e-commerce
 - o Intermediarios
 - o Comisiones
- Tarjetas de prepago
 - o Métodos
- Adicionales y tiendas de conveniencia.
 - o Transferencias
 - o Pago vs Entregas
- Planeación Bancaria (Tarjeta de crédito y débito)
- Protocolos y Sistema de Seguridad (pagos, base de datos, etc.)
- Seguridad en formas de pago
- Pago por empresarios

Docente: César Pallares

Duración: 8 hrs, 2 sesiones de 4hrs.

Módulo VIII: Marketing de Fidelización.

Objetivo: En este módulo, el participante podrá identificar los principales factores y fases en la implementación de un esfuerzo de comunicación que impulse la lealtad de sus clientes.

Temario:

- Principios básicos de CRM
- Lealtad
- El futuro de la lealtad “omnicanalidad”

Docente: Pável Álvarez

Duración: 8 hrs. 2 sesiones de 4hrs.

Claustro de profesores

Ernesto Mora Duarte



Ernesto estudió la Licenciatura de Ingeniería en Sistemas Industriales, en la Fundación Arturo Rosenblueth A.C. En el ámbito profesional destaca su experiencia como Arquitecto de Tecnologías. Actualmente ejerce el rol de Principal Solution Architect en la empresa #1 de Retail en México, y anteriormente fungió como Jefe de Arquitectura Aplicativa (Chief Architect) en GNP seguros, en donde logró especializarse en prácticas de Arquitectura Empresarial (TOGAF), entrega de servicios (ITIL), así como en metodologías ágiles para el desarrollo de Software (SCRUM). Implementó la primera Arquitectura de Referencia de la empresa basada en TOGAF, con su modelo de gestión y medición de madurez, al igual que la práctica de Arquitectura de Soluciones para robustecer la implementación de tecnologías. También tiene amplia experiencia en el desarrollo, análisis e implementación de sistemas en el sector financiero. Formó parte del equipo de IBM y se desempeñó con el rol de Gerente de Área de Negocio (BAM, por sus siglas en inglés) para desarrollo de soluciones financieras a la medida, en donde se especializó en las prácticas de CMMI y PMP. De igual forma, participó como Coordinador de Inteligencia de Negocios, implementando Cubos de Información y

Santiago Velasco



Santiago es Director de Operaciones y Nuevos Negocios de EFL Capital, un Hedge Fund de Finanzas Alternativas que invierte en préstamos microfinancieros en mercados emergentes. Responsable de las operaciones en México, India y Perú, experto en criptomonedas y blockchain.

Agustín Ríos



Agustín Ríos tiene una Maestría en Alta Dirección de Empresas para Ejecutivos con Experiencia (MEDEX) en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE). Abogado especializado en Derecho de Alta Tecnología, Propiedad Industrial y Propiedad Intelectual (más de 10 años de práctica en estas disciplinas jurídicas). En noviembre de 2005, se me designó Vicepresidente del Comité Legal de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), entrando en funciones en enero de 2006. En noviembre de 2006, fui reelecto como Vicepresidente del Comité Legal de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), entrando en funciones en enero de 2007. Asesor Legal de la Asociación de Prestadores de Servicios para el Comercio Electrónico (APSCE). Miembro del Comité Técnico para trabajos sobre la legislación en materia de privacidad de datos personales. Logré que mi despacho de abogados, RIOS, CAMPOS Y ASOCIADOS, S.C., obtuviera el certificado ISO9001- 2000, convirtiéndose en el primer despacho legal a nivel mundial en tener este reconocimiento. Fuimos los primeros en tramitar marcas y derechos de autor a través de Internet; asimismo, logramos obtener nuestra línea 01-800 para brindar servicio a clientes del interior de la república sin costo para ellos.

