

El Futuro de las Organizaciones

La presente investigación aborda cómo el entorno empresarial contemporáneo se transforma mediante la integración de tecnologías y prácticas innovadoras. Comienza explorando el marketing digital como herramienta esencial para la competitividad.

Luego, analiza el derecho corporativo, destacando la importancia de la adaptación legal en un mundo globalizado. Se examina la resistencia al cambio, identificando barreras y estrategias para superarlas. También, se discuten las tendencias globales y su impacto en las estrategias empresariales. Se profundiza en el Internet de las cosas y la automatización con robots como impulsores de eficiencia. Se evalúan el teletrabajo y la ciberseguridad como elementos críticos en la estructura organizacional moderna. Finalmente, la investigación concluye con un análisis de la cuarta revolución industrial, que engloba todas las tecnologías mencionadas y su impacto en la transformación de industrias enteras, desde la manufactura hasta los servicios. Se argumenta que las empresas y startups deben adoptar una mentalidad de innovación continua y agilidad organizacional para mantenerse competitivas en un entorno cada vez más digital y conectado.

Dr. Alfredo Gutiérrez García. Fundador y Director General de Quality Consulting Instituto de Educación Capacitación y Certificación de México.

Dr. Felipe de Jesús García Olvera. Político presidente municipal de la ciudad de Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional, Guanajuato, México de 2003-2006.

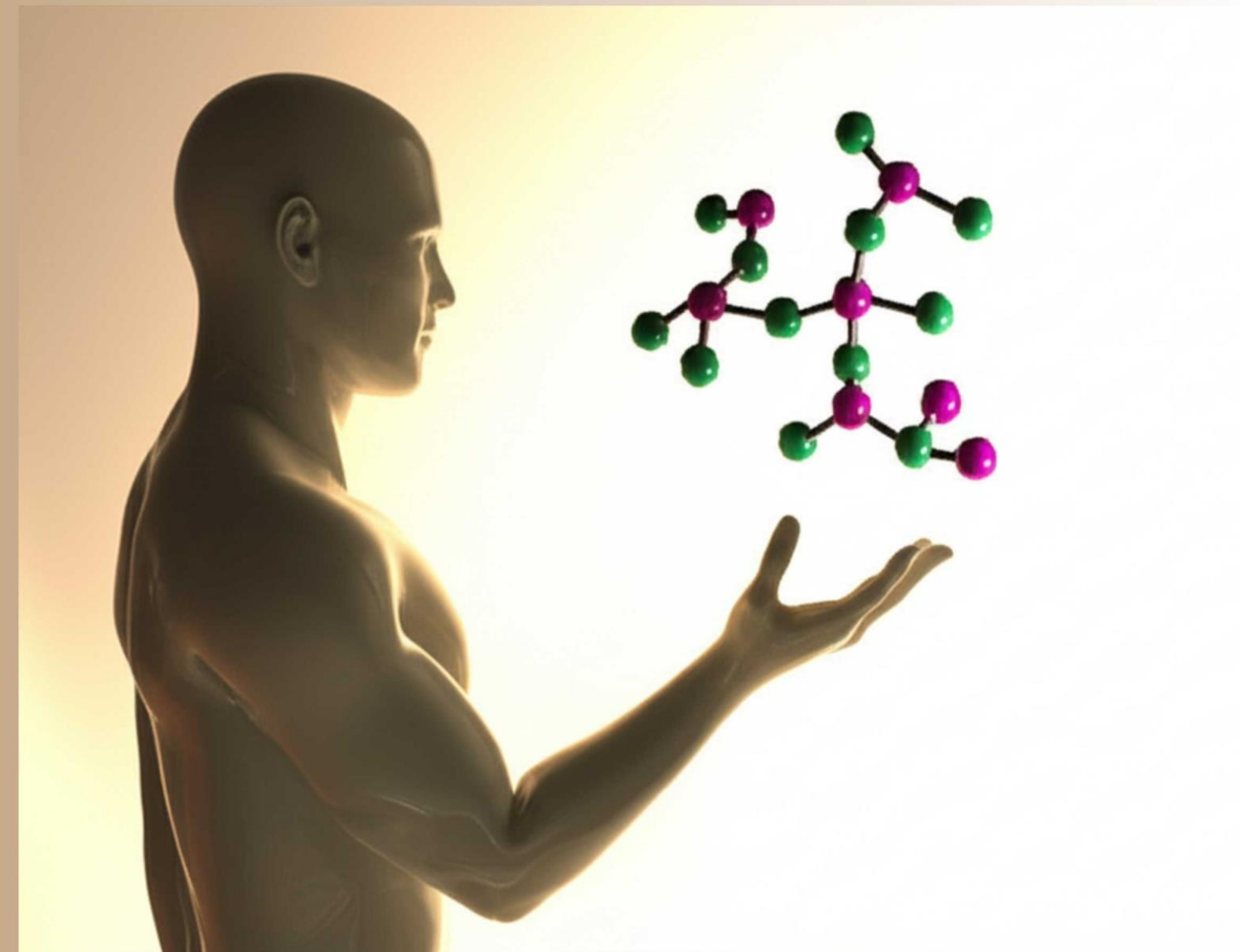


EDITORIAL IECCM México

EDITORIAL IECCM México

Gutiérrez García, García Olvera

EDITORIAL IECCM México



Dr. Alfredo Gutiérrez García
Dr. Felipe De Jesús García Olvera

**El futuro de las organizaciones,
La Transformación Digital en las Empresas
Post-COVID-19**

**Dr. CEA; Dr. Ed; Dr. Ing; MIM;
MBA; Ing. Ind.**

Alfredo Gutiérrez García

Dr. Dir; MBA; LAd.

Felipe de Jesús García Olvera

**El futuro de las organizaciones, la
transformación digital en las
empresas post COVID 19**

Dr. Alfredo Gutiérrez García

En agradecimiento a mi esposa, la cual hombro con hombro ha sido parte de muchos retos empresariales, codo a codo llevando en alto el nombre y prestigio internacional de Quality Consulting Instituto de Educación y Certificación de México.

Legal notice

All brand names and product names mentioned in this publication are subject to trademark, brand, or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, or product descriptions, even without a specific mention, does not imply that such names are exempt from legal protection and may be freely used by third parties without the corresponding authorization.

Cover image: Google Gemini AI

Publisher

Editorial IECCMEXICO

Registered trademark of

Quality Consulting Instituto de Educación Capacitación y Certificación de México S.A.S.

Address:

El Rosario 82, Colonia San Antonio del Carmen, C.P. 37803, Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional, Guanajuato, México.

Printed in: see last page

ISBN: 978-970-96814-0-6

© 2025 Dr. Alfredo Gutiérrez García, Dr. Felipe de Jesús García Olvera.

© 2025 Quality Consulting Instituto de Educación Capacitación y Certificación de México S.A.S.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise without prior written permission of the copyright holder.

This work is protected under the **Ley Federal del Derecho de Autor (México)**, the **Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works**, the **WIPO Copyright Treaty (WCT)**, and other applicable international copyright laws. Any unauthorized use constitutes an infringement and may result in civil, administrative, and criminal liability under applicable legislation.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	8
DELIMITACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
CAPITULO I. CONCEPTOS E INTRODUCCIÓN A LA PROBLEMÁTICA	11
DELIMITACIÓN.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	14
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	14
CONTEXTO Y RELEVANCIA	14
CONTRIBUCIÓN A LA PRÁCTICA EMPRESARIAL.....	15
<i>Aplicación</i>	15
IMPACTO EN OPERACIONES Y MODELOS DE NEGOCIO.....	16
<i>Importancia</i>	16
<i>Aplicación</i>	16
DESAFÍOS Y MEJORES PRÁCTICAS.....	16
<i>Importancia</i>	16
<i>Aplicación</i>	16
<i>Contribución al Conocimiento Académico</i>	16
FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	17
OBJETIVO GENERAL.....	17
<i>Objetivos Específicos</i>	17
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	18
CAPITULO II. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA	22
TIPO DE INVESTIGACIÓN	22
METODOLOGÍA.....	24
VARIABLES DE ESTUDIO.....	26
MARKETING DIGITAL.....	26
DERECHO CORPORATIVO.....	29
RESISTENCIA AL CAMBIO.....	30
TENDENCIAS GLOBALES.....	33
INTERNET DE LAS COSAS.....	35
AUTOMATIZACIÓN ROBOTS.....	37
TELETRABAJO.....	41
CIBERSEGURIDAD.....	45
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	48
PRIMARIAS.....	48
SECUNDARIAS.....	50
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA.....	53

APRENDIZAJE BASADO EN RETOS.....	53
I. Reto.	53
II. Generar ideas.	57
III. Múltiples perspectivas.	63
CAPITULO IV. APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	97
IV. Investigar y revisar	97
Hallazgos en marketing digital.....	97
Hallazgos de derecho corporativo.....	107
Hallazgos de resistencia al cambio.....	119
Hallazgos de tendencias globales.....	139
Hallazgos internet de las cosas.....	160
Hallazgos implementación de robots.....	179
Hallazgos teletrabajo.....	201
Hallazgos ciberseguridad.....	221
CAPITULO V. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	234
V. Probar la destreza	234
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES A LAS EMPRESAS Y STARTUPS	261
CONCLUSIÓN.....	261
BIBLIOGRAFÍA.....	266
ANEXOS.....	268

Introducción.

La pandemia de COVID-19 ha sido un catalizador sin precedentes para la transformación digital en empresas de todo el mundo, algo que en varias generaciones no se había visto o vivido y dentro de la cual se tenga alguna remembranza, esto en cuestión de meses afectó a todas las organizaciones de todos los tamaños y sectores y se vieron obligadas a adaptar sus operaciones, estrategias y modelos de negocio a un entorno radicalmente diferente. La necesidad de distanciamiento social, el cierre de oficinas y tiendas físicas, y las interrupciones en las cadenas de suministro globales, entre otros desafíos, impulsaron a las empresas a acelerar la adopción de tecnologías digitales para sobrevivir y prosperar en una nueva normalidad, este contexto de crisis ha destacado la importancia de la agilidad, la resiliencia y la innovación en el ámbito empresarial, haciendo de la transformación digital una prioridad estratégica indispensable hoy día y, que se requiere en lo presente y futuro para todas las startups¹ así como las que ya cuentan con presencia en el mercado.

