

# MARKETING DIGITAL, REDES SOCIALES Y BRANDING PERSONAL PARA ABOGADOS



**Joel A. Gómez Treviño**

Presidente Fundador de la Academia Mexicana de Derecho Informático  
Coordinador del Comité de Derecho de las TIC y Protección de Datos Personales de ANADE  
Profesor de la Universidad Panamericana, INFOTEC y UDLAP Jenkins Graduate School  
Socio Director de Lex Informática Abogado

JAN  
2018

# DIGITAL IN MEXICO

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL  
POPULATION



130.0  
MILLION

URBANISATION:  
80%

INTERNET  
USERS



85.0  
MILLION

PENETRATION:  
65%

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



83.0  
MILLION

PENETRATION:  
64%

UNIQUE  
MOBILE USERS



81.0  
MILLION

PENETRATION:  
62%

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL USERS



78.0  
MILLION

PENETRATION:  
60%

we  
are  
social



we  
are  
social



JAN  
2018

# DEVICE USAGE

PERCENTAGE OF THE ADULT POPULATION\* THAT CURRENTLY USES EACH KIND OF DEVICE [SURVEY-BASED]



MOBILE PHONE  
(ANY TYPE)



87%

we  
are  
social

SMART  
PHONE



72%

Google

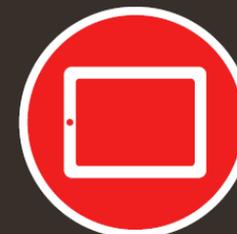
LAPTOP OR  
DESKTOP COMPUTER



42%



TABLET  
COMPUTER



23%

TELEVISION  
(ANY KIND)



85%

Google

DEVICE FOR STREAMING  
INTERNET CONTENT TO TV



10%



E-READER  
DEVICE



2%

we  
are  
social

WEARABLE  
TECH DEVICE



3%

JAN  
2018

# TIME SPENT WITH MEDIA

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT RESPONDENTS' SELF-REPORTED ACTIVITY



AVERAGE DAILY TIME  
SPENT USING THE  
INTERNET VIA ANY DEVICE



8H 17M



AVERAGE DAILY TIME  
SPENT USING SOCIAL  
MEDIA VIA ANY DEVICE



3H 07M

we  
are  
social

AVERAGE DAILY TV VIEWING TIME  
(BROADCAST, STREAMING  
AND VIDEO ON DEMAND)



2H 52M

global  
web  
index

AVERAGE DAILY TIME  
SPENT LISTENING TO  
STREAMING MUSIC



1H 28M

JAN  
2018

# ATTITUDES TOWARDS DIGITAL

HOW INTERNET USERS\* PERCEIVE THE ROLE OF TECHNOLOGY, AND THEIR PERSPECTIVE ON PRIVACY ISSUES



BELIEVE THAT NEW TECHNOLOGIES OFFER MORE OPPORTUNITIES THAN RISKS



Google

57%

PREFER TO COMPLETE TASKS DIGITALLY WHENEVER POSSIBLE



60%

BELIEVE DATA PRIVACY AND PROTECTION ARE VERY IMPORTANT



we are social

82%

DELETE COOKIES FROM INTERNET BROWSER TO PROTECT PRIVACY



49%

USE AN AD-BLOCKING TOOL TO STOP ADVERTS BEING DISPLAYED



40%

JAN  
2018

# INTERNET USE

BASED ON REPORTED INTERNET USER DATA, AND USER-CLAIMED MOBILE INTERNET USE



TOTAL NUMBER  
OF ACTIVE  
INTERNET USERS



we  
are  
social

85.0  
MILLION

INTERNET USERS AS A  
PERCENTAGE OF THE  
TOTAL POPULATION



65%

TOTAL NUMBER  
OF ACTIVE MOBILE  
INTERNET USERS



global  
web  
index

79.8  
MILLION

MOBILE INTERNET USERS  
AS A PERCENTAGE OF  
THE TOTAL POPULATION



61%

JAN  
2018

# INTERNET USERS: DIFFERENT PERSPECTIVES

REPORTS OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM DIFFERENT DATA PROVIDERS



INTERNET  
WORLD STATS



**85.0**  
MILLION

ITU (INTERNATIONAL  
TELECOMMUNICATION UNION)



**77.4**  
MILLION

INTERNET  
LIVE STATS



**58.0**  
MILLION

CIA WORLD  
FACTBOOK



**77.3**  
MILLION

we  
are  
social



we  
are  
social

JAN  
2018

# FREQUENCY OF INTERNET USE

HOW OFTEN INTERNET USERS ACCESS THE INTERNET FOR PERSONAL REASONS (ANY DEVICE)



EVERY  
DAY



78%

AT LEAST ONCE  
PER WEEK



15%

AT LEAST ONCE  
PER MONTH



5%

LESS THAN ONCE  
PER MONTH



2%

we  
are  
social

Google



JAN  
2018

# SOCIAL MEDIA USE

BASED ON THE MONTHLY ACTIVE USERS REPORTED BY THE MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORM IN EACH COUNTRY



