



AUDITORÍA Y TENDENCIAS

Año 2 | No. 6





Rector
M.D.N. Alfonso Humberto Ruelas Ramos

Secretario General
Dr. Samuel Rivera Gutiérrez

Directora Académica
Mtra. Brenda Aralibd Ríos Ibarra

TN | Editorial

Director Editorial
Mtro. Josué Barrera Sarabia

Consejo Editorial
Alfonso Humberto Ruelas Ramos, Francisco Javier Pestaño Uruchurtu (†), Samuel Rivera Gutiérrez, Brenda Aralibd Ríos Ibarra, Josué Barrera Sarabia, Rodrigo Peña Porchas, Cindy Alexis Olivas Arvayo, César Corona Alcaráz y Concepción Pacheco Moreno.

Diseño Editorial
Lic. Michel Baez Lara

Revista Auditoría y tendencias, Año 1, número 6, es una publicación bimestral de TN University, Edificio @Work, Piso 3, Avenida Plutarco Elías Calles #112, entre Pino Suárez y Rosales, Colonia Centro, C.P. 83000, Hermosillo, Sonora / Editor responsable: Josué Barrera Sarabia. / ISSN en trámite. Tel. (662) 437 5964, Correo electrónico: editorial@tnuniversity.edu.mx. Fecha de última modificación: 22 de diciembre de 2025.

Las opiniones expresadas por los colaboradores no necesariamente reflejan la postura de esta revista.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de TN University.



Editorial

En esta sexta edición de *Auditoría y Tendencias* ponemos en el centro un tema decisivo para los negocios de hoy: la valuación de intangibles. En un mundo donde la innovación, la marca, la reputación, la propiedad intelectual y el capital humano generan más valor que los activos tangibles, aprender a identificar, medir y gestionar estos elementos es esencial para la competitividad empresarial.

Este número incluye cinco artículos que exploran diversos temas como la relevancia de las redes sociales, puntos clave para conocer el valor de una empresa digital y la importancia de este tipo de valuación en organizaciones pequeñas.

También presentamos las noticias más recientes de Comunidad TN University, como la presentación del libro *Fundamentos de la Auditoría Forense* en la FIL de Guadalajara, la presencia de TN University en un encuentro de universidades privadas, la apertura de las más recientes maestrías y especialidades, la Master Class que se impartió sobre las normas internacionales de valuación 2025 y los logros alcanzados por nuestros estudiantes.

Gracias por acompañarnos en este recorrido hacia el valor del futuro.

M.D.N. Alfonso Humberto Ruelas Ramos
Rector de TN University

Artículos

- 04** Valuación de intangibles: el secreto detrás del valor de una empresa
- 07** ¿Tus redes sociales son un activo intangible?
- 09** Tipos de intangibles que todo negocio debe medir
- 12** Por qué la valuación de intangibles no es solo para empresas grandes
- 14** Los intangibles que elevan (o hunden) el valor de tu negocio

Tendencias

- 16** Desafíos de la regulación del comercio electrónico

18 Ciberseguridad corporativa: cómo proteger la información en entornos digitales

20 Cómo la banca digital está transformando los servicios financieros

Comunidad TN University

- 22** Destaca *Fundamentos de la Auditoría Forense* en FIL Guadalajara 2025
- 23** TN University presente en encuentro de rectores
- 24** TN University ofrece Master Class sobre Normas de Valuación
- 25** Celebrando el logro académico
- 26** Inician nuevos programas en octubre

Valuación de intangibles: el secreto detrás del valor de una empresa

TN Editorial

El valor de una compañía no se mide únicamente por sus activos tangibles como edificios, maquinaria o inventarios. Cada vez más, los elementos que marcan la diferencia competitiva son intangibles: activos que no se tocan, pero que pueden representar gran parte del valor total de una organización.

La valuación de intangibles es un proceso especializado que busca identificar, medir y asignar un valor económico a los activos invisibles. Comprende desde la fuerza de una marca hasta la propiedad intelectual, el capital humano, las relaciones con clientes, el know-how y las patentes.