Ahora bien, la transformación digital es un elemento pilar de las empresas y esto implica la integración de tecnologías digitales en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente cómo se opera y se entrega valor a los clientes, así como las diferentes técnicas de atracción de leads, esto no es únicamente la adopción de nuevas herramientas tecnológicas, sino una reconfiguración completa de procesos, culturas y experiencias organizativas. Antes de la pandemia, muchas empresas ya estaban embarcadas en sus propias iniciativas de transformación digital, pero el ritmo y la profundidad de estas transformaciones han variado considerablemente al marcar el paso acelerado hacia la transformación, de este modo la crisis sanitaria mundial ha acelerado estas iniciativas, forzando a las empresas a adoptar tecnologías como la nube, la

¹ Empresa de nueva creación que, gracias a su modelo de negocio escalable y al uso de las nuevas tecnologías

inteligencia artificial² (IA), el Internet de las Cosas³ (IoT), embudos de ventas, derecho corporativo y el análisis de datos a un ritmo sin precedentes.

La implementación exitosa de la transformación digital puede llevar a mejoras significativas en eficiencia operativa y sobre todo la reducción de costos, mayor flexibilidad y capacidad de respuesta, así como a la creación de nuevas oportunidades de negocio, sin embargo, también presenta numerosos desafíos, pues las empresas deben gestionar la resistencia al cambio, garantizar la seguridad y privacidad de los datos, y desarrollar las habilidades digitales necesarias entre sus empleados, además, la transformación digital debe alinearse con la estrategia empresarial global y adaptarse a un entorno regulatorio en constante evolución.

En esta línea el presente estudio se centra en analizar cómo las empresas han llevado a cabo sus transformaciones digitales durante y después de la pandemia de COVID-19, evaluando los impactos de estas estrategias en su eficiencia operativa, competitividad y resiliencia, además de buscar e identificar las mejores prácticas adoptadas por las empresas que han logrado una transformación exitosa, así como los desafíos comunes enfrentados en este proceso. Por tal motivo, la identificación de estos factores permitirá ofrecer recomendaciones prácticas para que otras empresas y startups puedan abordar sus propias iniciativas de transformación digital de manera más efectiva en este entorno globalizado tan competitivo y llegar a la madurez como modelo de negocio.

Uno de los principales objetivos de esta investigación es entender qué tecnologías digitales han sido adoptadas con mayor frecuencia, la forma en la cual se pueden utilizar o adaptar a las empresas y éxito que han tenido las empresas en respuesta a la pandemia. La computación en la nube, por ejemplo, ha jugado un papel crucial al permitir a las empresas mantener la continuidad operativa y facilitar el teletrabajo, la integración de aplicaciones empresariales, la inteligencia artificial y el análisis de datos han ayudado a las empresas a tomar decisiones más informadas

² Campo de la informática que se enfoca en crear sistemas que puedan realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana

³ Red de objetos físicos que llevan incorporados sensores, software y otras tecnologías con el fin de conectarse e intercambiar datos con otros dispositivos y sistemas a través de Internet

y a responder rápidamente a los cambios en el mercado. El Internet de las Cosas ha mejorado la gestión de la cadena de suministro, permitiendo una mayor visibilidad y control sobre los activos y procesos y, sobre todo, la automatización de procesos robóticos (RPA) ha permitido a las empresas automatizar tareas rutinarias, liberando recursos humanos para actividades de mayor valor.

Otro aspecto crítico de la investigación es examinar cómo han cambiado los modelos de negocio y las estrategias operativas de las empresas debido a la transformación digital, muchas empresas han tenido que reinventar sus modelos de negocio para adaptarse a la digitalización acelerada, por ejemplo, los minoristas tradicionales han adoptado modelos de comercio electrónico y omnicanal⁴ para atender a los clientes que ya no podían visitar las tiendas físicas. Las empresas de servicios han desarrollado nuevas ofertas digitales para mantener el compromiso del cliente y continuar operando de manera eficiente, es por ello que la pandemia también ha impulsado la adopción de nuevas formas de trabajo, como el teletrabajo y los modelos de trabajo híbrido, que requieren nuevas estrategias de gestión y herramientas de colaboración digital.

La pandemia de COVID-19 ha subrayado la importancia de la resiliencia organizacional, la capacidad de una empresa para adaptarse y prosperar frente a las adversidades, ha sido clave para mejorar esta resiliencia, permitiendo a las empresas responder más rápidamente a las disrupciones, adaptarse a los cambios en el mercado y mantener la continuidad operativa. Sin embargo, también ha revelado la necesidad de una mayor ciberseguridad, ya que el aumento del trabajo remoto y la dependencia de las tecnologías digitales han ampliado la superficie de ataque para los ciberdelincuentes, por lo que la protección de datos y la privacidad se han convertido en preocupaciones críticas, y las empresas deben implementar medidas de seguridad robustas para proteger su información y la de sus clientes.

En términos de metodología, este estudio adoptará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, por lo que se realizarán encuestas

⁴ Experiencias de cliente de alta calidad, fluidas y sin esfuerzo que ocurren dentro y entre los canales de contacto

a muestras representativas de empresas que han implementado estrategias de transformación digital para recopilar datos cuantitativos sobre los impactos de estas iniciativas en su rendimiento y se llevarán a cabo entrevistas en profundidad con directivos y empleados clave para obtener una comprensión cualitativa de sus experiencias y percepciones sobre la transformación digital, este enfoque permitirá una evaluación integral de cómo la transformación digital está configurando el futuro de las organizaciones en el contexto post-COVID-19.

Delimitación y planteamiento del problema de investigación.

La pandemia de COVID-19 ha impulsado una transformación digital sin precedentes en empresas de todo el mundo, este estudio se centrará específicamente en cómo las startups, empresas medianas y grandes de diversos sectores han adoptado y adaptado tecnologías digitales y como deberían hacerlo en caso dado de afrontar áreas de oportunidad, para enfrentar los desafíos presentados por la pandemia, y cómo estas transformaciones están influyendo en su operativa y estrategias post-pandemia. La investigación se llevará a cabo en un contexto global, analizando ejemplos de empresas en diferentes regiones, incluyendo América del Norte, Europa, Asia y América Latina, para proporcionar una visión amplia y comparativa de las estrategias de transformación digital.

CAPITULO I. CONCEPTOS E INTRODUCCIÓN A LA PROBLEMÁTICA

Delimitación.

El estudio delimitará su alcance a ocho áreas principales:

1. Marketing digital: explorará para su aplicación el conjunto de herramientas informáticas y de automatización que permiten la

presencia de la empresa en internet, el posicionamiento SEO⁵ y SEM⁶ así como las estrategias necesarias para crear todo el ecosistema donde se desenvuelve la empresa teniendo presencia internacional, utilizando las mejores alternativas en logística y cadena de suministro, además de embudos de ventas. Diseño gráfico, mockup para la contextualización de visual de los productos o servicios para medios digitales y branding como estrategia de publicidad impresa.

2. Derecho corporativo: evaluará las características legales aplicables a la regulación del estado mexicano tanto en nombre de la marca, su imagen comercial y aviso de privacidad de datos personales a los cuales todas las empresas deben sujetarse por realizar actos mercantiles.
3. Resistencia al cambio: diseñará la propuesta de ejecución para un plan anual de capacitación que proporcione las herramientas cognitivas, psicomotoras y afectivas a fin de expresar conscientemente la necesidad de adopción de nuevas formas de trabajo para aumentar la competitividad de la empresa.
4. Tendencias globales: descubrir y decidir las herramientas tecnológicas que están por llegar a fin de seleccionar las mejores alternativas para su implementación en la empresa, así como las que más éxito han tenido en empresas locales, nacionales internacionales.
5. Internet de las cosas: reconocer las características técnicas para la implementación de herramientas que promuevan la intercomunicación global entre los procesos de la empresa, sus operaciones y la toma de decisiones de los directivos.
6. Automatización Robots: enlistar las ventajas de utilizar este tipo de tecnología, sus características programables y las formas en las cuales estas pueden ser viables para remplazar las tareas humanas.

⁵ Conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados

⁶ Aumentar la visibilidad y posicionamiento de un negocio o página web en las páginas de resultados de los motores de búsqueda

7. Teletrabajo: explorar las áreas de oportunidad que existen por esta modalidad de trabajo, tanto sus ventajas como desventajas y los puntos de inflexión que regula la STPS⁷ para garantizar su efectividad y eficiencia, así como los requisitos de condiciones de seguridad y salud en el trabajo.
8. Ciberseguridad: aplicar sistemas tecnológicos que garanticen la seguridad de los datos personales de los clientes y proveedores de la empresa, con fines de crear confianza manteniendo una relación de identidad con la marca y la empresa.

La delimitación temporal del estudio abarcará el periodo desde el inicio de la pandemia en marzo de 2020 hasta finales de 2023 y la repercusión que han trascendido hasta la actualidad, permitiendo una evaluación de las etapas iniciales de respuesta, adaptación y estabilización de las empresas.

Planteamiento del Problema

El advenimiento de la pandemia de COVID-19 presentó a las empresas con desafíos sin precedentes que requerían respuestas rápidas y efectivas, las medidas de distanciamiento social, los confinamientos y las restricciones en la movilidad alteraron drásticamente la forma en que las empresas operaban, forzándolas a adoptar rápidamente soluciones digitales para mantener la continuidad operativa y la competitividad en el mercado, en este contexto, la crisis sanitaria mundial, por tanto, se convirtió en un acelerador de la transformación digital, obligando a las empresas a reevaluar sus estrategias tecnológicas y organizativas para sobrevivir en un entorno de incertidumbre y cambio constante.