TOTAL NUMBER  
OF ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



83.0  
MILLION

ACTIVE SOCIAL USERS  
AS A PERCENTAGE OF  
THE TOTAL POPULATION



64%

TOTAL NUMBER  
OF SOCIAL USERS  
ACCESSING VIA MOBILE



78.0  
MILLION

ACTIVE MOBILE SOCIAL  
USERS AS A PERCENTAGE  
OF THE TOTAL POPULATION

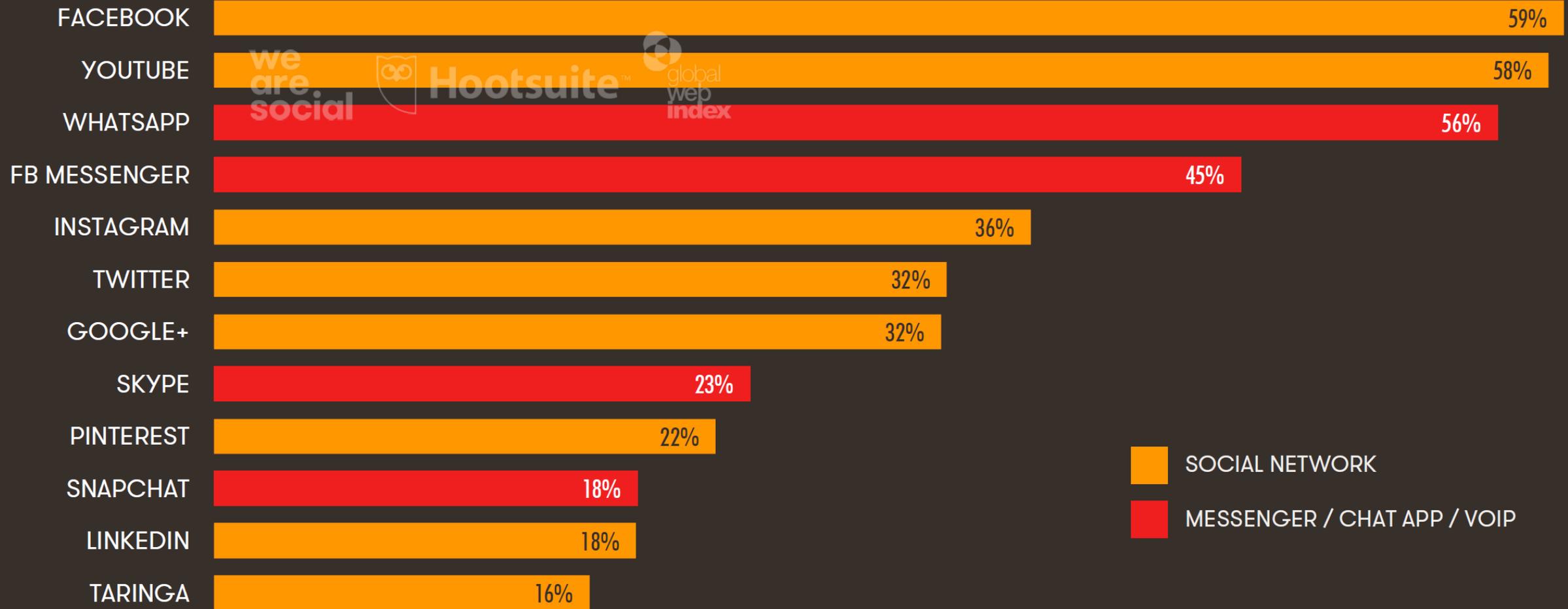


60%

JAN  
2018

# MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



JAN  
2018

# FACEBOOK USAGE ANALYSIS

A CLOSER LOOK AT FACEBOOK USE, BROKEN DOWN BY MOBILE USE AND SELF-DECLARED GENDER OF USERS



TOTAL NUMBER OF  
MONTHLY ACTIVE  
FACEBOOK USERS



**83.00**  
MILLION

ANNUAL CHANGE IN  
FACEBOOK USERS  
vs. JANUARY 2017



**+9%**

PERCENTAGE OF  
FACEBOOK USERS  
ACCESSING VIA MOBILE



**94%**

PERCENTAGE OF  
FACEBOOK PROFILES  
DECLARED AS FEMALE



**51%**

PERCENTAGE OF  
FACEBOOK PROFILES  
DECLARED AS MALE



**49%**

we  
are  
social



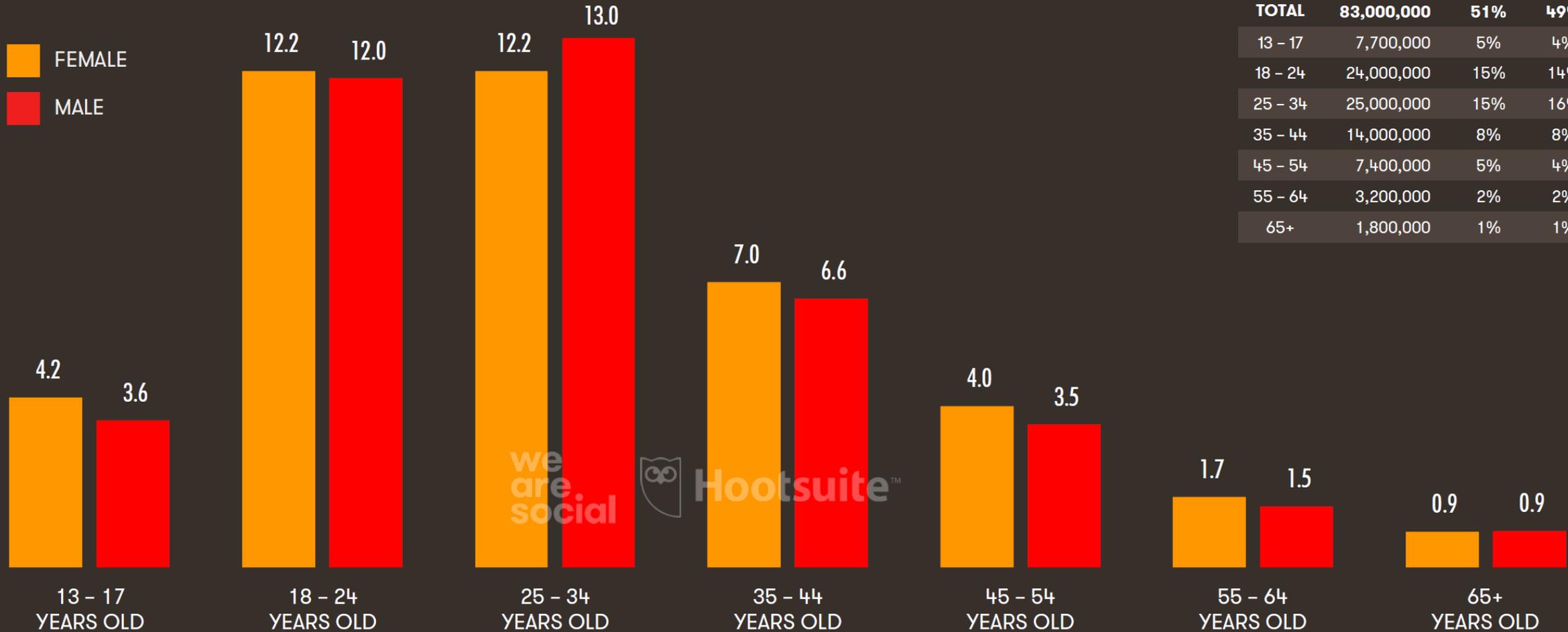
we  
are  
social



JAN  
2018

# PROFILE OF FACEBOOK USERS

A BREAKDOWN OF THE COUNTRY'S FACEBOOK'S USERS BY AGE AND GENDER, IN MILLIONS



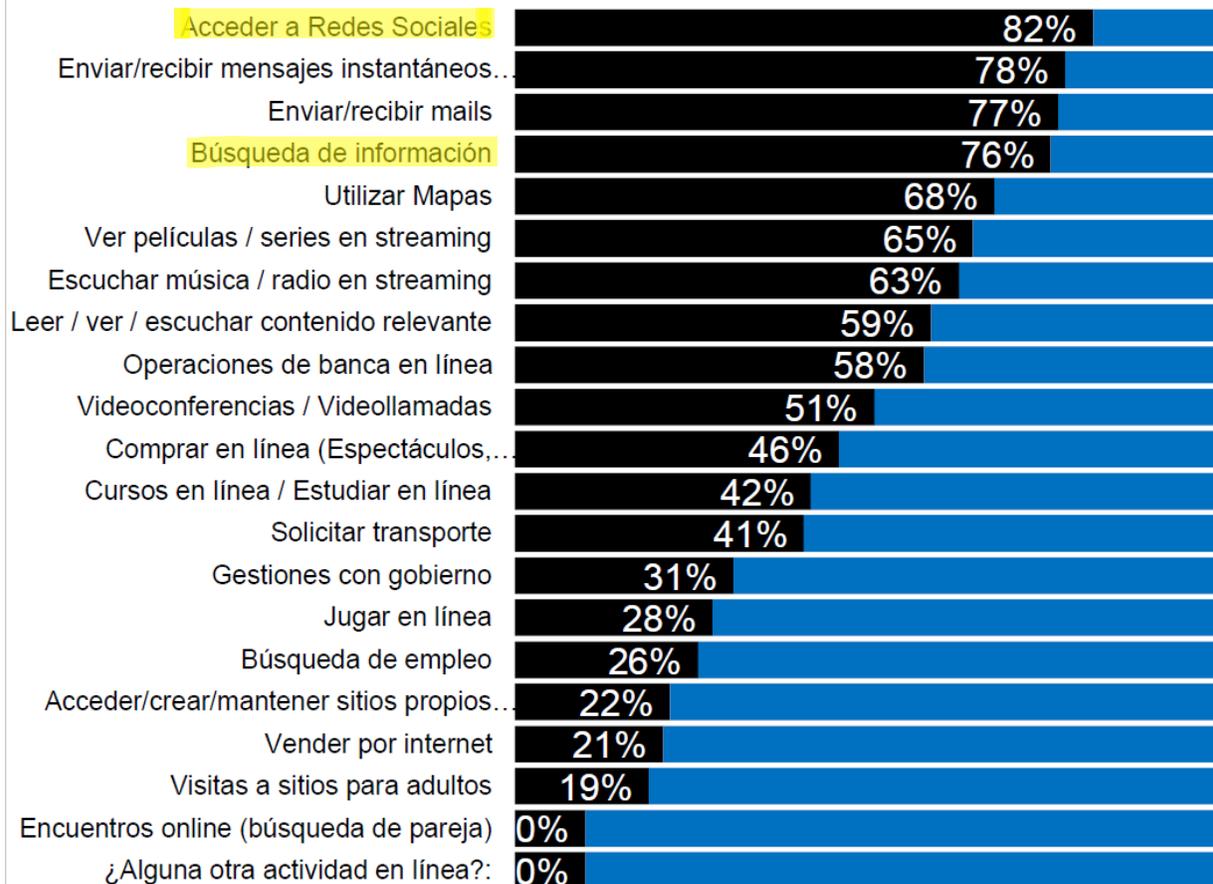
**SOURCE:** EXTRAPOLATION OF FACEBOOK DATA, JANUARY 2018. **NOTES:** THE 'TOTAL' COLUMN OF THE INSET TABLE SHOWS ORIGINAL VALUES, WHILE GRAPH VALUES HAVE BEEN DIVIDED BY ONE MILLION. TABLE PERCENTAGES REPRESENT THE RESPECTIVE GENDER AND AGE GROUP'S SHARE OF TOTAL NATIONAL FACEBOOK USERS. TABLE VALUES MAY NOT SUM EXACTLY DUE TO ROUNDING IN THE SOURCE DATA.