El peso real de los intangibles

En empresas líderes de sectores como tecnología, servicios y entretenimiento, los activos intangibles pueden representar hasta más del 80% de su valor total. Este fenómeno no es exclusivo de las grandes corporaciones: en las pequeñas y medianas empresas, la reputación, la cartera de clientes y la innovación interna pueden ser determinantes para atraer inversionistas o concretar una venta ventajosa.

Por ejemplo, dos empresas con la misma infraestructura física pueden tener valuaciones radicalmente distintas si una posee una marca reconocida y una base de clientes leales, mientras que la otra es prácticamente desconocida en el mercado.

Métodos para valuar intangibles

La valuación de intangibles combina técnicas financieras y análisis estratégicos. Algunos de los métodos más utilizados incluyen:

Método de ingresos

Este método parte de la premisa de que el valor de un activo intangible está directamente relacionado con la capacidad que tiene para generar ingresos en el futuro. El proceso consiste en estimar los flujos de efectivo que se espera que dicho activo produzca durante su vida útil y, posteriormente, calcular su valor presente utilizando una tasa de descuento apropiada.

Por ejemplo, en el caso de una marca consolidada, se proyectan las ventas que se generarán gracias a su reputación, se descuentan los costos asociados y se determina el beneficio neto atribuible exclusivamente a la marca. Luego, esos beneficios futuros se descuentan a su valor actual. Este método es ampliamente utilizado en valuaciones de marcas, licencias, patentes y derechos de autor. Su fortaleza radica en que vincula directamente el valor con la rentabilidad real del activo.

Método de mercado

El enfoque de mercado compara el activo intangible a valuar con activos similares que hayan sido objeto de compraventa o transacciones recientes en condiciones de libre competencia. Para aplicarlo, se buscan referencias en bases de datos, informes de fusiones y adquisiciones, y estudios de mercado que incluyan información sobre activos de naturaleza comparable.

Por ejemplo, si se desea valuar una licencia de software, se analizarán las condiciones de transacciones de licencias con funcionalidades, alcance geográfico y duración similares. El reto de este método es encontrar comparables realmente equivalentes y con datos públicos verificables, ya que muchos acuerdos se manejan de forma confidencial. No obstante, es útil para obtener un valor de referencia objetivo basado en evidencias del mercado.

Método de costo

Este método se basa en la idea de que el valor de un intangible puede estimarse a partir del gasto que implicaría recrearlo o reemplazarlo con uno equivalente. Se consideran todos los costos incurridos en el desarrollo, incluyendo investigación, diseño, pruebas, registros legales, certificaciones y tiempo de trabajo especializado.

Por ejemplo, al valuar una base de datos de clientes, se calcularía cuánto costaría recopilar nuevamente la información, depurarla, clasificarla y mantenerla actualizada hasta alcanzar el mismo nivel de calidad. Este método es útil cuando no se dispone de datos suficientes para aplicar los métodos de ingresos o mercado, y es común en la valuación de software, procedimientos internos y documentos técnicos. Sin embargo, no siempre refleja el potencial de generación de valor del activo, ya que se centra en el costo de reproducción y no en su rentabilidad futura.

Cada enfoque tiene ventajas y limitaciones, por lo que la elección dependerá de la naturaleza del intangible, la información disponible y el propósito de la valuación.

¿Por qué es importante la valuación de intangibles?

La correcta valuación de intangibles no solo es relevante para operaciones de compra y venta, fusiones o adquisiciones. También es clave para:

- Definir estrategias de negocio: Al identificar cuáles activos generan más valor (como marcas, patentes, relaciones con clientes o tecnología propia), la empresa puede enfocar sus recursos en potenciarlos y protegerlos. Esto implica, por ejemplo, priorizar inversiones en innovación si el valor diferencial está en el know-how, o fortalecer campañas de marketing si el activo clave es la marca. Con esta información, las decisiones de crecimiento, diversificación o internacionalización se basan en datos concretos y no en percepciones.
 - Acceder a financiamiento: En un entorno empresarial cada vez más competitivo, los inversionistas y entidades financieras valoran la transparencia y el respaldo tangible o intangible de las propuestas de negocio. Un intangible bien documentado, con su valor calculado mediante métodos reconocidos, puede ser un argumento de peso en negociaciones de inversión, fusiones o ventas. Por ejemplo, una startup tecnológica que demuestra el valor de su software propietario o de su base de

datos exclusiva puede justificar una mayor valuación global, atrayendo capital en mejores condiciones y evitando diluir en exceso la participación de los socios fundadores.

