

Pisc. Pablo Eduardo Vargas, MSIIM

- Es profesor universitario con experiencia en la docencia de emprendimiento, sistemas de información para la toma de decisiones gerenciales y marketing. Actualmente, se desempeña como Coordinador de Innovación en el Centro de Investigación Educativa AIP.
- Anteriormente, fue Encargado del Observatorio de Políticas Públicas para el Emprendimiento y el Ecosistema Nacional de la Dirección de Planificación, y Director de Desarrollo Empresarial en la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Panamá (Ampyme). También lideró la jefatura de investigación de mercados en un medio de comunicación social nacionales.
- Es psicólogo con estudios especializados en sistemas de información e investigación de mercados por la ESIC Business & Marketing School de Madrid, y posee un postgrado en docencia superior en entornos virtuales.
- Cuenta con 20 años de experiencia en investigación de mercados, análisis de información para mejorar la gestión empresarial y análisis psicosocial aplicado al marketing. Durante los últimos 10 años, ha emprendido en diversas startups enfocadas en investigación y tecnología.
- Su pasión profesional se centra en desarrollar culturas de medición dentro de las organizaciones, promoviendo la conceptualización de metas, métricas y medios de control para optimizar la gestión empresarial.



Pisc. Pablo Eduardo Vargas, MSIIM

- He is a university professor with experience in teaching entrepreneurship, information systems for managerial decision-making, and marketing. He currently serves as the Innovation Coordinator at the Educational Research Center AIP.
- Previously, he was in charge of the Public Policy Observatory for Entrepreneurship and the National Ecosystem at the Directorate of Planning, as well as the Director of Business Development at the Authority for Micro, Small, and Medium Enterprises of Panama (Ampyme). He also led the market research department at a national media outlet.
- He is a psychologist with specialized studies in information systems and market research from ESIC Business & Marketing School in Madrid and holds a postgraduate degree in higher education in virtual environments.
- He has 20 years of experience in market research, data analysis to improve business management, and psychosocial analysis applied to marketing. Over the past 10 years, he has ventured into various startups focused on research and technology.
- His professional passion lies in developing measurement-driven cultures within organizations, promoting the conceptualization of goals, metrics, and control mechanisms to optimize business management.