La transformación digital no es un concepto nuevo, sin embargo, su implementación ha sido desigual y, en muchos casos, lenta debido a la resistencia al cambio por parte de los emprendedores y empresarios, limitaciones presupuestarias y falta de habilidades digitales, pues la actualización y capacitación

⁷ Dependencia del Gobierno Federal que vigila el cumplimiento de los derechos laborales de las y los trabajadores y sus familias, para garantizar un incremento sostenido en su calidad de vida.

es necesaria primordialmente. La pandemia, al crear una necesidad inmediata de adaptación, eliminó muchas de estas barreras, pero también introdujo nuevos desafíos, entre estos desafíos se encuentran la ciberseguridad, la privacidad de los datos, la gestión del cambio organizacional, y la necesidad de desarrollar rápidamente nuevas habilidades entre los empleados. Por tal motivo, este estudio pretende abordar el problema de cómo las empresas han navegado por estos desafíos y qué impacto ha tenido la transformación digital en su capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno post-COVID-19.

Preguntas de investigación.

¿Qué tecnologías digitales han sido adoptadas con mayor frecuencia por las empresas en respuesta a la pandemia?

¿Cómo han afectado estas tecnologías a las operaciones y modelos de negocio de las empresas?

¿Cuáles son los principales beneficios y desafíos asociados con la transformación digital post-COVID-19?

¿Qué mejores prácticas han emergido de la transformación digital en el contexto de la pandemia?

¿Cuál es el ecosistema mínimo viable para que una startup o empresa trascienda en la nueva era digital?

Justificación del Estudio

Contexto y Relevancia

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en las economías y sociedades de todo el mundo, las medidas de distanciamiento social, los confinamientos y las restricciones de movilidad han obligado a las empresas a

adaptarse rápidamente para sobrevivir en un entorno altamente incierto. En este contexto, la transformación digital se ha convertido en una herramienta esencial para la continuidad operativa y la competitividad empresarial, este fenómeno ha acelerado la adopción de tecnologías digitales a un ritmo sin precedentes, y ha puesto de manifiesto la importancia de la agilidad, la resiliencia y la innovación en el ámbito empresarial.

La relevancia de este estudio radica en su capacidad para proporcionar insights⁸ valiosos sobre cómo las empresas pueden no solo sobrevivir, sino también prosperar en un mundo cada vez más digitalizado, pues la transformación digital, impulsada por la pandemia, no es una tendencia pasajera, sino una realidad que definirá el futuro de las organizaciones, al comprender mejor las estrategias, impactos y desafíos de esta transformación, las empresas pueden tomar decisiones más informadas y estratégicas.

Contribución a la Práctica Empresarial

Este estudio tiene el potencial de ofrecer un conjunto de mejores prácticas y estrategias comprobadas que pueden ser aplicadas en diferentes contextos empresariales para mejorar la resiliencia y la competitividad en un entorno post-pandemia. De este modo, la investigación se centrará en ocho áreas principales: Marketing digital, Derecho corporativo, Resistencia al cambio, Tendencias globales, Internet de las cosas, Automatización Robots, Teletrabajo y Ciberseguridad.

Aplicación.

Este conocimiento permitirá a las empresas y startups invertir de manera más estratégica en tecnologías que han demostrado ser eficaces en contextos similares, optimizando así sus recursos y maximizando los beneficios, así como diseñar su plan estratégico que los mantenga en un ambiente competitivo en el mercado.

⁸ Descubrimiento de una idea reveladora que da la clave para poder resolver un problema

Impacto en Operaciones y Modelos de Negocio.

Importancia.

La adopción de tecnologías digitales no solo afecta la eficiencia operativa, sino que también puede transformar fundamentalmente los modelos de negocio, evaluando cómo las tecnologías digitales han influido en la operativa diaria y en la estructura organizacional, siendo esencial para entender los beneficios y las implicaciones de la transformación digital.

Aplicación.

Las empresas pueden utilizar estos insights para reconfigurar sus operaciones y modelos de negocio de manera que se alineen mejor con las demandas y oportunidades del entorno digital post-pandemia.

Desafíos y Mejores Prácticas.

Importancia.

Aunque la transformación digital ofrece numerosos beneficios, también presenta desafíos significativos, como la resistencia al cambio, la ciberseguridad, la gestión de datos y la capacitación de empleados. Por tal motivo es necesario identificar estos desafíos y las mejores prácticas emergentes para desarrollar estrategias efectivas de transformación digital.

Aplicación.

Las empresas pueden utilizar las mejores prácticas identificadas para superar los desafíos asociados con la transformación digital, asegurando una implementación más fluida y exitosa.

Contribución al Conocimiento Académico

Además de su relevancia práctica, este estudio también contribuirá al conocimiento académico en el campo de la administración de negocios y la tecnología de la información, el derecho corporativo, los recursos humanos y la mercadotecnia, pues la transformación digital es un área de investigación en rápido crecimiento, y este estudio proporcionará una base empírica sólida que puede ser

utilizada por académicos, consultores y responsables de políticas para desarrollar marcos teóricos y prácticas recomendadas en la gestión de la transformación digital.

Formulación de objetivos

Objetivo General

Analizar y evaluar cómo la transformación digital, acelerada por la pandemia de COVID-19, ha afectado las operaciones, modelos de negocio y resiliencia de las empresas medianas y grandes, con el fin de identificar y sintetizar mejores prácticas y estrategias para optimizar la implementación de tecnologías digitales en un entorno post-pandemia.

Objetivos Específicos

Identificar y describir las tecnologías digitales más comúnmente adoptadas por las empresas en respuesta a la pandemia de COVID-19, con el objetivo de comprender las tendencias tecnológicas actuales en distintos sectores y regiones.

Analizar y evaluar el impacto de la adopción de estas tecnologías en las operaciones diarias y en los modelos de negocio de las empresas, para determinar las ventajas y desventajas observadas en diferentes contextos empresariales.

Examinar y discutir los principales desafíos que las empresas han enfrentado durante la implementación de tecnologías digitales, con el fin de sintetizar soluciones prácticas y estrategias de mitigación basadas en experiencias empíricas.

Evaluar y seleccionar las mejores prácticas emergentes en la gestión de la transformación digital, proponiendo recomendaciones prácticas que las empresas pueden seguir para mejorar su resiliencia y competitividad en un entorno post-pandemia.

Desarrollar y justificar un marco teórico que explique la relación entre la transformación digital y la resiliencia organizacional, basado en los datos empíricos recopilados y el análisis de casos de estudio, con el propósito de contribuir al

conocimiento académico en el campo de la administración de negocios y la tecnología de la información.

Marco teórico conceptual.

La transformación digital se refiere a la integración de tecnologías digitales en todas las áreas de una empresa, lo que resulta en cambios fundamentales en cómo las organizaciones operan y entregan valor a sus clientes (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). La pandemia de COVID-19 ha acelerado este proceso, obligando a las empresas a adaptarse rápidamente a nuevas formas de trabajo y de interacción con los clientes (McKinsey & Company, 2020).

La literatura sobre transformación digital destaca varios componentes clave, incluidos el uso de la nube, la inteligencia artificial, el big data, el Internet de las Cosas y la automatización de procesos (Vial, 2019). Estas tecnologías permiten a las empresas mejorar la eficiencia operativa, personalizar las experiencias del cliente y desarrollar nuevos modelos de negocio (Fitzgerald, Kruschwitz, Bonnet, & Welch, 2013).

Además, la gestión del cambio organizacional y la capacitación de los empleados son cruciales para el éxito de la transformación digital (Kotter, 1996). La resistencia al cambio y la falta de habilidades digitales son barreras significativas que deben abordarse (Westerman et al., 2014).

La resiliencia organizacional, definida como la capacidad de una empresa para adaptarse y prosperar frente a la adversidad, se ha convertido en un objetivo clave en el entorno post-pandemia (Lengnick-Hall, Beck, & Lengnick-Hall, 2011). La transformación digital ha demostrado ser un factor crítico para aumentar la resiliencia, permitiendo a las empresas responder rápidamente a las disrupciones y mantener la continuidad operativa (Deloitte, 2020).

El marketing digital se refiere al uso de canales y tecnologías digitales para promocionar productos y servicios, facilitando la interacción directa con los consumidores y la personalización de experiencias (Chaffey & Ellis-Chadwick,

2019). La pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción del marketing digital, obligando a las empresas a innovar en sus estrategias de comunicación y ventas (Kannan, 2017). Herramientas como el SEO, el marketing en redes sociales y el email marketing se han vuelto esenciales para llegar a audiencias más amplias y mejorar la efectividad de las campañas (Ryan, 2016).

El derecho corporativo regula la formación, gobernanza y disolución de las corporaciones, enfocándose en aspectos como la responsabilidad de los directivos, los derechos de los accionistas y la transparencia financiera (Bainbridge, 2015). La pandemia de COVID-19 ha resaltado la necesidad de adaptaciones legales, incluyendo la flexibilización de las reuniones virtuales y la firma electrónica (Lipton, 2020). Además, se han incrementado las regulaciones para proteger a los stakeholders y asegurar la continuidad operativa en tiempos de crisis (Tricker, 2019).

Las tendencias globales en innovación de negocios están impulsadas por avances tecnológicos y cambios en las expectativas del consumidor. La digitalización y la inteligencia artificial están transformando modelos de negocio tradicionales, permitiendo una personalización masiva y eficiencia operativa sin precedentes (Schwab, 2017). Además, el enfoque en sostenibilidad y responsabilidad social está llevando a las empresas a innovar en sus prácticas y productos para satisfacer la demanda de consumidores conscientes (Porter & Kramer, 2019). La pandemia de COVID-19 ha acelerado estas tendencias, destacando la importancia de la resiliencia y la agilidad organizacional para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado (McKinsey & Company, 2020).