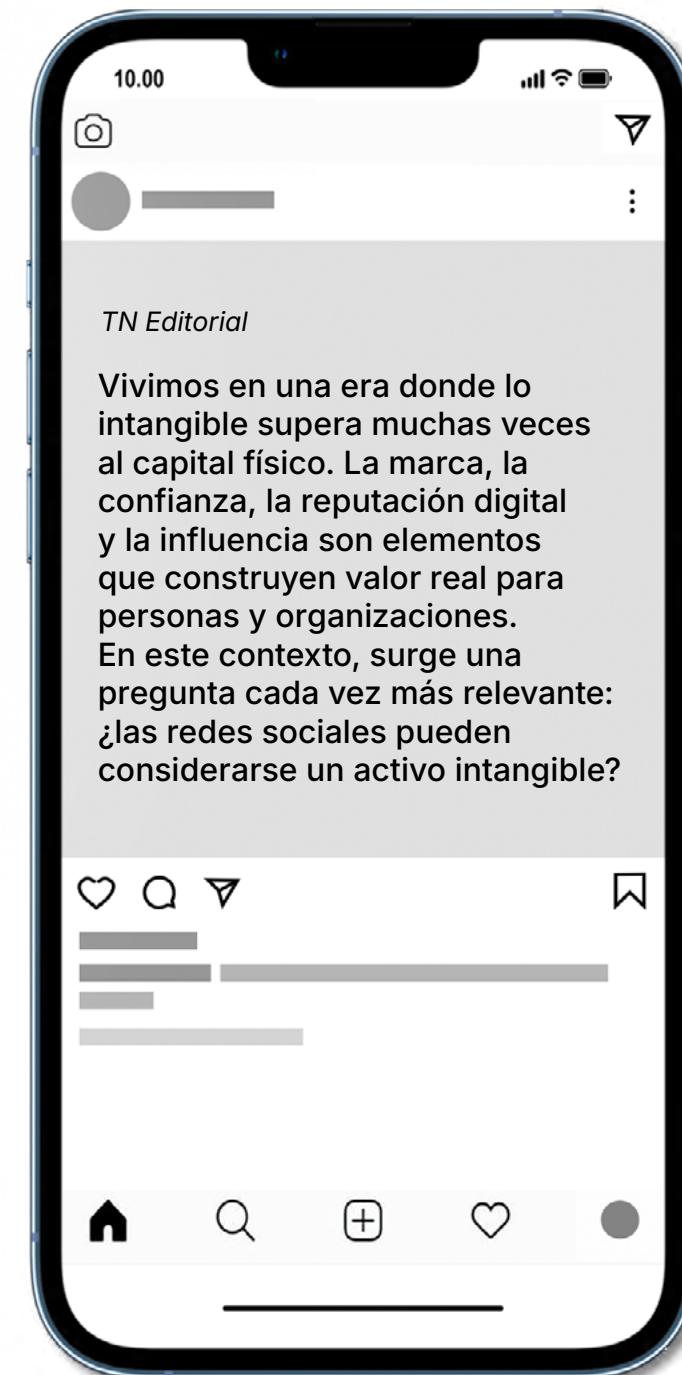
- **Gestionar riesgos:** La identificación precisa de los activos intangibles también permite implementar planes de protección frente a riesgos legales, tecnológicos o de mercado. Esto incluye el registro de marcas y patentes, el establecimiento de contratos de confidencialidad, la vigilancia de posibles infracciones y la protección digital de bases de datos o algoritmos. Al tener claro qué activos son más críticos para la operación, la empresa puede priorizar acciones de mitigación de riesgos y reaccionar de forma más ágil ante amenazas competitivas. Esto no solo resguarda el valor actual, sino que también preserva el potencial de crecimiento futuro.