# Actividades en línea



## USO DE INTERNET



## ACTIVIDAD

## FRECUENCIA

## DISPOSITIVO

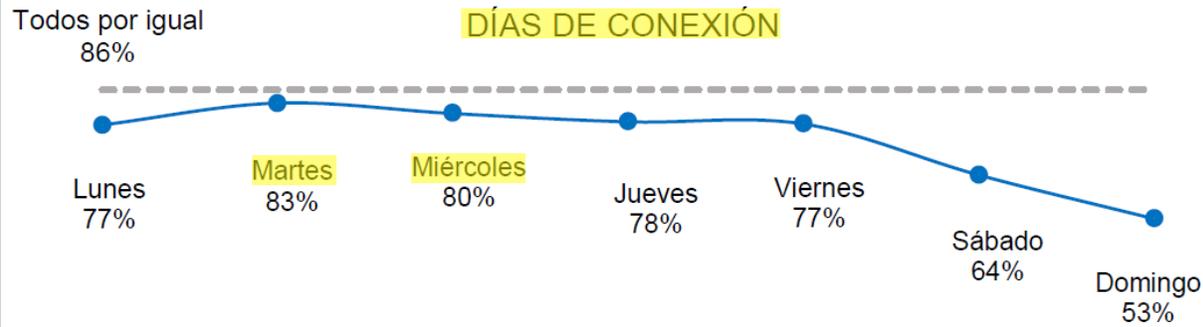
Actividad	Frecuencia	Dispositivo	Porcentaje
Acceder a Redes Sociales	Varias veces al día		38%
Chats / Llamadas			43%
Enviar/recibir mails			20%
Búsqueda de información			22%
Música / radio en streaming			30%
Leer / ver / escuchar contenido relevante			23%
Ver películas / series en streaming	Varias veces a la semana		20%
Operaciones de banca en línea			28%
Utilizar Mapas			42%
Solicitar transporte			45%
Videoconferencias / Videollamadas			19%
Búsqueda de empleo	Cada semana		16%
Comprar en línea	Cada mes		19%
Encuentros online (búsqueda de pareja)	Rara vez		29%
Visitas a sitios para adultos			22%
Vender por internet			17%
Gestiones gobierno			28%
Jugar en línea			19%
Cursos en línea / Estudiar en línea			27%
Acceder/crear/mantener sitios / blogs			19%