La automatización mediante robots es una tendencia creciente que está transformando diversos sectores industriales y de servicios. Los robots y la automatización han demostrado ser herramientas clave para mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la precisión en tareas repetitivas y peligrosas (Bughin et al., 2018). La incorporación de robots en la manufactura ha llevado a la creación de fábricas inteligentes, donde la conectividad y la analítica de datos optimizan los procesos productivos (Rüßmann et al., 2015).

La pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción de la automatización robótica, especialmente en sectores críticos como la logística, la salud y la producción de bienes esenciales (McKinsey & Company, 2020). Los robots han desempeñado un papel crucial en la reducción del contacto humano y la garantía de la continuidad operativa en condiciones seguras (Chui, Manyika, & Miremadi, 2016).

Además, la automatización robótica está expandiéndose hacia áreas más avanzadas mediante el uso de inteligencia artificial y machine learning, permitiendo a los robots aprender y adaptarse a nuevas tareas (Huang & Rust, 2018). Esto no solo mejora la flexibilidad y capacidad de respuesta de las empresas, sino que también plantea importantes cuestiones éticas y laborales sobre el futuro del trabajo humano en un entorno cada vez más automatizado (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

El teletrabajo, definido como la realización de tareas laborales fuera del entorno tradicional de la oficina mediante el uso de tecnologías de la información y comunicación, ha cobrado especial relevancia en la última década (Nilles, 1998). La pandemia de COVID-19 ha catalizado una adopción masiva del teletrabajo, transformándolo de una práctica opcional a una necesidad para la continuidad operativa de las empresas (Brynjolfsson et al., 2020).

La literatura sobre teletrabajo resalta múltiples beneficios, como la flexibilidad laboral, la reducción de costos operativos y la mejora del equilibrio entre la vida laboral y personal (Gajendran & Harrison, 2007). Sin embargo, también se identifican desafíos significativos, como la gestión del rendimiento, la cohesión del equipo y la ciberseguridad (Bailey & Kurland, 2002). Las empresas deben implementar estrategias efectivas de gestión y tecnologías de colaboración para superar estos retos y aprovechar al máximo el potencial del teletrabajo (Mulki, Bardhi, Lassk, & Nanavaty-Dahl, 2009).

La adaptación al teletrabajo también implica un cambio cultural y estructural dentro de las organizaciones, donde la confianza y la comunicación abierta juegan roles cruciales (Kossek, Lautsch, & Eaton, 2006). Este nuevo paradigma laboral no solo redefine las dinámicas laborales, sino que también presenta una oportunidad

para innovar en las prácticas de gestión y promover una mayor inclusión y diversidad en la fuerza laboral (Allen, Golden, & Shockley, 2015).

La ciberseguridad es un campo crítico que aborda la protección de sistemas informáticos, redes y datos contra accesos no autorizados, ataques y daños (Stallings, 2019). Con el aumento de la digitalización y el teletrabajo debido a la pandemia de COVID-19, la importancia de robustas medidas de ciberseguridad se ha incrementado significativamente (PwC, 2020).

La literatura sobre ciberseguridad identifica varias áreas clave: la protección de la infraestructura crítica, la gestión de riesgos y la respuesta a incidentes (Andress, 2014). La infraestructura crítica incluye sistemas esenciales para el funcionamiento de la sociedad y la economía, como energía, agua y finanzas, que deben ser protegidos contra ataques cibernéticos (Lewis, 2014). La gestión de riesgos implica la identificación, evaluación y mitigación de riesgos cibernéticos, mientras que la respuesta a incidentes se refiere a la capacidad de una organización para reaccionar rápidamente y recuperar la normalidad tras un ataque (NIST, 2018).

Además, la ciberseguridad abarca la formación y concienciación de los empleados, ya que el factor humano es a menudo el eslabón más débil en la cadena de seguridad (Soomro, Shah, & Ahmed, 2016). Las empresas deben implementar políticas y procedimientos adecuados, así como invertir en tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y el machine learning, para detectar y prevenir amenazas de manera proactiva (Huang & Pearlson, 2019).

El Aprendizaje Basado en Retos es un enfoque pedagógico que se ha incorporado en áreas de estudio como la ciencia y la ingeniería, y demanda una perspectiva del mundo real porque sugiere que el aprendizaje involucra el hacer o actuar del estudiante respecto a un tema de estudio (Jou, Hung y Lai, 2010). Este acercamiento ofrece un marco de aprendizaje centrado en el estudiante que emula las experiencias de un lugar de trabajo moderno (Santos, Fernandes, Sales y Nichols, 2015). Es así que el Aprendizaje Basado en Retos aprovecha el interés de los estudiantes por darle un significado práctico a la educación, mientras desarrollan competencias claves como el trabajo colaborativo y multidisciplinario, la toma de

decisiones, la comunicación avanzada, la ética y el liderazgo (Malmqvist, Rådberg y Lundqvist, 2015) (Tecnológico de Monterrey, 2020).

El aprendizaje basado en retos contiene elementos para su aplicabilidad, los cuales son: reto: problemática y definición, generar ideas: primeras reflexiones sobre el reto, múltiples perspectivas: diferentes acercamientos sobre el reto y posibles formas de abordarlo, investigar y revisar: participación en actividades de investigación y revisión de datos e información y probar la destreza: autoevaluación formativa por parte del estudiante, publicación de los productos y resultados logrados (Tecnológico de Monterrey, 2020).

CAPITULO II. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de la investigación y metodología

Tipo de investigación

La presente investigación es de carácter mixta, pues es un enfoque metodológico robusto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para proporcionar una comprensión más completa y profunda de los fenómenos estudiados, en el contexto de esta tesis, que abarca temas complejos y multidimensionales como el marketing digital, el derecho corporativo, la resistencia al cambio, las tendencias globales, el Internet de las cosas, la automatización con robots, el teletrabajo y la ciberseguridad, la investigación mixta se presenta como la metodología ideal, de esta manera, este enfoque permite capturar tanto los datos estadísticos necesarios para el análisis cuantitativo como las perspectivas y experiencias individuales que enriquecen el análisis cualitativo. En el área del marketing digital, por ejemplo, se utilizarán encuestas para obtener datos sobre la efectividad de herramientas y estrategias como SEO, SEM, y embudos de ventas, complementadas con entrevistas a expertos que proporcionen una visión profunda de los desafíos y mejores prácticas en el diseño gráfico y branding, esta combinación permitirá una evaluación integral de cómo estas estrategias digitales influyen en la competitividad y visibilidad internacional de las empresas.

En cuanto al derecho corporativo, se analizarán datos cuantitativos derivados de encuestas a empresas sobre su nivel de cumplimiento y los retos enfrentados en relación con las regulaciones mexicanas, especialmente en temas como la protección del nombre de la marca, imagen comercial y privacidad de datos, estos datos serán enriquecidos con entrevistas a consultores legales para obtener un contexto más profundo sobre la aplicación práctica de estas regulaciones. La resistencia al cambio, otro tema crucial de esta tesis, será abordada mediante un enfoque mixto que combine datos cualitativos obtenidos a través de grupos focales y entrevistas con empleados para entender las barreras emocionales y psicológicas al cambio, con datos cuantitativos de encuestas que midan actitudes y comportamientos específicos relacionados con la adopción de nuevas tecnologías y procesos. Esto permitirá diseñar programas de capacitación más efectivos y adaptados a las necesidades reales de los empleados.

Por su parte, en la exploración de tendencias globales, la investigación mixta permitirá identificar y analizar nuevas tecnologías y prácticas emergentes mediante el uso de estadísticas sobre la adopción de tecnologías en diferentes industrias y regiones, complementadas con estudios de caso y entrevistas a líderes de opinión y expertos en innovación, este enfoque facilitará una comprensión completa de cómo y por qué ciertas tendencias están siendo adoptadas con éxito y, para el Internet de las cosas, la metodología mixta será esencial para obtener una visión holística de su implementación en las empresas, los datos cuantitativos incluirán mediciones de eficiencia y productividad antes y después de la implementación de IoT, mientras que los datos cualitativos se obtendrán a través de entrevistas con gerentes y técnicos que describan sus experiencias y desafíos técnicos.

Además, en el estudio de la automatización y el uso de robots, las encuestas medirán la productividad y la reducción de errores tras la implementación de robots, y las entrevistas y observaciones cualitativas revelarán cómo los empleados se adaptan y perciben el cambio, ofreciendo información valiosa para gestionar la transición. La modalidad de teletrabajo será examinada utilizando encuestas cuantitativas para medir la productividad, la satisfacción y los desafíos enfrentados

por los empleados que trabajan desde casa, junto con entrevistas cualitativas para explorar en profundidad las experiencias personales y las mejores prácticas para mantener el bienestar y la eficiencia en un entorno de teletrabajo, este enfoque ayudará a desarrollar políticas y prácticas que maximicen los beneficios del teletrabajo mientras se mitigan sus desventajas.

Conjuntamente, en el ámbito de la ciberseguridad, la investigación mixta proporcionará una visión integral de las prácticas y desafíos en la protección de datos. Los datos cuantitativos incluirán análisis de incidentes de seguridad, tipos de amenazas y la efectividad de las medidas de protección implementadas, mientras que los datos cualitativos se obtendrán a través de entrevistas con expertos en ciberseguridad y empleados, explorando percepciones y comportamientos relacionados con la seguridad de la información, esta combinación permitirá diseñar estrategias de ciberseguridad más robustas y adaptadas a las necesidades específicas de la empresa.

Finalmente, la investigación mixta en esta tesis proporcionará una metodología integral que combinará la precisión de los datos cuantitativos con la profundidad de los datos cualitativos, permitiendo una comprensión más completa y detallada de los temas estudiados, esta metodología no solo enriquecerá el análisis y los hallazgos de la tesis, sino que también ofrecerá una base sólida para el desarrollo de estrategias efectivas y adaptadas a las complejas realidades del entorno empresarial moderno que serán una guía para las empresas y startups que tengan una situación particular o similar.