Más que un ejercicio contable

Valuar intangibles es reconocer que el verdadero motor de una empresa muchas veces no se ve, pero sí se siente en el mercado. Las organizaciones que logran identificar, potenciar y proteger sus activos intangibles están mejor preparadas para crecer, innovar y resistir cambios en el entorno. TN | University



¿Tus redes sociales son un activo intangible?



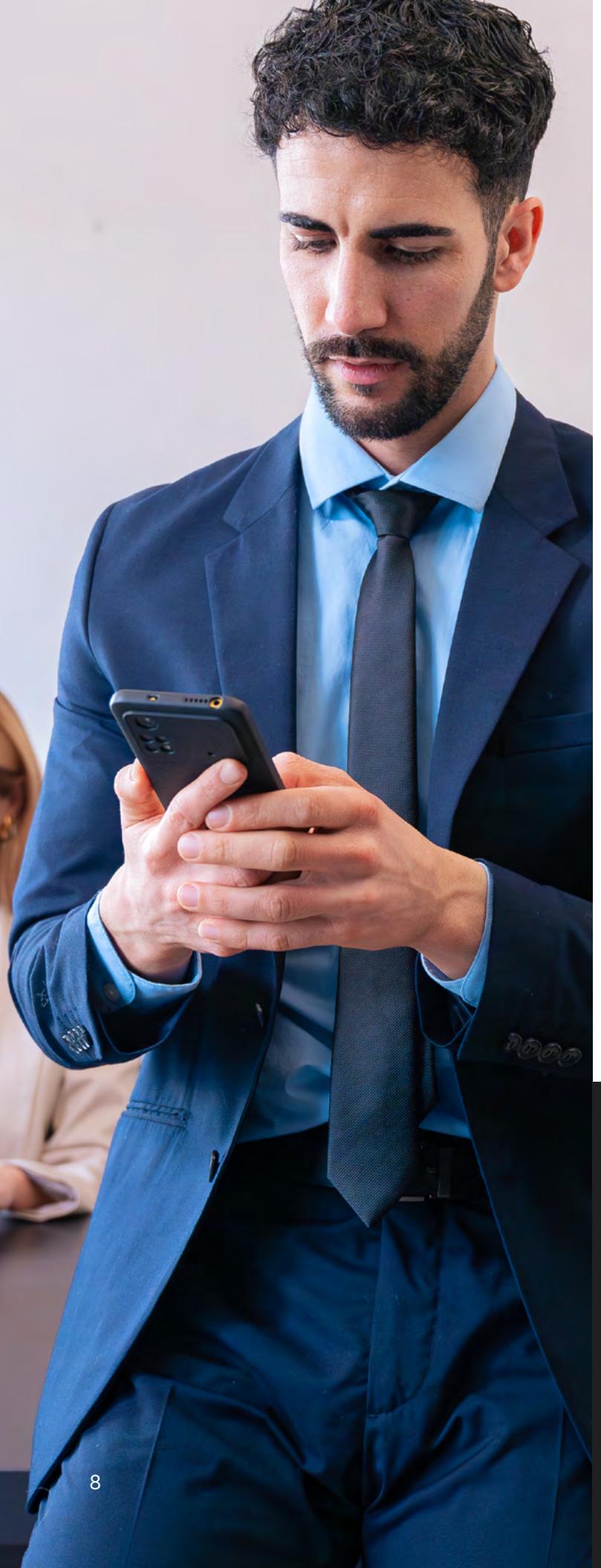
Para muchos, las redes sociales son simplemente canales para compartir contenido o hacer marketing. Sin embargo, su impacto en la percepción pública, la generación de oportunidades y el posicionamiento profesional o empresarial va mucho más allá. Si una marca desaparece de las redes, ¿cuánto pierde en términos de influencia y conexión con su audiencia? La respuesta puede ser clave para entender por qué estas plataformas digitales deben ser vistas como parte del capital intangible de una empresa o de un profesional.

Presencia digital con valor estratégico

Las redes sociales son espacios donde se construye comunidad, se genera reputación y se posiciona una marca personal o institucional. Una cuenta con miles de seguidores fieles, alto nivel de interacción y contenidos de calidad representa una herramienta poderosa para influir, vender, atraer talento o generar alianzas.