Alfredo Reyes Krafft



Alfredo Reyes Krafft; Posgrado en dirección de empresas (D1) en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) y curso de especialidad en contratos y daños en la Universidad de Salamanca. Ha sido Director Contralor Jurídico de Banco del Atlántico, Miembro del Comité Consultivo de NIC MÉXICO, Presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), Innovation Concepts Regulation Director en Grupo BBVA y Secretario del Consejo Directivo de GS1 México (Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico AMECE) Actualmente es: Socio Fundador de Lex Informática SA DE CV y Member of the Board Global Legal Entity Identifier Foundation (GLEIF) Además es Consejero Técnico de la Asociación Mexicana de Internet (Asociación de Internet.mx.), Miembro del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones; Coordinador Nacional del ISO IEC JTC 1/SC 27/WG 2 Cryptography and security mechanisms; Integrante del Grupo Impulsor de la Legislación en materia de Comercio electrónico (GILCE). Colaborador de la comunidad Alfa-Redi e Integrante del Capítulo Mexicano de Internet Society. Obtuvo el b:Secure Award 2009 y además el Reconocimiento AMIPCI a la trayectoria en Internet (2008 y 2012) de manos de la comunidad de socios y asociados de la Asociación Mexicana de Internet. Primer mexicano en obtener la certificación CDPP (Certified Data Privacy Professional) de parte del Data Privacy Institute en ISMS Forum Spain. Esta certificación acredita un alto nivel de especialización en la normativa en materia de Protección de Datos de carácter personal, tanto en un contexto europeo e internacional, así como un dominio de los fundamentos que rigen la Seguridad de la Información.

Profesional Certificado en Protección de Datos Personales en Seguridad de la Información por Normalización y Certificación Electrónica, S.C. (NYCE). Certificado Senior número CSDP-008-13 a partir del 7 de junio del 2013
Profesor de la Universidad Panamericana (licenciatura y posgrado en derecho), de la Maestría en Derecho de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en INFOTEC, del Doctorado en Ingeniería del IPN, del Diplomado en Seguridad de la Información en la UNAM y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey –ITESM- (Universidad Virtual). Maestro de la cátedra de Comercio Electrónico en el doctorado en derecho privado de la Universidad de Salamanca.

Autor del libro “La firma electrónica y las entidades de certificación” publicado por Editorial Porrúa en 2003 (dos ediciones). Coautor de los libros: Tecnologías de la información y las comunicaciones. Aspectos legales; Porrúa-ITAM, 2005, Protección de Datos Personales. La voz de los actores; Editorial Tiro Corto Editores, Primera Edición 2010; Los Datos Personales en México. Perspectivas y retos de su manejo en posesión de particulares; Porrúa-UP, 2012; La Protección de los Datos Personales en México; Tirant Lo

Blanch, 2013; “La Constitución en la Sociedad y Economía Digitales” Centro de Estudios Constitucionales SCJN, 2016;. Autor de la voz: Legislación Mexicana en materia de Protección de Datos Personales; Autorregulación y Sellos de Confianza en la Obra Jurídica Enciclopédica (Volúmen Derecho Informático e Informática Jurídica) publicada por Editorial Porrúa y el Centro de Investigación e Informática Jurídica de la Escuela Libre de Derecho (coordinada por Juan Pablo Pampillo y Manuel Alejandro Munive) México 2012 e Internet. Columna vertebral de la sociedad de la información. Miguel Angel Porrúa-ITESM 2005
<http://mx.linkedin.com/in/alfredoreyeskrafft>

Cynthia Solís



Cynthia Solís es licenciada en Derecho por la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México; maestra en Derecho de la Innovación Técnica por las Universidades Paris I Panthéon Sorbonne y Paris Sud, realizó estudios de maestría en traducción en el Colegio de México A.C.; doctorando en el área de cibercriminalidad en la Universidad Paris Sud; maestrando y doctorando en Ciencias Jurídicas en la Universidad Panamericana; ha cursado estudios de Gobernanza de Internet en la South School of Internet Governance (Brasil) y en Diplo Foundation (Ginebra); y de Propiedad Intelectual en la World Intellectual Property Organization (OMPI, Ginebra, Suiza y México) , el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI, México) y el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI, París, Francia). Experta certificada en materia de protección de datos personales por NYCE. Conferencista y socia presidente de la firma Lex Informática Abogados S.C.

Actualmente es docente en la Maestría en Seguridad de la Información, del Centro de Estudios Superiores Navales de la Secretaría de Marina, donde ha dirigido dos tesis de maestría, las cuáles ocuparon el segundo y tercer lugar de la generación. Profesora investigadora del Instituto Politécnico Nacional en la Sección de Estudios de Posgrado de la ESIME CULHUACÁN, donde a la fecha ya ha sido nombrada parte del sínodo de un examen de grado. Investigadora adscrita al Centro de Estudios e Investigación en Derecho Inmaterial de las Universidades Paris I Panthéon Sorbonne y Paris Sud, en la ciudad de París, Francia; donde se encuentra activamente realizando diversas investigaciones en materia de cibercriminalidad, una de ellas en conjunto con Infotec y PGR.