Metodología.

El Aprendizaje Basado en Retos (ABR) es una metodología educativa que se centra en la resolución de problemas reales y significativos a través de la colaboración y el pensamiento crítico, por lo que su aplicación en esta tesis sobre transformación digital en las empresas post-COVID-19 es particularmente relevante y valiosa por varias razones clave.

En primer lugar, el ABR fomenta un aprendizaje activo y experiencial, a diferencia de los métodos tradicionales que se centran en la transmisión pasiva de

conocimientos, el ABR implica directamente en el proceso de aprendizaje mediante la resolución de problemas auténticos, en el contexto de esta tesis, abordar retos reales como la implementación de marketing digital, la adaptación a regulaciones de derecho corporativo, la resistencia al cambio organizacional, y la adopción de nuevas tecnologías como el Internet de las Cosas y la automatización con robots, permitiendo aplicar teorías y conceptos en situaciones prácticas, lo que mejora significativamente la comprensión y retención del conocimiento.

Además, el ABR promueve el desarrollo de habilidades cruciales para el entorno empresarial moderno, como el pensamiento crítico, la creatividad, la colaboración y la comunicación, así como enfrentar y resolver desafíos complejos relacionados con la transformación digital exigiendo que los sucesos se analicen con información diversa y que además generen soluciones innovadoras y trabajen efectivamente como si de un equipo se tratase, por lo que es importante indicar que estas competencias son esenciales en el mundo de los negocios, donde la capacidad para adaptarse y responder a cambios rápidos y desafíos inesperados es crucial para el éxito organizacional.

Otro aspecto importante del ABR es su capacidad para fomentar la motivación y el compromiso de los empresarios y emprendedores, al trabajar en problemas reales y relevantes pueden ver el impacto directo de sus esfuerzos, lo que aumenta su motivación intrínseca y su compromiso con el aprendizaje, es por ello que en esta tesis, los temas seleccionados como el marketing digital y la ciberseguridad son altamente relevantes para el entorno empresarial actual y futuro, lo que proporciona un contexto motivador intrínseco.

El ABR también facilita la integración de conocimientos multidisciplinarios, como lo es la transformación digital es un fenómeno complejo que abarca múltiples áreas del conocimiento, desde la tecnología y el marketing hasta el derecho y la gestión del cambio. El utilizar el ABR permite abordar estos temas de manera integrada, reflejando la naturaleza interconectada de los problemas reales que enfrentan las empresas, esto no solo enriquece el aprendizaje, sino que también

prepara a las personas para pensar y actuar de manera holística, una habilidad esencial en el mundo profesional.

Además, el ABR los prepara para el futuro del trabajo, que está cada vez más orientado hacia la resolución de problemas y la innovación continua en un mundo post-COVID-19, donde la transformación digital se ha acelerado, las empresas necesitan profesionales que no solo comprendan las tecnologías emergentes, sino que también puedan aplicarlas de manera creativa y estratégica para resolver desafíos complejos proporcionando un marco para desarrollar estas capacidades de manera efectiva.

Variables de estudio.

Marketing digital.

Para el presente estudio, las variables de Estrategia de Marketing Digital serán las siguientes:

1. Estrategias de SEO (Optimización para Motores de Búsqueda)
2. Ranking de palabras clave: Posición de la empresa en los resultados de búsqueda para palabras clave específicas.
3. Tráfico orgánico: Número de visitantes que llegan al sitio web a través de resultados de búsqueda no pagados.
4. Tasa de clics (CTR) orgánica: Porcentaje de usuarios que hacen clic en el enlace de la empresa en los resultados de búsqueda.

Estrategias de SEM (Marketing en Motores de Búsqueda)

1. Costo por clic (CPC): Costo promedio pagado por cada clic en un anuncio.
2. Tasa de conversión de anuncios: Porcentaje de clics en anuncios que resultan en una conversión (por ejemplo, compra, registro).
3. Retorno de inversión en publicidad (ROAS): Ingresos generados por cada dólar gastado en publicidad.

Estrategias en Redes Sociales

1. Alcance en redes sociales: Número de usuarios que han visto una publicación de la empresa.
2. Engagement (compromiso): Interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) en las publicaciones.
3. Tasa de crecimiento de seguidores: Incremento en el número de seguidores en redes sociales durante un período específico.

Correo de propaganda

1. Tasa de apertura de correos electrónicos: Porcentaje de correos electrónicos abiertos por los destinatarios.
2. Tasa de clics en correos electrónicos: Porcentaje de clics en enlaces dentro de los correos electrónicos enviados.
3. Tasa de conversión de email marketing: Porcentaje de destinatarios de correos electrónicos que realizan una acción deseada (por ejemplo, compra).

Presencia en Línea

1. Número de visitas al sitio web: Total de visitas recibidas en el sitio web.
2. Duración promedio de la visita: Tiempo promedio que los visitantes pasan en el sitio web.
3. Tasa de rebote: Porcentaje de visitantes que abandonan el sitio web después de ver solo una página.

Posicionamiento SEO y SEM

1. Visibilidad en motores de búsqueda: Grado en que la empresa aparece en las primeras páginas de resultados de búsqueda.
2. Autoridad de dominio: Medida de la relevancia y autoridad del sitio web de la empresa en internet.
3. Número de backlinks: Cantidad de enlaces de otros sitios web que apuntan al sitio web de la empresa.

Automatización de marketing

1. Eficiencia de automatización: Tiempo y recursos ahorrados mediante el uso de herramientas de automatización.
2. Tasa de adopción de herramientas de automatización: Proporción de procesos de marketing que utilizan herramientas automatizadas.
3. Impacto en las conversiones: Cambio en las tasas de conversión después de implementar herramientas de automatización.

Eficacia de las Herramientas de Marketing Digital

1. Satisfacción del usuario con herramientas: Percepción de los empleados sobre la utilidad y facilidad de uso de las herramientas de marketing digital.
2. Integración de herramientas: Nivel de integración de diferentes herramientas y plataformas de marketing digital.
3. ROI de las herramientas: Retorno de inversión específico de las herramientas de marketing utilizadas.

Diseño Gráfico y Mockups

1. Tasa de aceptación del diseño: Comentarios positivos de los usuarios sobre los elementos de diseño y maquetas.
2. Impacto visual en el branding: Percepción del impacto visual del diseño en la imagen de la marca.
3. Coherencia del diseño con la identidad de la marca: Nivel en que el diseño gráfico y los mockups reflejan la identidad de la marca.

Branding y Publicidad Empresa

1. Reconocimiento de marca: Nivel de conocimiento y reconocimiento de la marca en el mercado objetivo.
2. Percepción de la marca: Opiniones y sentimientos del público objetivo hacia la marca.
3. Eficacia de la publicidad impresa: Impacto de las campañas de publicidad impresa en la visibilidad y percepción de la marca.

Derecho corporativo.

Asu vez, las variables de estudio en cuestión de derecho corporativo serán las siguientes:

Cumplimiento de Normativas

1. Grado de cumplimiento de regulaciones: Porcentaje de empresas que cumplen con las normativas legales aplicables.
2. Número de auditorías legales realizadas: Frecuencia con la que se realizan auditorías para verificar el cumplimiento.
3. Incidencia de sanciones legales: Número de sanciones recibidas por incumplimiento de regulaciones.

Protección de Datos Personales

1. Adopción de políticas de privacidad: Porcentaje de empresas que han implementado políticas de privacidad de datos personales.
2. Número de incidentes de violación de datos: Frecuencia de incidentes relacionados con la protección de datos.
3. Tasa de cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares: Proporción de empresas que cumplen con esta ley específica.

Nombre de la Marca e Imagen Comercial

1. Registro de marcas: Porcentaje de empresas con marcas registradas legalmente.
2. Disputas legales sobre marcas: Número de disputas legales relacionadas con la propiedad de marcas.
3. Percepción de la protección de la imagen comercial: Opinión de los directivos sobre la efectividad de las medidas de protección de la imagen comercial.

Propiedad Intelectual

1. Número de patentes registradas: Cantidad de patentes registradas por la empresa.
2. Número de casos de infracción de propiedad intelectual: Frecuencia de casos en los que la propiedad intelectual de la empresa ha sido infringida.
3. Costos legales asociados a la protección de la propiedad intelectual: Gastos incurridos en la protección de la propiedad intelectual.

Gobernanza y Ética Corporativa

1. Existencia de un código de ética: Porcentaje de empresas con un código de ética formalmente adoptado.
2. Frecuencia de capacitación en ética y cumplimiento: Número de sesiones de capacitación realizadas anualmente sobre temas de ética y cumplimiento.
3. Evaluación de la gobernanza corporativa: Calificación obtenida en auditorías de gobernanza corporativa.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

1. Implementación de programas de RSC: Porcentaje de empresas que implementan programas de responsabilidad social corporativa.
2. Impacto de los programas de RSC: Evaluación del impacto social y ambiental de los programas de RSC.
3. Comunicación de actividades de RSC: Frecuencia y calidad de los informes de RSC publicados por la empresa.

Resistencia al cambio.

Por su parte las variables para analizar la resistencia al cambio serán las siguientes:

Actitudes hacia el Cambio

1. Nivel de aceptación del cambio: Medición de las actitudes positivas o negativas hacia los cambios propuestos.

2. Percepción de la necesidad del cambio: Grado en que los empleados perciben la necesidad y urgencia del cambio.
3. Confianza en la dirección del cambio: Nivel de confianza de los empleados en la capacidad de los líderes para gestionar el cambio.

Emociones y reacciones

1. Nivel de estrés y ansiedad: Medición del estrés y la ansiedad relacionados con el cambio organizacional.
2. Resiliencia individual: Capacidad de los empleados para adaptarse y recuperarse de los cambios.
3. Sentimiento de pérdida: Percepción de pérdida (por ejemplo, de seguridad laboral, estatus) asociada con el cambio.