Este aplica tanto para marcas personales como para empresas. Un influencer, un consultor o un directivo con fuerte presencia digital, puede generar valor comercial gracias a su visibilidad y credibilidad. De forma similar, las cuentas corporativas con audiencias consolidadas y segmentadas se convierten en activos que pueden ser monetizados directa o indirectamente.

Desde la perspectiva contable o financiera, estos elementos no se registran fácilmente en los estados financieros, pero sí pueden considerarse en procesos de valuación empresarial, especialmente si forman parte de la estrategia de ventas o branding.



Redes sociales y valuación de intangibles

En auditoría y valuación de empresas, los activos intangibles cobran cada vez más importancia. Al aplicar métodos de valuación, como el de ingresos o el de mercado, es posible estimar el valor de una comunidad digital bien administrada, con base en su capacidad para generar flujo de efectivo, posicionamiento de marca o lealtad del cliente.

Por ejemplo, una empresa de comercio electrónico que genera ventas principalmente a través de campañas en Instagram o TikTok podría ver reflejado ese potencial en el valor de sus cuentas sociales. Del mismo modo, en operaciones de compraventa de empresas, se valora si la marca tiene comunidad digital, buena reputación online y canales bien establecidos. Las redes sociales, en este sentido, se vuelven parte del capital intelectual o relacional de una organización.

Reconocer y fortalecer el valor digital

Las redes sociales no son solo un canal de comunicación, sino una plataforma de construcción de valor estratégico. Aquellos que las administran con intención, constancia y visión, están cultivando un activo que puede crecer, fortalecerse y, en ciertos casos, transferirse o monetizarse.

Reconocerlas como un activo intangible es el primer paso para integrarlas en la planeación financiera y de negocios. En un entorno cada vez más competitivo y digitalizado, construir comunidades genuinas, posicionar contenido de valor y generar confianza online, es parte esencial del éxito organizacional y profesional.

TN | University

- ■ ■
- ■ ■
- ■ ■

Tipos de intangibles que todo negocio debe medir

TN Editorial

Los activos intangibles han cobrado una relevancia sin precedentes en un mundo empresarial donde la diferenciación ya no se basa únicamente en instalaciones, maquinaria o inventarios,. Elementos como la marca, el talento humano, la innovación o la propiedad intelectual pueden representar hasta el 80% del valor total de una compañía, especialmente en sectores intensivos en conocimiento y tecnología.

Sin embargo, muchos negocios siguen concentrándose únicamente en sus estados financieros tradicionales, dejando fuera del análisis estratégico los activos que realmente los distinguen. Medir los intangibles no es solo una tarea contable: es una decisión gerencial que permite gestionar lo invisible, anticipar riesgos, capitalizar ventajas competitivas y aumentar el valor percibido de la organización. A continuación, se presentan tres tipos de activos intangibles clave que toda empresa debe identificar, medir y fortalecer, independientemente de su sector y tamaño.



Tres tipos de activos intangibles

1. Marca y reputación corporativa

La marca no es solo un logotipo o un nombre comercial; es el conjunto de percepciones, emociones y confianza que los clientes depositan en una organización. Una marca fuerte puede justificar precios más altos, facilitar la entrada a nuevos mercados y blindar a la empresa ante crisis reputacionales.

Medir la marca implica evaluar su posicionamiento, reconocimiento, valor emocional y su impacto en las decisiones de compra. Herramientas como encuestas de percepción, estudios de fidelidad y análisis de menciones en medios pueden ayudar a cuantificar este activo intangible.

2. Capital humano y cultura organizacional

Los conocimientos, habilidades, experiencia y compromiso del equipo de trabajo son pilares fundamentales de cualquier negocio. El talento humano no se refleja directamente en los balances contables, pero influye en la productividad, la innovación y la sostenibilidad.

Además, la cultura organizacional (como los valores compartidos, el clima laboral y los estilos de liderazgo), impacta directamente en la retención de talento y en la imagen externa de la empresa. Medir este intangible requiere indicadores como el índice de rotación, encuestas de clima laboral, evaluaciones de desempeño y planes de desarrollo profesional.