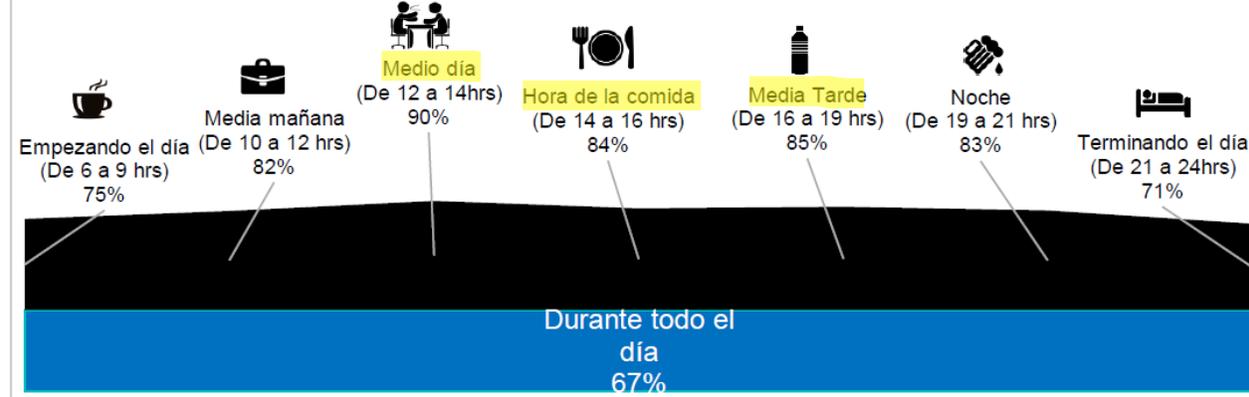
# Hábitos de conexión



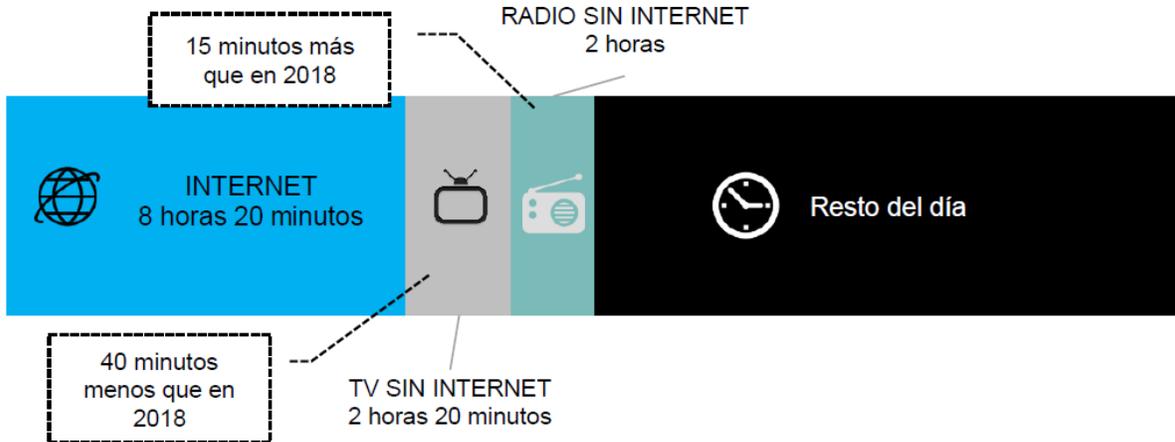
## DÍAS DE CONEXIÓN



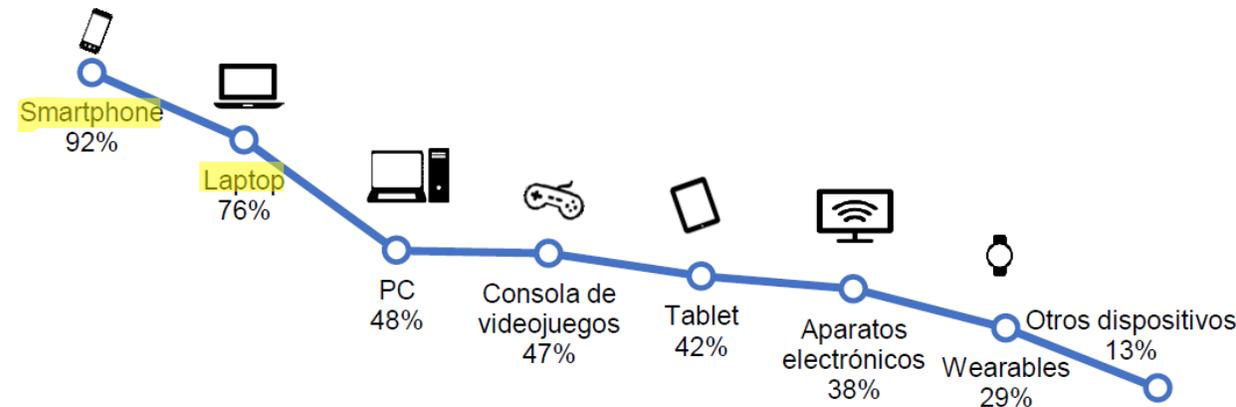
## MOMENTOS DE CONEXIÓN



## TIEMPO DE CONEXIÓN



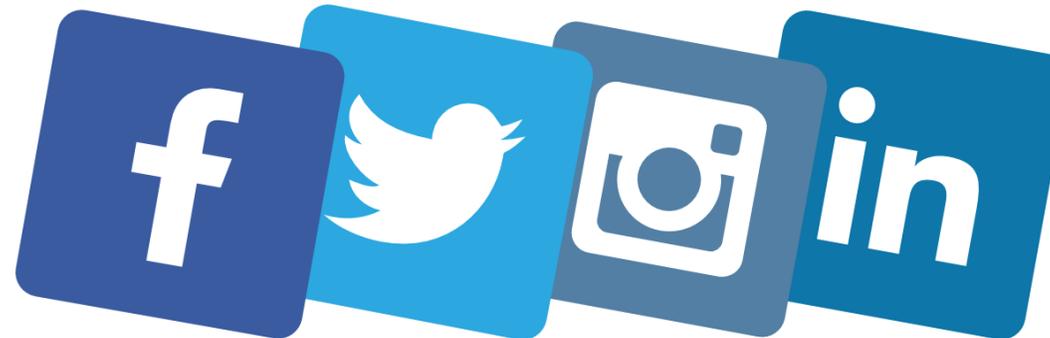
## DISPOSITIVOS DE CONEXIÓN



Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra

- México alcanza un 71% de penetración entre la población de personas de 6 años en adelante, con 79.1 millones de usuarios conectados.
- Respecto al perfil de los internautas en México, el segmento de nivel socioeconómico Bajo mantiene crecimiento, 5% de crecimiento en los últimos 2 años.
- Los momentos de conexión en medio día (12 a 14 hrs) y el Media tarde (16 a 19 hrs), son los horarios de mayor tráfico en internet en México en este 2019.
- El 67% de los internautas en México, perciben que se encuentran conectados en internet las 24hrs.
- En 2019 los usuarios de internet en México pasan diariamente 8 horas con 20 minutos, 8 minutos más que en 2018.

# DATOS SOBRE LAS REDES SOCIALES MÁS IMPORTANTES EN MÉXICO



- A partir de junio de 2019, Facebook informa un estimado de 2.4 mil millones de usuarios activos mensuales. El gigante de las redes sociales fue fundado en 2004.
  - Facebook afirma que tiene 1,6 mil millones de usuarios activos diarios.
  - El 88% de la actividad de los usuarios de Facebook proviene de un dispositivo móvil.
  - La cantidad promedio de tiempo que un usuario pasa en Facebook todos los días es de 58 minutos.
  - Hay más de 300 millones de fotos subidas a Facebook todos los días.
  - En promedio, se crean 5 cuentas de Facebook por segundo.
  - Aproximadamente el 30% de los usuarios de Facebook tienen entre 25 y 34 años.
  - El video de Facebook todavía tiene una gran demanda con aproximadamente 8 mil millones de vistas de video por día.



- Después de 14 años de existencia, aquí hay algunas estadísticas impresionantes de YouTube:
  - Actualmente, YouTube tiene más de 1.900 millones de visitas registradas al mes.
  - 149 millones de personas inician sesión en YouTube diariamente.
  - La duración promedio de una visita a YouTube es de 40 minutos.
  - Los espectadores pasan un promedio de 1 hora por día viendo videos de YouTube.
  - En promedio, se cargan 300 horas de video por minuto en YouTube.
  - Hay más de 5 mil millones de reproducciones de video cada día.



- Después de 9 años de existencia, estas son algunas increíbles estadísticas de Instagram:
  - Instagram tiene más de mil millones de usuarios activos mensuales.
  - Hay más de 600 millones de usuarios activos diarios.
  - Ahora hay 500 millones de usuarios diarios de Historias.
  - Desde su creación, se han compartido más de 40 mil millones de fotos.
  - En promedio, 95 millones de fotos se suben diariamente en Instagram.
  - Hay aproximadamente 4,2 mil millones de me gusta por día.
  - La mayoría de los usuarios de Instagram tienen entre 18 y 29 años y el 32% de los usuarios de Instagram son estudiantes universitarios.



- En sus 13 años de existencia, estas son algunas de las estadísticas notables de Twitter:
  - Hoy en día, Twitter tiene más de 330 millones de usuarios activos mensuales.
  - Hay 134 millones de usuarios activos diarios o al menos esa es la cantidad de usuarios activos diarios "monetizables" (mDAU) según Twitter.
  - De sus usuarios activos mensuales, 68 millones de MAU son de los Estados Unidos.
  - El número de mDAU de los EE. UU. Es de 26 millones.
  - Cerca de 460,000 nuevas cuentas de Twitter se registran cada día.
  - Los usuarios de Twitter publican 140 millones de tweets al día, lo que suma mil millones de tweets en una semana.
  - Cada usuario de Twitter tiene en promedio 208 seguidores.
  - Se informa que 550 millones de cuentas han enviado al menos un tweet.

- LinkedIn es un servicio de red profesional que se fundó en 2002 pero luego se lanzó en 2003. Es oficialmente la red social más antigua de esta lista. Desde su lanzamiento hace 16 años, puede presumir de las siguientes estadísticas de usuario:
  - LinkedIn tiene más de 560 millones de usuarios registrados.
  - Se estima que LinkedIn tiene aproximadamente 303 millones de usuarios activos mensuales.
  - Se crean 5,3 millones de cuentas nuevas por mes en LinkedIn.
  - Hay más de 30 millones de páginas de empresas.
  - La duración promedio de la visita es de aproximadamente 10 minutos.
  - De todos los usuarios, el 57% son hombres, mientras que el 43% de los usuarios son mujeres.