Cultura Organizacional

1. Apertura al cambio: Nivel en que la cultura organizacional fomenta o resiste el cambio.
2. Valores organizacionales: Alineación de los valores organizacionales con las iniciativas de cambio.
3. Tradición y legado: Grado de apego a las prácticas y procedimientos tradicionales.

Políticas y Procedimientos

1. Flexibilidad de las políticas: Capacidad de las políticas y procedimientos organizacionales para adaptarse al cambio.
2. Burocracia y formalidad: Nivel de burocracia que podría obstaculizar la implementación del cambio.
3. Facilitadores de cambio: Existencia de políticas y procedimientos que facilitan la adopción del cambio.

Estrategias de Comunicación

1. Claridad y transparencia de la comunicación: Medición de la claridad y transparencia de la comunicación sobre el cambio.

2. Frecuencia de la comunicación: Frecuencia con la que se comunican los detalles y avances del cambio.
3. Canales de comunicación utilizados: Diversidad y efectividad de los canales de comunicación empleados.

Capacitación y Habilidades

1. Disponibilidad de programas de capacitación: Existencia y acceso a programas de capacitación relacionados con el cambio.
2. Eficacia de la capacitación: Medición de la efectividad de los programas de capacitación en preparar a los empleados para el cambio.
3. Adquisición de nuevas habilidades: Grado en que los empleados adquieran las habilidades necesarias para adaptarse al cambio.

Desarrollo Profesional

1. Oportunidades de desarrollo profesional: Disponibilidad de oportunidades para el desarrollo profesional en el contexto del cambio.
2. Percepción de crecimiento profesional: Opinión de los empleados sobre las oportunidades de crecimiento profesional proporcionadas por el cambio.
3. Impacto del cambio en la carrera: Percepción de los empleados sobre cómo el cambio afecta sus trayectorias profesionales.

Liderazgo del Cambio

1. Efectividad del liderazgo: Evaluación de la efectividad de los líderes en gestionar y guiar el cambio.
2. Visión y dirección: Claridad y persuasión de la visión y dirección proporcionada por los líderes.
3. Apoyo y motivación: Nivel de apoyo y motivación ofrecido por los líderes a los empleados durante el cambio.

Tendencias globales.

Ahora bien, para las variables de investigación en tendencias globales se tomarán en cuenta las siguientes variables:

1. Tasa de adopción de nuevas tecnologías: Proporción de empresas que han adoptado tecnologías emergentes en sus operaciones.
2. Velocidad de implementación tecnológica: Tiempo que tarda una empresa en implementar una nueva tecnología desde su identificación hasta su uso operativo.
3. Inversión en I+D: Cantidad de recursos financieros dedicados a investigación y desarrollo de nuevas tecnologías.

Inteligencia Artificial y Machine Learning⁹

1. Nivel de implementación de IA: Grado en que las empresas utilizan inteligencia artificial en sus procesos.
2. Aplicaciones de machine learning: Número y tipos de aplicaciones de machine learning adoptadas por la empresa.
3. Impacto en la eficiencia operativa: Medición del impacto de la IA y machine learning en la eficiencia de las operaciones empresariales.

Digitalización de Procesos

1. Porcentaje de procesos digitalizados: Proporción de procesos empresariales que han sido digitalizados.
2. Eficiencia de los procesos digitalizados: Medición de la eficiencia comparativa entre procesos digitalizados y tradicionales.
3. Satisfacción de los empleados con la digitalización: Opiniones de los empleados sobre la transición a procesos digitalizados.

Automatización de Tareas

1. Número de tareas automatizadas: Cantidad de tareas o procesos que han sido automatizados.

⁹ Consiste en mostrar un gran volumen de datos a una máquina para que pueda aprender y hacer predicciones, encontrar patrones o clasificar datos.

2. Reducción de costos operativos: Ahorros en costos operativos derivados de la automatización.
3. Productividad de la fuerza laboral: Impacto de la automatización en la productividad de los empleados.

Nuevos Modelos de Negocio

1. Adopción de modelos de negocio digitales: Proporción de empresas que han adoptado modelos de negocio basados en plataformas digitales.
2. Innovación en modelos de negocio: Número y tipo de innovaciones en modelos de negocio adoptadas por la empresa.
3. Ingresos generados por nuevos modelos de negocio: Medición de los ingresos obtenidos a través de nuevos modelos de negocio implementados.

Economía Colaborativa y Gig Economy¹⁰

1. Participación en la economía colaborativa: Grado en que las empresas participan en modelos de economía colaborativa.
2. Impacto en la estructura de costos: Cambios en la estructura de costos debido a la participación en la gig economy.
3. Flexibilidad laboral: Nivel de flexibilidad laboral introducido por la economía colaborativa.

Expansión a Nuevos Mercados

1. Número de nuevos mercados ingresados: Cantidad de nuevos mercados internacionales a los que ha ingresado la empresa.
2. Estrategias de entrada al mercado: Tipos de estrategias utilizadas para ingresar a nuevos mercados.

¹⁰ Se trata de un modelo laboral en el que los profesionales trabajan de manera independiente, ofreciendo sus habilidades y servicios de forma temporal o por proyectos específicos

3. Desempeño en mercados internacionales: Medición del éxito y desempeño en los nuevos mercados ingresados.

Globalización de la Cadena de Suministro

1. Diversificación de la cadena de suministro: Grado de diversificación de proveedores y socios internacionales.
2. Resiliencia de la cadena de suministro: Capacidad de la cadena de suministro para resistir y adaptarse a las disrupciones globales.
3. Costos y beneficios de la globalización: Análisis de los costos asociados y beneficios obtenidos de la globalización de la cadena de suministro.

Sostenibilidad Empresarial

1. Implementación de prácticas sostenibles: Proporción de empresas que han adoptado prácticas sostenibles en sus operaciones.
2. Impacto ambiental de las operaciones: Medición del impacto ambiental de las actividades empresariales.
3. Inversión en sostenibilidad: Cantidad de recursos dedicados a iniciativas de sostenibilidad.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

1. Iniciativas de RSC adoptadas: Número y tipo de iniciativas de responsabilidad social corporativa implementadas.
2. Impacto social de las iniciativas de RSC: Evaluación del impacto social de las iniciativas de RSC.
3. Comunicación de resultados de RSC: Transparencia y frecuencia de la comunicación de los resultados de las iniciativas de RSC.

Internet de las cosas.

Adopción de IoT

1. Tasa de adopción de IoT: Proporción de empresas que han integrado dispositivos IoT en sus operaciones.

2. Número de dispositivos IoT implementados: Cantidad de dispositivos IoT en uso dentro de la empresa.
3. Áreas de aplicación de IoT: Diversidad de áreas empresariales en las que se utiliza IoT (producción, logística, ventas, etc.).

Inversión en IoT

1. Presupuesto dedicado a IoT: Monto de recursos financieros asignados a proyectos de IoT.
2. Retorno de inversión (ROI) de IoT: Medición del retorno de inversión obtenido a partir de la implementación de IoT.
3. Costo de implementación de IoT: Análisis de los costos asociados con la implementación de tecnologías IoT.

Eficiencia Operativa

1. Mejora en la eficiencia de procesos: Impacto de IoT en la eficiencia de los procesos operativos.
2. Reducción de tiempos de ciclo: Disminución del tiempo necesario para completar procesos debido a la automatización y monitorización continua.
3. Optimización del uso de recursos: Evaluación de cómo IoT contribuye a la optimización del uso de recursos (energía, materiales, etc.).

Mantenimiento Predictivo

1. Frecuencia de mantenimiento predictivo: Número de intervenciones de mantenimiento realizadas basadas en datos predictivos de IoT.
2. Reducción de tiempos de inactividad: Disminución del tiempo de inactividad de equipos y maquinaria gracias a la detección temprana de fallos.
3. Costos de mantenimiento: Análisis de los costos de mantenimiento antes y después de la implementación de IoT.

Monitorización y Trazabilidad

1. Nivel de visibilidad de la cadena de suministro: Grado en que IoT proporciona visibilidad en tiempo real a lo largo de la cadena de suministro.
2. Precisión en el seguimiento de activos: Exactitud de los datos de seguimiento de activos y productos.
3. Reducción de pérdidas y robos: Impacto de IoT en la disminución de pérdidas y robos de inventario.

Optimización Logística

1. Eficiencia en la gestión de inventarios: Mejora en la precisión y eficiencia de la gestión de inventarios gracias a IoT.
2. Reducción de costos logísticos: Análisis de la reducción de costos logísticos derivados de la optimización basada en datos de IoT.
3. Tiempo de entrega: Evaluación del impacto de IoT en la reducción de los tiempos de entrega.

Competitividad en el Mercado

1. Posicionamiento en el mercado gracias a IoT: Evaluación de la ventaja competitiva obtenida a través de la implementación de IoT.
2. Innovación frente a competidores: Comparación de la capacidad de innovación en IoT de la empresa con la de sus competidores.
3. Impacto en las ventas: Medición del impacto de las soluciones IoT en las ventas y en la cuota de mercado de la empresa.

Automatización robots.

Por su parte, en cuestión de la implementación de robots, las variables para serán las que se muestran a continuación:

Adopción de Robots

1. Tasa de adopción de robots: Proporción de empresas que han integrado robots en sus operaciones.

2. Número de robots implementados: Cantidad de robots en uso dentro de la empresa.
3. Áreas de aplicación de robots: Diversidad de áreas empresariales en las que se utilizan robots (producción, logística, ventas, etc.).

Inversión en Robots

1. Presupuesto dedicado a robots: Monto de recursos financieros asignados a proyectos de automatización robótica.
2. Retorno de inversión (ROI) de robots: Medición del retorno de inversión obtenido a partir de la implementación de robots.
3. Costo de implementación de robots: Análisis de los costos asociados con la implementación de tecnologías robóticas.