3. Propiedad intelectual y activos digitales

Las patentes, marcas registradas, derechos de autor, software propio, metodologías únicas y bases de datos representan un capital intangible que debe ser protegido y evaluado. Estos elementos pueden monetizarse, licenciarse o usarse como garantía, y su valor puede aumentar significativamente con el tiempo.

En el entorno digital, también se incluyen como intangibles los algoritmos, plataformas digitales, contenido original, presencia en redes sociales y tráfico web, especialmente cuando están integrados en el modelo de negocio.

Gestionar lo invisible para construir lo valioso

Medir los activos intangibles no es un ejercicio anecdótico, sino una necesidad estratégica. Las empresas que reconocen, evalúan y gestionan estos elementos con claridad logran comunicar mejor su valor en el mercado, atraer inversión, negociar con más ventaja y adaptarse más rápido a los cambios.

En un entorno empresarial cada vez más basado en la economía del conocimiento, quienes dominen la gestión de sus intangibles no solo tendrán una visión más completa de su organización, sino también una ventaja competitiva sólida, sostenible y difícil de replicar. En la era digital, lo intangible es, cada vez más, lo más valioso.

TN | University

¿Por qué la valuación de intangibles no es solo para empresas grandes?



TN Editorial

Durante mucho tiempo, la valuación de activos intangibles ha sido percibida como un proceso reservado a corporaciones multinacionales o empresas que cotizan en bolsa. Sin embargo, esta visión ha quedado obsoleta. Hoy en día, cualquier negocio, sin importar su tamaño o sector, genera y utiliza intangibles que influyen directamente en su valor económico y posicionamiento en el mercado.

Desde una marca local con fuerte presencia en redes sociales hasta un startup con algoritmos propios o una firma consultora con procesos únicos, los activos intangibles están presentes en todos los modelos de

negocio. Y lo más importante: su correcta identificación, valoración y gestión puede marcar la diferencia entre el estancamiento y el crecimiento.

Valor oculto en empresas pequeñas y medianas

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) también poseen activos como marcas, reputación, bases de datos, software desarrollado internamente, procesos innovadores, cultura organizacional y relaciones comerciales estratégicas. Aunque muchas veces no aparecen reflejados en los estados financieros tradicionales, estos elementos aportan valor y pueden ser claves en negociaciones con inversionistas, fusiones, ventas o acceso a financiamiento.

Valuar estos activos permite reconocer su aporte real al negocio, justificar precios o tasas de retorno y fortalecer la posición competitiva frente a terceros. Incluso en procesos legales, como disputas por propiedad intelectual, una valuación adecuada puede respaldar jurídicamente los derechos del negocio.

Tomar decisiones estratégicas con mejor información

La valuación de intangibles no solo tiene un componente económico: también ofrece claridad para la toma de decisiones. Saber cuáles activos generan más valor ayuda a priorizar inversiones, proteger activos clave, diseñar estrategias de crecimiento o detectar riesgos subestimados.

Además, es una herramienta útil para medir la evolución de iniciativas internas, como programas de capacitación, transformación digital o campañas de marca, evaluando su retorno desde una perspectiva de capital intangible.

Accesibilidad creciente para todo tipo de negocios

Hoy existen metodologías flexibles y herramientas digitales que permiten realizar procesos de valuación accesibles y escalables. Desde métodos de ingresos,

comparables de mercado o enfoques de costo, es posible adaptar el análisis al tamaño, giro y madurez de cada organización.

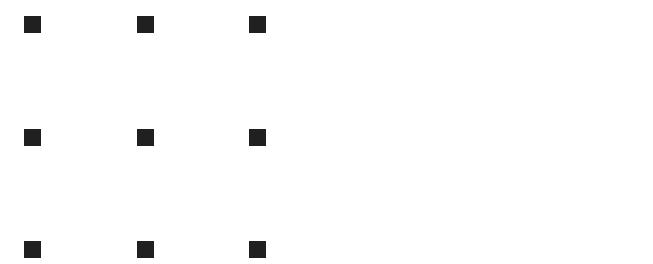
Asesorarse con profesionales especializados en valuación de intangibles permite garantizar un enfoque técnico, objetivo y alineado con estándares internacionales, sin requerir grandes inversiones.