# LOS 10 ERRORES MÁS TÍPICOS QUE COMETEN LOS ABOGADOS EN REDES SOCIALES

**¿Tienen algún acierto?**



# ERROR #1: NO ESTAR EN REDES SOCIALES

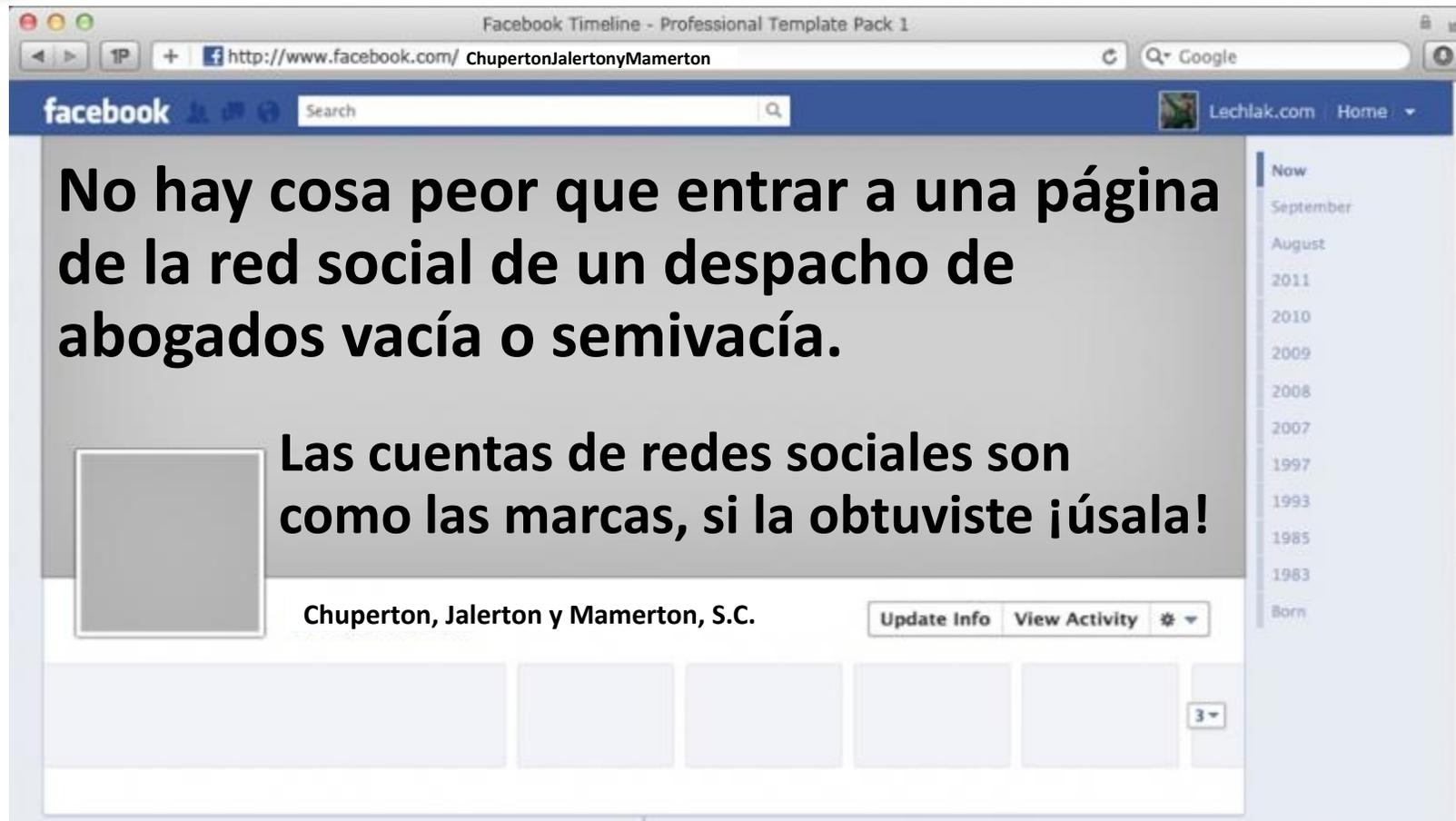
@AbogadoDigital

No importa a qué rama del derecho te dediques, no importa qué tan alejado estés de la tecnología, quien no te conoce, te buscará en internet (Google), te buscará en redes sociales (LinkedIn, Facebook o Twitter).



# ERROR #2: ESTAR EN REDES SOCIALES Y NO USARLAS

@AbogadoDigital



Este es el error opuesto al #2 (estar en redes y no usarlas). Aquí aplica el viejo y conocido refrán, *“ni tanto que queme al santo, ni tanto que no lo alumbre”*.



- Si publicas exactamente lo mismo en todas tus redes sociales, de manera reiterada, y además lo haces en grupos (Facebook y LinkedIn) la gente podría pensar que estas desesperado por vender o llamar la atención.
- Se prudente y mesurado en tus publicaciones.

# ERROR #4: NO COMPLETAR A DETALLE TU PERFIL

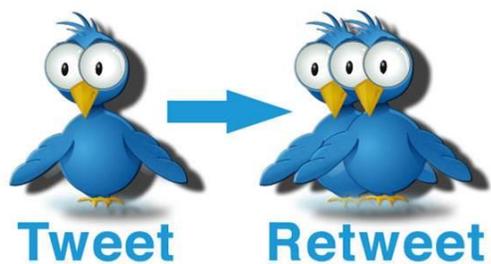
- Todas las redes te permiten poner información sobre ti, seas persona o empresa.
- Publica fotos (al menos de perfil y encabezado).
- Escribe el nombre completo de tu despacho.
- Coloca datos de contacto.
  - [www.tupagina.com](http://www.tupagina.com)
  - Email y teléfono



- Cada red social tiene diferentes tipos de usuarios y diferentes características, por lo que no se debe usar todas las redes sociales de la misma manera.
  - **FACEBOOK** es rico en contenidos audiovisuales. Los usuarios esperan ver fotografías, imágenes y videos, no solo textos.
  - En **TWITTER** la gente espera informarse al momento de manera clara y precisa. Tuits con imágenes funcionan mucho mejor.
  - En **LINKEDIN** los usuarios esperan ver contenidos profesionales que sirvan para la toma de decisiones en el negocio (estudios, presentaciones, artículos).
- No publiques en fin de semana ni entre 19 horas y 11:59 horas.
  - Los mejores días para publicar son martes y miércoles, seguidos de cerca por jueves y viernes. Los peores días para publicar son sábado y domingo.
  - Los horarios ideales para publicar son entre 12 y 19 horas.

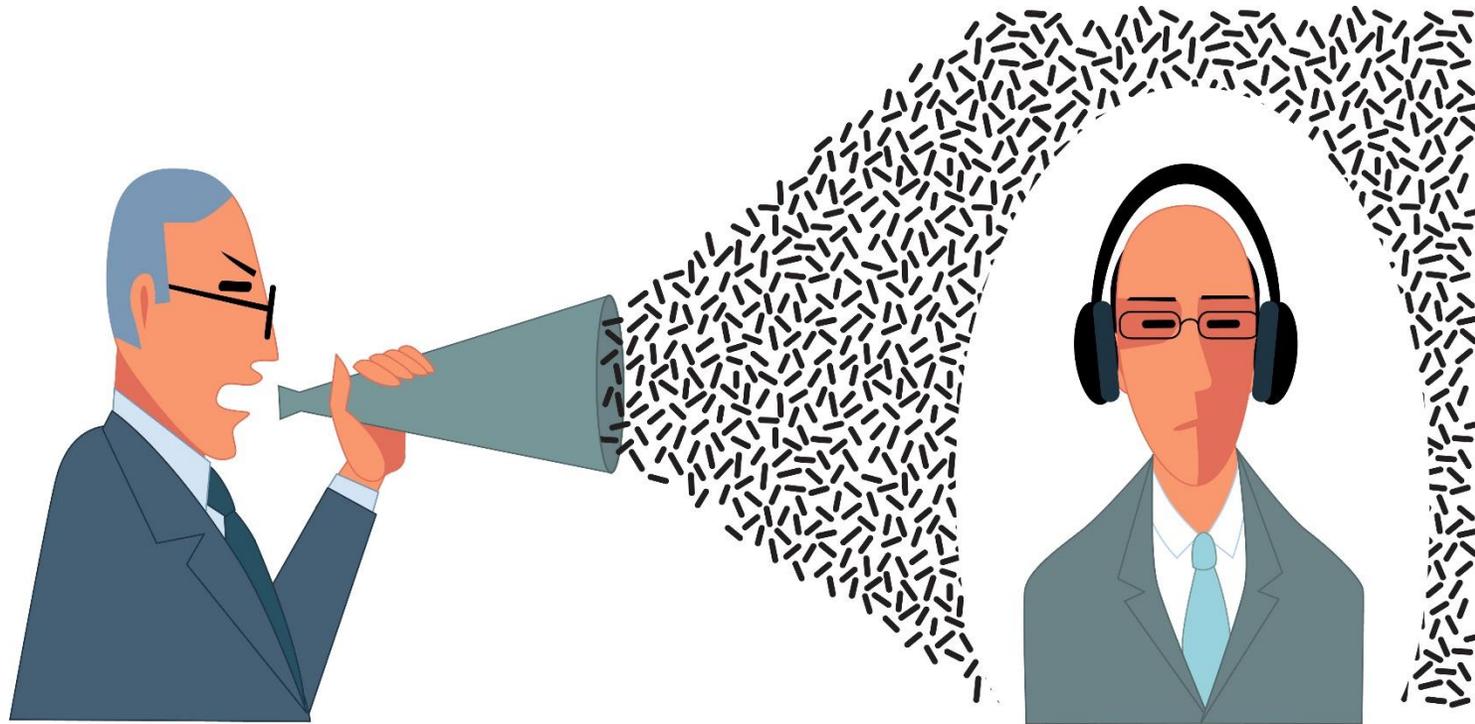
# ERROR #6: USAR REDES SOCIALES SOLO PARA COMPARTIR INFORMACIÓN DE 3<sup>OS</sup>

Si vas a estar en redes sociales solo para dar “**retuits**”, “**compartir**” y “**me gusta**”, mejor cancela tus cuentas. Los usuarios conocen que esas actividades incluso se pueden automatizar, por lo que no encontrarán valor en seguirte.