Eficiencia Operativa

1. Mejora en la eficiencia de procesos: Impacto de los robots en la eficiencia de los procesos operativos.
2. Reducción de tiempos de ciclo: Disminución del tiempo necesario para completar procesos debido a la automatización robótica.
3. Optimización del uso de recursos: Evaluación de cómo los robots contribuyen a la optimización del uso de recursos (energía, materiales, etc.).

Automatización de Tareas Repetitivas

1. Número de tareas automatizadas: Cantidad de tareas o procesos que han sido automatizados mediante robots.
2. Reducción de costos operativos: Ahorros en costos operativos derivados de la automatización robótica.
3. Productividad de la fuerza laboral: Impacto de la automatización robótica en la productividad de los empleados.

Calidad de Producción

1. Reducción de errores de producción: Disminución de errores y defectos en la producción debido al uso de robots.
2. Consistencia en la calidad: Nivel de consistencia en la calidad de los productos fabricados mediante robots.
3. Tasa de rechazo de productos: Porcentaje de productos rechazados debido a defectos o errores.

Precisión y Exactitud

1. Precisión de las operaciones robóticas: Grado de exactitud con la que los robots realizan tareas específicas.
2. Mejora en la precisión de tareas: Evaluación de cómo los robots mejoran la precisión de tareas críticas en comparación con la mano de obra humana.
3. Estabilidad operativa: Consistencia en el desempeño de los robots a lo largo del tiempo.

Seguridad Laboral

1. Reducción de accidentes laborales: Disminución de accidentes laborales debido a la implementación de robots.
2. Condiciones de trabajo mejoradas: Evaluación de cómo los robots mejoran las condiciones laborales al realizar tareas peligrosas o extenuantes.
3. Satisfacción de los empleados: Opiniones de los empleados sobre el impacto de los robots en su ambiente de trabajo.

Capacitación y Adaptación

1. Programas de capacitación: Número y calidad de programas de capacitación para empleados en el uso y manejo de robots.
2. Adaptación de la fuerza laboral: Grado en que los empleados se adaptan al uso de robots en sus tareas diarias.
3. Cambios en roles laborales: Evaluación de cómo la automatización robótica ha cambiado los roles y responsabilidades de los empleados.

Innovación Tecnológica

1. Frecuencia de actualización de robots: Ritmo al que la empresa actualiza y mejora sus robots.
2. Adopción de nuevas funcionalidades robóticas: Grado en que la empresa integra nuevas funcionalidades y aplicaciones de robots.
3. Colaboración con proveedores de robots: Nivel de colaboración e interacción con proveedores y desarrolladores de soluciones robóticas.

Competitividad en el Mercado

1. Posicionamiento en el mercado gracias a la robótica: Evaluación de la ventaja competitiva obtenida a través de la implementación de robots.
2. Innovación frente a competidores: Comparación de la capacidad de innovación en robótica de la empresa con la de sus competidores.
3. Impacto en las ventas: Medición del impacto de las soluciones robóticas en las ventas y en la cuota de mercado de la empresa.

Sostenibilidad Empresarial

1. Implementación de prácticas sostenibles: Proporción de empresas que han adoptado prácticas sostenibles en sus operaciones robóticas.
2. Impacto ambiental de la automatización: Medición del impacto ambiental de las actividades robóticas.
3. Inversión en sostenibilidad: Cantidad de recursos dedicados a iniciativas de sostenibilidad en robótica.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

1. Iniciativas de RSC adoptadas: Número y tipo de iniciativas de responsabilidad social corporativa implementadas relacionadas con la robótica.
2. Impacto social de las iniciativas de RSC: Evaluación del impacto social de las iniciativas de RSC.

3. Comunicación de resultados de RSC: Transparencia y frecuencia de la comunicación de los resultados de las iniciativas de RSC.

Gestión de Robots

1. Software de gestión de robots: Eficiencia y efectividad del software utilizado para gestionar y monitorear robots.
2. Integración con otros sistemas: Grado en que los robots se integran con otros sistemas de la empresa.
3. Facilidad de uso y programación: Evaluación de la facilidad con que los empleados pueden usar y programar los robots.

Teletrabajo.

Además, en cuestión de teletrabajo, modalidad que sustancialmente ha aumentado post-COVID-19 las variables serán las siguientes:

Adopción del Teletrabajo

1. Tasa de adopción del teletrabajo: Proporción de empleados que trabajan de manera remota.
2. Frecuencia del teletrabajo: Número de días a la semana en que los empleados trabajan desde casa.
3. Departamentos que adoptan el teletrabajo: Diversidad de áreas empresariales que han implementado el teletrabajo (ventas, TI, recursos humanos, etc.).

Inversión en Teletrabajo

1. Presupuesto dedicado al teletrabajo: Monto de recursos financieros asignados a la implementación del teletrabajo (equipos, software, etc.).
2. Costos de implementación del teletrabajo: Análisis de los costos asociados con la implementación del teletrabajo (tecnología, capacitación, infraestructura).
3. Ahorros obtenidos: Evaluación de los ahorros financieros resultantes del teletrabajo (reducción de costos operativos, alquileres, etc.).

Productividad de los Empleados

1. Rendimiento laboral: Medición del rendimiento de los empleados que trabajan de manera remota en comparación con los que trabajan en la oficina.
2. Cumplimiento de objetivos: Proporción de objetivos cumplidos por los empleados en teletrabajo.
3. Horas trabajadas: Comparación de las horas trabajadas entre empleados remotos y presenciales.

Eficiencia Operativa

1. Reducción de tiempos de traslado: Tiempo ahorrado en desplazamientos diarios debido al teletrabajo.
2. Optimización de recursos: Evaluación de cómo el teletrabajo contribuye a la optimización del uso de recursos (energía, espacios físicos, etc.).
3. Colaboración y comunicación: Eficiencia de las herramientas de colaboración y comunicación utilizadas en el teletrabajo.

Satisfacción Laboral

1. Nivel de satisfacción con el teletrabajo: Grado de satisfacción de los empleados con la modalidad de teletrabajo.
2. Equilibrio entre vida laboral y personal: Impacto del teletrabajo en el equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados.
3. Preferencia por el teletrabajo: Proporción de empleados que prefieren el teletrabajo sobre el trabajo presencial.

Salud y Bienestar

1. Estado de salud mental: Evaluación de la salud mental de los empleados que trabajan de manera remota.
2. Condiciones ergonómicas: Calidad de las condiciones ergonómicas en el entorno de teletrabajo.

3. Estrés laboral: Niveles de estrés asociados con el teletrabajo en comparación con el trabajo en la oficina.

Supervisión y Control

1. Mecanismos de supervisión: Eficacia de los mecanismos utilizados para supervisar a los empleados remotos.
2. Autonomía laboral: Grado de autonomía que tienen los empleados en teletrabajo.
3. Confianza en los empleados: Nivel de confianza que los gerentes tienen en sus empleados que trabajan de manera remota.

Evaluación del Desempeño

1. Frecuencia de evaluaciones: Regularidad con la que se evalúa el desempeño de los empleados en teletrabajo.
2. Criterios de evaluación: Claridad y precisión de los criterios utilizados para evaluar a los empleados remotos.
3. Feedback y retroalimentación: Calidad y cantidad de feedback proporcionado a los empleados que teletrabajan.

Infraestructura Tecnológica

1. Acceso a tecnologías: Disponibilidad y acceso a las tecnologías necesarias para el teletrabajo (computadoras, software, internet, etc.).
2. Calidad de las herramientas de trabajo: Evaluación de la calidad y efectividad de las herramientas tecnológicas utilizadas en el teletrabajo.
3. Soporte técnico: Eficiencia del soporte técnico disponible para empleados en teletrabajo.

Seguridad de la Información

1. Protección de datos: Medidas implementadas para garantizar la seguridad de la información y los datos sensibles en el teletrabajo.

2. Incidentes de seguridad: Número de incidentes de seguridad relacionados con el teletrabajo.
3. Cumplimiento de políticas de seguridad: Grado de cumplimiento de las políticas de seguridad por parte de los empleados remotos.

Cultura y Valores

1. Adaptación cultural: Grado en que la cultura organizacional se adapta a la modalidad de teletrabajo.
2. Compromiso organizacional: Nivel de compromiso de los empleados con la empresa en la modalidad de teletrabajo.
3. Comunicación interna: Calidad de la comunicación interna y su impacto en la cohesión del equipo.

Inclusión y Diversidad

1. Diversidad en el teletrabajo: Diversidad de los empleados que adoptan el teletrabajo.
2. Inclusión de empleados remotos: Nivel de inclusión y participación de los empleados remotos en actividades y decisiones empresariales.
3. Acceso a oportunidades: Igualdad de acceso a oportunidades de desarrollo y promoción para empleados en teletrabajo.

Desempeño Financiero

1. Impacto en ingresos: Evaluación del impacto del teletrabajo en los ingresos de la empresa.
2. Reducción de gastos operativos: Medición de la reducción de gastos operativos debido al teletrabajo.
3. Productividad general de la empresa: Impacto del teletrabajo en la productividad global de la empresa.

Innovación y Creatividad

1. Innovación en procesos: Grado de innovación en los procesos empresariales facilitada por el teletrabajo.

2. Creatividad de los equipos: Nivel de creatividad y generación de ideas en equipos que teletrabajan.
3. Colaboración interdepartamental: Evaluación de la colaboración entre departamentos en el contexto del teletrabajo.

Ciberseguridad.

Finalmente, la ciberseguridad, un tema utópico que es fundamental para toda organización o startup, por lo que las variables serán las que se muestran a continuación:

Adopción de Medidas de Ciberseguridad

1. Tasa de adopción de ciberseguridad: Proporción de empresas que han implementado medidas de ciberseguridad.
2. Tipos de medidas implementadas: Diversidad de medidas de ciberseguridad adoptadas (firewalls, antivirus, cifrado, etc.).
3. Cobertura de ciberseguridad: Áreas empresariales cubiertas por medidas de ciberseguridad (TI, finanzas, recursos humanos, etc.).