Enrique Nogales



Enrique es Licenciado en Administración de Empresas con Maestría en Comercio Internacional y Diplomado en E-Commerce. Ha desarrollado una intensa carrera internacional en países como Alemania, Austria, Brasil y México, donde ha podido ejercer en diversos sectores como la consultoría, gobierno, logística y comercio electrónico. Durante los últimos 6 años se ha especializado en negocios digitales, liderando las operaciones de Privalia tanto en Brasil como en México. Sus principales logros han sido conseguir un crecimiento rentable y escalable, enfocando sus estrategias a la mejora de niveles de servicio, optimización de costes y gestión adecuada del fraude y métodos de pago, principal bloqueo del e-commerce en México. Como CEO en FutureCommerce su reto principal es la puesta en marcha de una operación de primer nivel y la búsqueda de negocios y partnerships atractivos. Adicionalmente lidera el comité de pagos y fraude en la Asociación Mexicana de Venta Online, asesora a empresas y ejerce como profesor en maestrías especializadas en negocios de internet.

Javier Dolcet



Javier es Licenciado en Ingeniería Industrial y en Administración y Dirección de Empresas, desde 2014 es Gerente de Operaciones en Privalia, y durante y durante el periodo de 2012 a 2014 fue Gerente del área de Clearance & Inventory en la misma empresa de comercio electrónico. Anterior a su labor en Privalia, estuvo a cargo de proyectos internacionales en Brasil y España en la organización SECE SA. Javier también colaboró un tiempo en la Fundación SIM como consultor.

Karla Covarrubias



Karla es especialista en eCommerce, Marketing Digital y Planeación Estratégica con más de 10 años de experiencia en la industria. Ha trabajado para empresas trasnacionales como: Tredmak International, The Coca Cola Company, BBVA Bancomer, Grupo Diltex, Serigraph, BO Group, etc. Cuenta con maestría en Dirección de Marketing Digital e eBusiness en Madrid, España, realizada en Esden Business School y culminada en el 2015. A principios de 2016 fundó ECAB (eCommerce Advisors Bureau) consultoría especializada en Comercio Electrónico y temas relacionados para la exitosa implementación o mejora de negocios online. Actualmente es Head of Strategy en Tredmak Internacional apoyando en la dirección de estrategias especializadas en proyectos digitales tanto en la empresa como en su portafolio de reconocidos clientes. Además, escribe de manera mensual para la revista digital Entrepreneur sobre temas de emprendimiento, negocios digitales y cultura laboral, y en Marketing4eCommerce México con temas relacionados a Comercio electrónico de manera semanal. Ha sido también conferencista en el Tour de Marketing Digital y en eShow México.

Enrique Culebro



Enrique Culebro es Licenciado en Mercadotecnia y Maestro en Tecnologías de la Información por el Tecnológico de Monterrey. En 2001 fundó Central Media, S.C., una de las primeras agencias digitales mexicanas con clientes como: Astra Zeneca, Buró de Crédito, FedEx, Johnson & Johnson, Laboratorios Lilly, ONUDI, Ópticas Lux, Nestlé entre otros. Bajo su dirección, Central Media se encuentra desde 2013 en las primeras posiciones con términos relacionados a “agencia digital” en los resultados orgánicos de Google. Ha recibido reconocimientos como: 2009 y 2015 reconocimientos AMIPCI, 2009 a 2015 Diversos premios ASPID, 2010, 2011 y 2014 Premio a! de Diseño. Algunos de los cargos que sustenta son: Vicepresidente del Comité de Publicidad y Marketing de la AMIPCI 2016, Vicepresidente del comité de educación de la AMAPF 2014 – 2016, Vicepresidente adjunto del comité de mercadotecnia de la AMIPCI 2014 – 2015, Presidente del jurado de los premios ASPID 2015, Jurado de los premios IAB Conecta en 2014 y 2016, Jurado de los premios AMCO en 2014, Jurado de premios ASPID desde 2011.