Debes tener un uso activo, compartir información propia o al menos comentar la información de terceros que compartes.





Asegúrate de contestar comentarios o preguntas de tus seguidores, ¡todos son clientes potenciales!

# ERROR #8: PEDIR QUE TE CONTRATEN

@AbogadoDigital



- Las redes sociales son plataformas de comunicación directa para los usuarios y **canales indirectos de ventas** para profesionistas.
- Publicar textos como “*Mi despacho los puede ayudar en sus trámites migratorios*” o “*Somos expertos en derecho penal, contrátanos*”, no te ayudará en nada.
- Publica información valiosa, que deje claro que eres experto sin decirlo.

# ERROR #9: PRESUMIR DESMESURADAMENTE

Las redes sociales son lugares ideales para compartir tus logros y tus éxitos, pero hay que hacerlo de manera mesurada, dosificada y prudente.



# ERROR #10: CRITICAR A TU COMPETENCIA

- Criticar abiertamente a tu competencia en redes sociales creará una mala percepción en tus clientes potenciales.
- Habla de tus competencias en lugar de hablar mal de tu competencia.
- Incluso si alguien te pregunta sobre tu competencia en redes, se prudente en tus respuestas.





# ACIERTOS EN REDES SOCIALES

@AbogadoDigital

- Tener presencia en las 3 redes más importantes:



- Comunicar información útil, oportuna y de manera frecuente en tus redes.
- No saturar a tus seguidores con mucha información.
- Participa en grupos de discusión (Facebook y LinkedIn).

- Busca involucrarte con tu audiencia (seguidores).
- No te *enganches* con *trolls*, harán tu vida imposible si lo haces.





- Analiza cuál es la información que deberías publicar (tanto en tu sitio web, blog como redes sociales) que es de valor para tu público meta:
  - Noticias especializadas.
  - Artículos de interés de tu blog.
  - Resumen del DOF.
  - Resumen del Semanario Judicial de la Federación.
- Mantén un equilibrio adecuado de lo que publicas (volumen, frecuencia, relevancia, etc.)



# SITIO WEB DE LA FIRMA VS BLOG PERSONAL

**¿Hay que tener ambos?**

## SITIO WEB:

## BLOG PERSONAL:

@AbogadoDigital

- Son elegantes y aburridos.
  - Pocas veces cuentan con información actualizada.
  - Tienen información fija y de poco interés para alguien que ya entró una sola vez.
  - Suelen tener por único propósito presumir los clientes, logros o premios del despacho.
- Aunque sean menos profesionales en su diseño, tienen un toque personal.
  - Se comparte información útil, oportuna y presentada de manera sencilla.
  - El autor escribe de manera directa, sin protocolos.
  - Acerca al autor con clientes potenciales.

## Básico



## Completo



## Moderno

- ¿Quiénes somos?
  - Nosotros
  - Miembros de la firma
- ¿Qué hacemos?
  - Servicios
  - Áreas de práctica
  - Especialidades
- Contacto / Oficinas
- Aviso de Privacidad

- Reconocimientos
- Bolsa de trabajo
- Boletín de actualización legislativa y/o jurisprudencial
- Redes sociales
- Links (sitios de interés)

- Boletín de noticias
- Sala de prensa
- Invitaciones a eventos de la firma
- Blog o videoblog
- Intranet para clientes
- Chatbot



- ¿Quieres que nadie regrese a tu sitio web después de visitarlo?
  - No lo actualices con frecuencia.
  - No publiques información de interés.
- El 90% de sitios web de abogados no se actualizan en 12 meses o incluso en años.

# FÓRMULA PERFECTA PARA COMUNICARNOS DIGITALMENTE

@AbogadoDigital



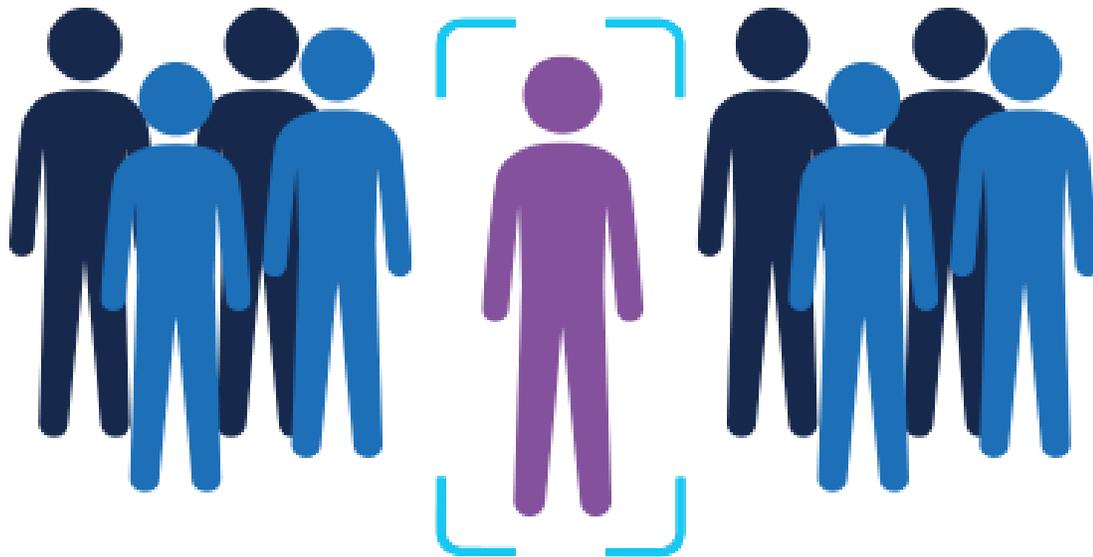
# ¿QUÉ ES UNA MARCA PERSONAL?

**“Una marca personal es lo que la gente dice de ti cuando sales de una oficina”...**

Jeff Bezos, Fundador de Amazon.com

La **marca personal**, en inglés *Personal Brand*, es un concepto de desarrollo personal consistente en **considerar a determinadas personas como una marca**, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, **con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales.**





A diferencia de otros enfoques de técnicas de mejora profesional que tienden a la mejora de las características personales, este enfoque de marca personal tiende a la promoción personal a través de la percepción que los demás tienen de uno.



Tal como los activos inmateriales de las organizaciones empresariales, **la marca personal es un activo inmaterial** que incluye, pero no se limita, a la apariencia externa y la impresión que se causa y permanece. **También incluye la manera en que la persona se diferencia de los demás.**

Igual que con las marcas comerciales, **la marca personal persigue que la impresión causada sea duradera y sugiera el beneficio de la relación entre el titular de la marca y el observador.**



# ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE DESARROLLAR TU MARCA PERSONAL?

@AbogadoDigital

- **Tener una marca personal sólida** te permite ser visto como líder de tu industria y área de especialidad.
  - Esto incrementa la exposición de tu negocio y refuerza su reputación.
  - También te permite estar mejor posicionado para ofrecer directamente tus servicios al público.
  - Te pone en mejor situación en caso de recibir ataques.
  - Tu reputación es una importante herramienta de venta.