Inversión en Ciberseguridad

1. Presupuesto dedicado a ciberseguridad: Monto de recursos financieros asignados a la implementación de medidas de ciberseguridad.
2. Retorno de inversión (ROI) de ciberseguridad: Medición del retorno de inversión obtenido a partir de la implementación de medidas de ciberseguridad.
3. Costo de implementación de ciberseguridad: Análisis de los costos asociados con la implementación de tecnologías de ciberseguridad.

Eficacia de las Medidas de Ciberseguridad

1. Número de ataques cibernéticos prevenidos: Cantidad de ataques cibernéticos que han sido prevenidos gracias a las medidas de ciberseguridad.

2. Reducción de vulnerabilidades: Disminución del número de vulnerabilidades en los sistemas empresariales.
3. Tiempo de detección de amenazas: Duración del tiempo necesario para detectar amenazas cibernéticas.

Desempeño de la Ciberseguridad

1. Tasa de respuesta a incidentes: Eficiencia en la respuesta a incidentes de ciberseguridad.
2. Tiempo de recuperación ante incidentes: Duración del tiempo necesario para recuperarse de un incidente de ciberseguridad.
3. Eficiencia de las auditorías de seguridad: Calidad y efectividad de las auditorías de seguridad realizadas.

Concienciación sobre Ciberseguridad

1. Nivel de concienciación de los empleados: Grado de conocimiento y concienciación sobre ciberseguridad entre los empleados.
2. Frecuencia de campañas de concienciación: Regularidad con la que se llevan a cabo campañas de concienciación sobre ciberseguridad.
3. Participación en programas de concienciación: Proporción de empleados que participan en programas de concienciación sobre ciberseguridad.

Capacitación en Ciberseguridad

1. Programas de capacitación implementados: Número y calidad de programas de capacitación en ciberseguridad disponibles para los empleados.
2. Tasa de participación en capacitación: Proporción de empleados que participan en programas de capacitación en ciberseguridad.
3. Impacto de la capacitación en la práctica: Evaluación del impacto de la capacitación en las prácticas de ciberseguridad de los empleados.

Políticas de Ciberseguridad

1. Existencia de políticas de ciberseguridad: Presencia de políticas de ciberseguridad formalmente establecidas.
2. Actualización de políticas de ciberseguridad: Frecuencia con la que se actualizan las políticas de ciberseguridad.
3. Cumplimiento de políticas de ciberseguridad: Grado de cumplimiento de las políticas de ciberseguridad por parte de los empleados.

Normativas y Regulaciones

1. Cumplimiento normativo: Nivel de cumplimiento con las normativas y regulaciones de ciberseguridad aplicables.
2. Auditorías regulatorias: Número y resultados de auditorías regulatorias de ciberseguridad.
3. Impacto de las normativas en la ciberseguridad: Evaluación del impacto de las normativas y regulaciones en la ciberseguridad empresarial.

Tecnologías de Ciberseguridad

1. Implementación de tecnologías avanzadas: Nivel de implementación de tecnologías avanzadas de ciberseguridad (inteligencia artificial, machine learning, etc.).
2. Eficiencia de las herramientas de ciberseguridad: Evaluación de la eficiencia y efectividad de las herramientas tecnológicas utilizadas para la ciberseguridad.
3. Integración de tecnologías de ciberseguridad: Grado de integración de las tecnologías de ciberseguridad con otros sistemas empresariales.

Competitividad en el Mercado

1. Ventaja competitiva: Impacto de la ciberseguridad en la ventaja competitiva de la empresa.
2. Confianza de los clientes: Nivel de confianza de los clientes en la ciberseguridad de la empresa.

3. Reputación empresarial: Impacto de la ciberseguridad en la reputación de la empresa.

Fuentes de información.

Primarias.

Marketing Digital

1. Entrevistas con Expertos en Marketing Digital: Realizar entrevistas a especialistas y profesionales que trabajen en el campo del marketing digital.
2. Encuestas a Empresas: Diseñar y distribuir encuestas a empresas para recopilar datos sobre sus estrategias de marketing digital, SEO y SEM.
3. Datos de Análisis Web: Recolectar y analizar datos de herramientas de análisis web como Google Analytics para evaluar el rendimiento de estrategias de marketing digital.

Derecho Corporativo

1. Entrevistas con Abogados Corporativos: Entrevistar a abogados especializados en derecho corporativo y regulación empresarial en México.
2. Revisión de Documentos Legales: Analizar contratos, avisos de privacidad y documentos de registro de marca de diversas empresas.
3. Estudios de Caso: Realizar estudios de caso sobre empresas que hayan enfrentado desafíos legales específicos en México.

Resistencia al Cambio

1. Entrevistas con Empleados y Gerentes: Realizar entrevistas a empleados y gerentes sobre sus experiencias y percepciones respecto a la implementación de nuevas formas de trabajo.

2. Encuestas de Clima Laboral: Administrar encuestas para evaluar el clima laboral y la receptividad hacia el cambio dentro de la empresa.
3. Observación Participante: Participar y observar en sesiones de capacitación y talleres sobre cambio organizacional.

Tendencias Globales en Innovación de Negocios

1. Entrevistas con Innovadores y Consultores: Entrevistar a líderes en innovación y consultores de empresas que implementan tecnologías emergentes.
2. Encuestas a Directivos: Realizar encuestas a directivos de empresas sobre las tecnologías y prácticas innovadoras que están adoptando.
3. Datos de Implementación Tecnológica: Recolectar datos sobre la adopción de nuevas tecnologías en empresas a nivel local e internacional.

Internet de las Cosas (IoT)

1. Entrevistas con Ingenieros y Desarrolladores de IoT: Entrevistar a profesionales que trabajan en el desarrollo e implementación de soluciones IoT.
2. Estudios de Implementación de IoT: Realizar estudios de caso de empresas que han implementado soluciones IoT.
3. Datos de Sensores y Dispositivos IoT: Recopilar y analizar datos generados por sensores y dispositivos IoT en empresas.

Automatización y Robots

1. Entrevistas con Ingenieros y Especialistas en Automatización: Entrevistar a ingenieros y especialistas que trabajan en la automatización de procesos y el uso de robots.

2. Estudios de Caso de Empresas Automatizadas: Analizar casos de empresas que han implementado robots y sistemas automatizados.
3. Datos de Producción Automatizada: Recopilar datos sobre la eficiencia y productividad de procesos automatizados en empresas.

Teletrabajo

1. Entrevistas con Empleados y Gerentes Remotos: Realizar entrevistas a empleados y gerentes que trabajan de forma remota sobre sus experiencias.
2. Encuestas sobre Teletrabajo: Administrar encuestas para evaluar la eficacia, ventajas y desventajas del teletrabajo en diversas empresas.
3. Análisis de Rendimiento Laboral: Recopilar y analizar datos sobre el rendimiento laboral de empleados en teletrabajo.

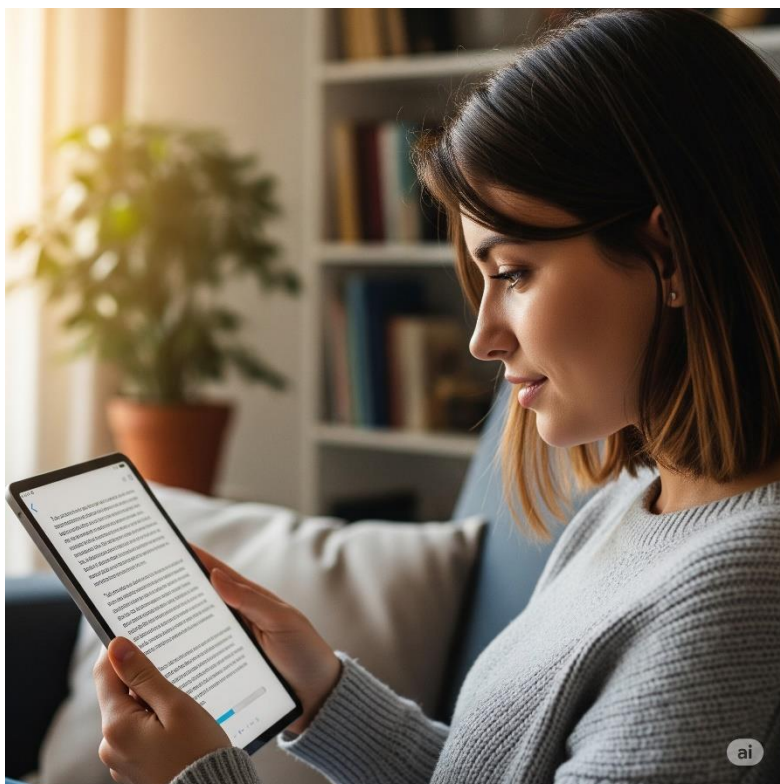
Ciberseguridad

1. Entrevistas con Especialistas en Ciberseguridad: Entrevistar a profesionales en ciberseguridad que trabajen en la protección de datos y sistemas empresariales.
2. Estudios de Incidentes de Seguridad: Analizar casos de empresas que hayan enfrentado incidentes de ciberseguridad.
3. Datos de Auditorías de Seguridad: Recolectar y analizar datos de auditorías de seguridad y reportes de vulnerabilidades.

Secundarias

Marketing Digital

1. Estadísticas de Mercado: Datos sobre tendencias del mercado digital, reportes de analistas como Gartner y Forrester (empresas líderes en gestión y análisis de datos para la toma de decisiones corporativas)



More Books!

Yes I want morebooks!

Buy your books fast and straightforward online – at one of the world’s fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at

<https://ieccmexico.com/books> or <https://ieccmexicobooks.com/>

¡Compre sus libros rápido y directo en internet, en una de las librerías en línea con mayor crecimiento en el mundo! Producción que protege el medio ambiente a través de las tecnologías de impresión bajo pedido.

Compre sus libros online en

<https://ieccmexico.com/books> or <https://ieccmexicobooks.com/>