Gerardo García



Gerardo García es Ingeniero en Sistemas, Egresado con Mención Honorífica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de México, ganador de la Medalla Gabino Barreda Concluyendo el plan de estudios antes de tiempo. Profesor en las Materias de Compiladores, Ingeniería de Software, e Inteligencia Artificial en la UNAM por más de 6 años. Siendo un Experto en comportamiento Humano, es Conferencista Internacional en áreas de Ventas y Redes de Mercadeo. Presidente y coFundador de Netzen, Empresa con 23 años de operación y presencia en 27 países, especializada en la incubación, asesoría y automatización de Empresas de Venta Directa y Redes de Mercadeo. Creador de variados Sistemas de Software para diferentes giros, entre los cuales software especializado para la Industria de Multinivel y Venta Directa.

Omar Vega



Omar Vega es Ingeniero en Comunicación Multimedia por la Universidad de Guadalajara. Actualmente es Gerente Regional de Inteligencia Digital & Métricas donde es responsable de la administración y coordinación de equipos locales en 16 países para la estandarización en la operación de campañas y esfuerzos digitales, medición, definición y análisis de KPI para Claro video y Claro música. Cuenta con experiencia laboral de más de 14 años trabajando en diseño, comunicación, producción, publicidad y marketing. Gracias a ello, ha podido desarrollar un perfil con habilidades integrales para la estrategia, análisis y ejecución de proyectos de marketing digital. Como parte de su desarrollo ha obtenido las siguientes certificaciones: • Certificación en Google Analytics • Certificación de Adwords en Publicidad en Motores de Búsqueda • Certificación de Adwords en Publicidad Gráfica • Certificación de Adwords en Publicidad de Video • Certificación de Adwords en Publicidad para Móviles • Certificación de Adwords en Google Shopping

Alfredo Sánchez



Alfredo Sánchez estudió la licenciatura en filosofía en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) (1991-1994). Posteriormente obtuvo la maestría en dirección de empresas (Mede) en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE). (1996-98). Participó en un posgrado en Ética en la Universidad Complutense de Madrid (1994-96) y obtuvo un diplomado en ECR (respuesta eficiente al consumidor, retail) por el ITESM. Cuenta con la Certificación internacional de la IAB US sobre la venta de publicidad en Medios Digitales: IAB Media Sales Certificate. Actualmente es el Country Manager o Director general de SIZMEK, empresa líder en productos de análisis y auditoría de publicidad digital. Los 10 años previos trabajó en Yahoo! de México como Director de Cuentas y Comercial; y tiene más de 17 años trabajando en el área comercial en empresas como Procter & Gamble y Grupo Ordas. Participó en la Mesa de Medios de la IAB de la que fue presidente y en el Comité de medios digitales del Consejo de Investigación de Medios (CIM) del que fue Presidente y Miembro de la junta directiva. Académicamente ha sido profesor de preparatoria, licenciatura y maestría desde que estudiaba la universidad. Ha dictado conferencias sobre temas digitales en la Universidad Panamericana, el INBA, UPAEP y los eventos de Promoción Empresarial S.C.

César Pallares



César es empresario con más de 15 años de experiencia en áreas de tecnología desarrollando proyectos de negocios electrónicos en empresas de medios, bancos y retail. Ha desarrollado múltiples proyectos incluyendo: Bancas por internet (personas físicas y morales), Apps financieras y para pagos entre personas, Token para transacciones bancarias que opera en teléfonos celulares, así como soluciones que funcionan interactuando con Cajeros automáticos y kioscos. Actualmente es Director General de Transparentia, empresa especialista en el desarrollo de negocios electrónicos, y coordinó el Comité de Servicios Financieros en la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet). Sus áreas de especialidad son: Banca Electrónica, Comercio electrónico, Banca móvil, Negocios electrónicos y Soluciones móviles

Pável Álvarez



Egresado del Instituto Politécnico Nacional en la Licenciatura Relaciones Comerciales. Es Co-fundador de Collective Minds México. Coach en Marketing Digital y CRM. Actualmente Pavel dirige su propia agencia de marketing digital Playbook México, donde apoya a marcas como Asics, Toyota, y ha desarrollado grandes campañas digitales para marcas como Ganador, Charly, entre otras. En el pasado Pavel fue responsable de dirigir la operación de relationship marketing de cuentas como Ford Motor Co., Philip Morris y British American Tobacco. Además Pavel es profesor de Mobile Marketing y Community Management en el Diplomado de Marketing Digital Integral de la Universidad Anáhuac (México y Cancún) y en la Maestría en Internet Business del ISDI, respectivamente. Es apasionado del futbol americano, y es por eso que ha aprendido a pensar estratégicamente con metas claras para él y las marcas con las que trabaja.