# ¿CÓMO PUEDO DESARROLLAR Y GESTIONAR MI MARCA PERSONAL?

**5 pasos para crear una marca personal exitosa**



**Chuperton, Jalerton y  
Mamerton, S.C.**

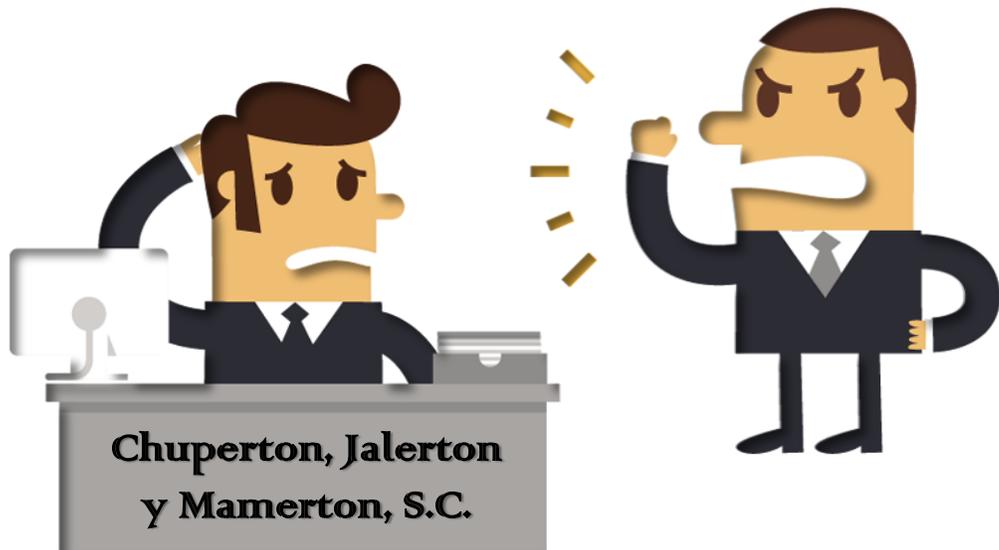
# SUCEDIÓ EN UN DESPACHO DE ABOGADOS...

@AbogadoDigital

¡Te dije que no puedes hablar con los clientes!



¡Te dije que tu nombre no va en las opiniones que preparas!





Un “líder de opinión” es aquella persona que es experta en una o varias áreas de conocimiento y es frecuentemente **consultada por organizaciones, gobierno y medios de prensa** que buscan un pronunciamiento sobre cierto tema o una explicación sencilla para personas que no dominan la materia.



- Elige uno o pocos temas en los que seas experto.
- Mejora tus habilidades de comunicación oral y escrita.
- Escribe, conviértete en bloguero o columnista.
- Imparte cursos y conferencias.
- Polemiza de vez en cuando, amplía tus horizontes.
- Desarrolla tu identidad digital de manera uniforme.
- Acércate con la prensa, emite tu opinión sobre temas de actualidad.



## #2 SELECCIONA UN TÉRMINO QUE TE IDENTIFIQUE EN INTERNET

@AbogadoDigital

Tu nombre debe estar “tatuado” al lado de tu especialidad. Ejemplo: “Juan Pérez López, Abogado especialista en Derecho Energético”. Cada vez que publiques algo en internet, usa el mismo término. Google te identificará y aparecerás en una buena posición si usas el término con frecuencia.



## #3 USA TU NOMBRE COMO SI FUERA UNA MARCA

@AbogadoDigital



¿Cómo te gustaría que la gente te identifique? Si tu nombre y/o apellidos son comunes, usa siempre tu nombre con tus dos apellidos. De esta manera, cuando la gente busque en internet tu nombre, sabrán identificarte entre todos los potenciales resultados que aparezcan en Google. Usa siempre tu nombre de la misma manera para darle uniformidad a tu marca personal.

## #3.1 MANTÉN UNA UNIFORMIDAD EN TUS CUENTAS DE REDES SOCIALES

Si quieres ser fácilmente localizable o “distinguible” en redes sociales, procura que los nombres de tus cuentas sean iguales.

Si en **Facebook** eres “Juan Antonio López”, en **Twitter** eres “@juancho1979” y en **LinkedIn** eres “Juan A. López Gutiérrez” difícilmente la gente sabrá que se trata de la misma persona.



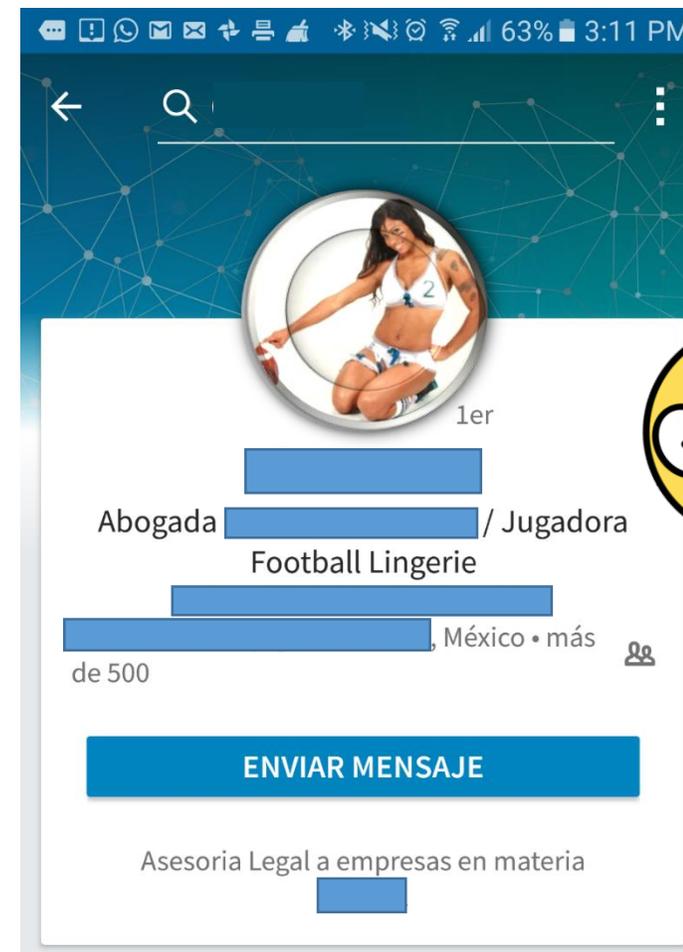


- Aunque no sea una marca de “productos” o “servicios”, es importante pensar en nuestra marca personal como si fuera cualquier otra marca.
- Separa la marca de tu despacho de tu marca personal. Las dos merecen peso propio, úsalas simultáneamente cada vez que puedas.

# #5 ¿CÓMO DESEAS SER RECORDADO O PERCIBIDO?

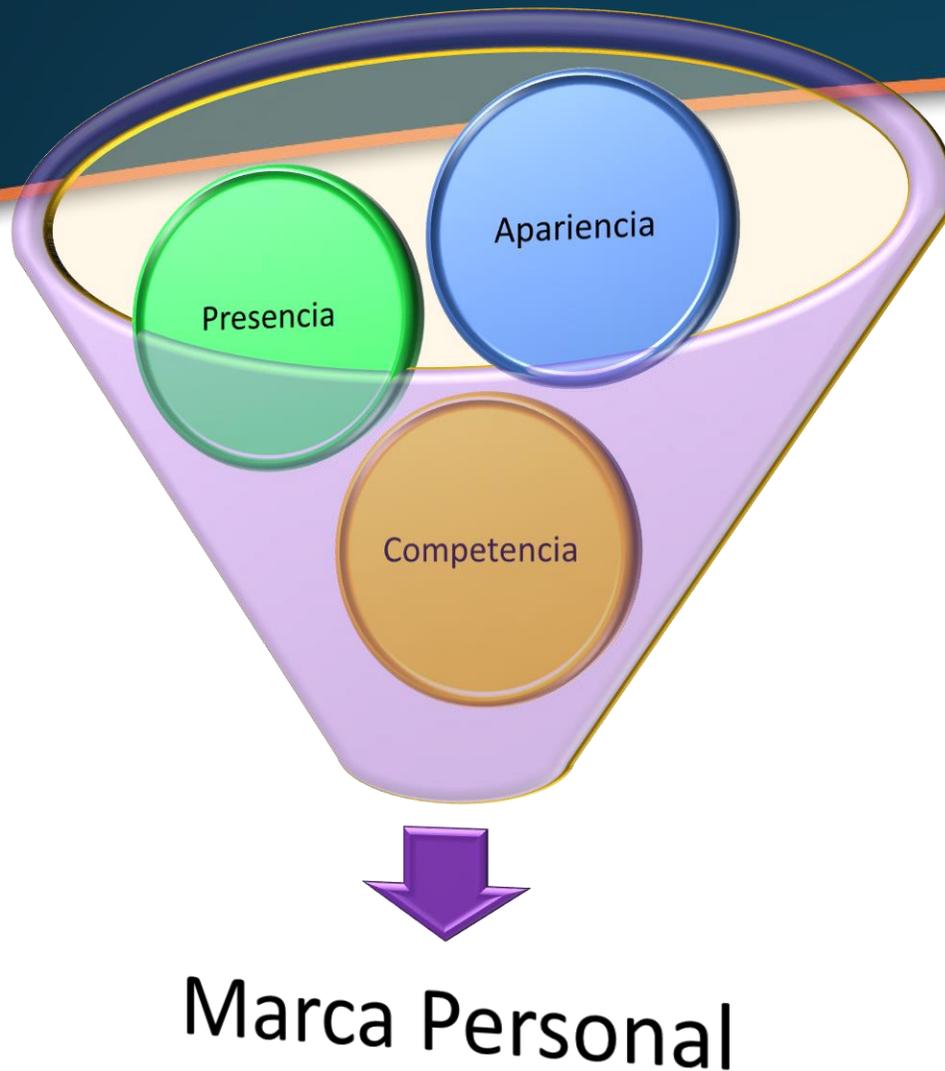
@AbogadoDigital

- ¿Has reflexionado sobre la imagen que transmites o proyectas en tu perfil (descripción), fotografía y publicaciones en redes sociales?
- Si piensas que en LinkedIn debes ser serio, en Twitter moderado, pero en Facebook puedes actuar como te da la gana, estás en un error. Se congruente y uniforme con tu imagen.
  - Aún con controles de privacidad, todo lo que publicas puede ser encontrado o compartido por terceros.



# #5. CUIDADO CON LAS 3 “...CIA’S”

@AbogadoDigital

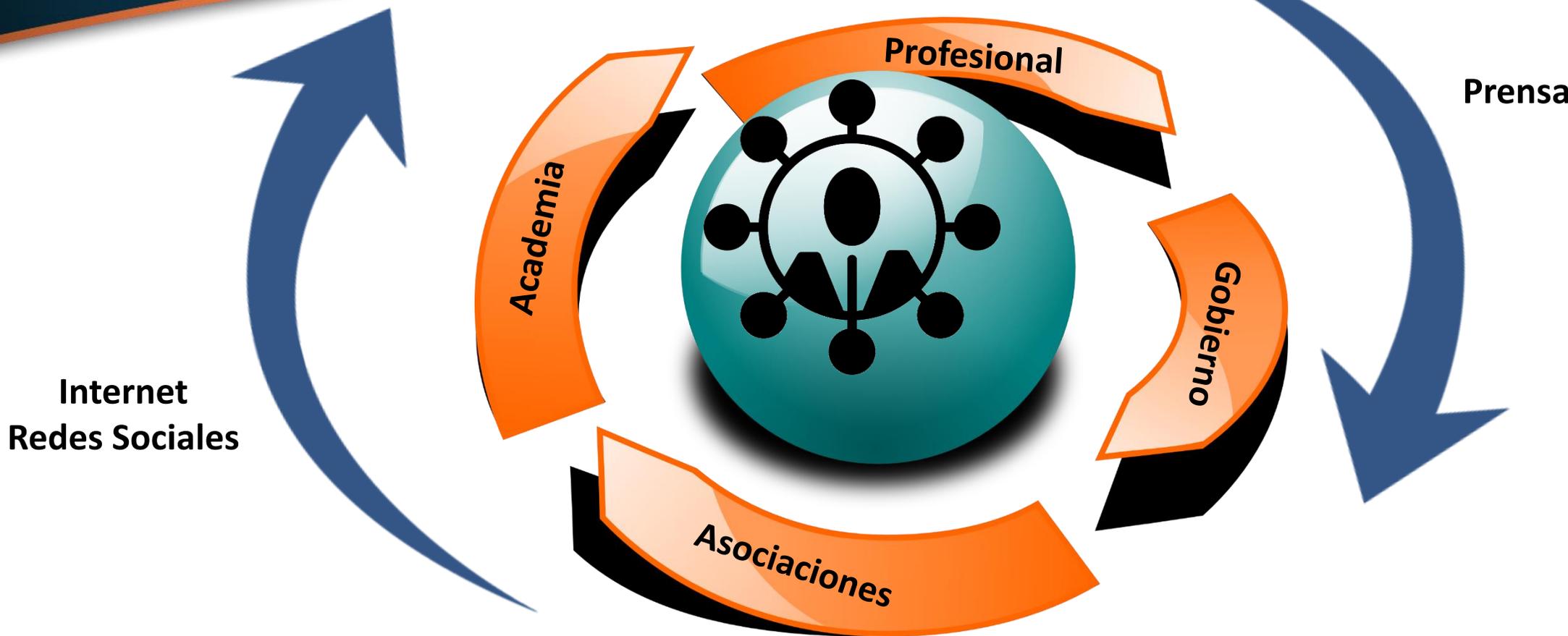


Esté bien o mal, cuando la gente no te conoce se forma una opinión de ti (te juzga):

- por cómo te ves (**apar**iencia),
- por lo que proyectas (**pre**sencia) y
- por lo que parece -o dices- que sabes hacer (**com**petencia).

# AMPLÍA TUS CÍRCULOS DE INFLUENCIA

@AbogadoDigital



**Joel A. Gómez Treviño**  
**LEX INFORMÁTICA ABOGADOS, S.C.**  
**ACADEMIA MEXICANA DE DERECHO INFORMÁTICO, A.C.**

- [www.LexInformatica.com](http://www.LexInformatica.com)
- [JoelGomez.Abogado.Digital](http://JoelGomez.Abogado.Digital)
- [www.amdi.org.mx](http://www.amdi.org.mx)
- [www.AbogadoDigital.tv](http://www.AbogadoDigital.tv)
- [www.Abogado.Digital](http://www.Abogado.Digital)

Boulevard Anillo Periférico Adolfo López  
Mateos No.4293, Piso 3, Int. 300.  
Col. Jardines de la Montaña. C.P. 14210.  
Ciudad de México.

Conmutador.- (55) 4774-0597

[joelgomez@lexinformatica.com](mailto:joelgomez@lexinformatica.com)

[abogado@joelgomez.com](mailto:abogado@joelgomez.com)

[Twitter.com/AbogadoDigital](https://twitter.com/AbogadoDigital)

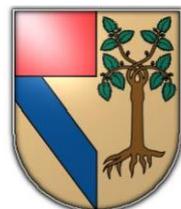
El autor desea agradecer a las instituciones educativas que lo han invitado a impartir cátedra desde 1998, entre ellas:

# AGRADECIMIENTOS

@AbogadoDigital



Campus Monterrey  
Campus Santa Fe  
Campus Puebla



UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA

Campus Guadalajara  
Campus Aguascalientes  
Campus Ciudad de México

ITAM

UDLAP®  
JENKINS GRADUATE SCHOOL

## Joel Gómez Treviño

- Es Abogado egresado del Tecnológico de Monterrey y tiene una Maestría en Derecho Internacional por la Universidad de Arizona. Es Doctor Honoris Causa. Cuenta con 24 de años de trayectoria como especialista en derecho de las tecnologías de la información, privacidad y propiedad intelectual.
- Es Presidente fundador de la Academia Mexicana de Derecho Informático y Coordinador del Comité de Derecho de las TIC y Datos Personales de la Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados (ANADE).
- Ha recibido 18 reconocimientos (nacionales e internacionales) debido a su desempeño profesional y su contribución al crecimiento de la industria de Internet en México.
- Ha sido invitado a impartir más de 450 conferencias y cursos en programas profesionales y académicos de Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala, Italia, Panamá, México y Asia.
- Es profesor del ITESM, Universidad Panamericana, INFOTEC y UDLAP.

- **Joel Alejandro Gómez Treviño** es el autor de estos materiales, los cuales en su versión original datan del año 2010 y su última actualización es del año 2019. Para su difusión y conocimiento, el autor desea ponerlos en libre circulación. Las únicas restricciones para el uso de estos materiales son las siguientes:
  - No se pueden editar de ninguna manera.
  - No se pueden comercializar ni lucrar (directa o indirectamente) con ellos. No se pueden usar si el expositor, instructor o profesor es remunerado de cualquier manera.
  - En caso de utilizarlos (total o parcialmente), deberá citarse invariablemente al autor.