La verdadera riqueza de un negocio no siempre es visible

La idea de que la valuación de intangibles es exclusiva para empresas grandes es un mito que limita el crecimiento y la visión estratégica. En realidad, todos los negocios generan valor más allá de lo tangible. Identificar, medir y comunicar ese valor no es solo un ejercicio contable: es una ventaja competitiva y una herramienta clave para tomar decisiones con mayor claridad y proyección. TN|University

La verdadera riqueza de un negocio no siempre es visible: identificar, medir y comunicar el valor de los intangibles no es un ejercicio contable, sino una ventaja competitiva.

- ■ ■
- ■ ■
- ■ ■
- ■ ■



Los intangibles que elevan (o hunden) el valor de tu negocio

TN Editorial

El valor de un negocio ya no se mide únicamente por sus activos físicos. En la economía actual, los activos intangibles pueden representar más del 70% del valor total de una empresa. Sin embargo, su impacto puede ser positivo o negativo, dependiendo de cómo se gestionen. Conocer estos intangibles y entender su efecto es clave para proteger y fortalecer el valor empresarial.

Desde una marca sólida hasta una mala reputación en línea, los intangibles no solo elevan el prestigio y la rentabilidad, también pueden comprometer seriamente el crecimiento si no se administran con visión estratégica.

Intangibles que suman: activos que fortalecen tu ventaja competitiva

Entre los intangibles más valiosos se encuentran la marca, la reputación corporativa, el capital humano, la propiedad intelectual, los procesos internos eficientes y la cartera de clientes leales. Estos activos no solo son difíciles de replicar, sino que aportan diferenciación y fidelidad del mercado.

Una marca reconocida puede justificar precios más altos; un equipo capacitado y motivado acelera la innovación; un algoritmo propio o software desarrollado internamente puede ser la base de un modelo de negocio escalable. Valuar estos activos permite reflejar su aporte real y defenderlo ante inversionistas o compradores.

Los intangibles son los grandes moduladores del valor real de un negocio: pueden ser los pilares que elevan tu rentabilidad o las grietas que erosionan tu crecimiento.

Además, los intangibles bien gestionados potencian el crecimiento sostenible: generan confianza, reducen riesgos operativos y facilitan la entrada a nuevos mercados.

Intangibles que restan: riesgos silenciosos que afectan el valor

Así como hay intangibles que suman, también existen factores que pueden deteriorar rápidamente el valor percibido de una empresa. Entre ellos destacan: una mala reputación digital, conflictos laborales, falta de liderazgo, cultura organizacional tóxica, y pérdida de know-how por alta rotación de personal.

Por ejemplo, una empresa con comentarios negativos constantes en plataformas públicas puede ver afectadas sus ventas y valor de marca, incluso si sus números financieros son sólidos. O un ambiente laboral conflictivo puede disminuir la productividad, aumentar la rotación y frenar la innovación.

La clave está en anticipar estos riesgos intangibles y abordarlos con indicadores y estrategias específicas, como encuestas de clima laboral, gestión de reputación online y retención de talento.

Intangibles: el espejo invisible del valor empresarial

Los activos intangibles son los grandes moduladores del valor real de un negocio. Pueden ser los pilares que elevan tu marca y tu rentabilidad, o las grietas que erosionan la confianza y el crecimiento. Identificarlos, valorarlos y gestionarlos de forma estratégica ya no es opcional: es una condición necesaria para competir con éxito en el entorno empresarial actual.

¿Tu empresa sabe cuánto valen sus intangibles? ¿Está protegiendo los que ya tiene? La respuesta puede marcar la diferencia entre crecer o estancarse. TN|University

Desafíos de la regulación del comercio electrónico

TN Editorial

La expansión rápida que el comercio electrónico ha tenido en los últimos años no solo ha impactado en la manera en cómo compramos y vendemos, sino que también ha reconfigurado el tejido económico mundial. Hoy en día, los consumidores de cualquier parte del mundo, pueden acceder a productos y servicios de manera inmediata, mientras que las organizaciones encuentran nuevas oportunidades de crecimiento más allá de sus fronteras tradicionales.

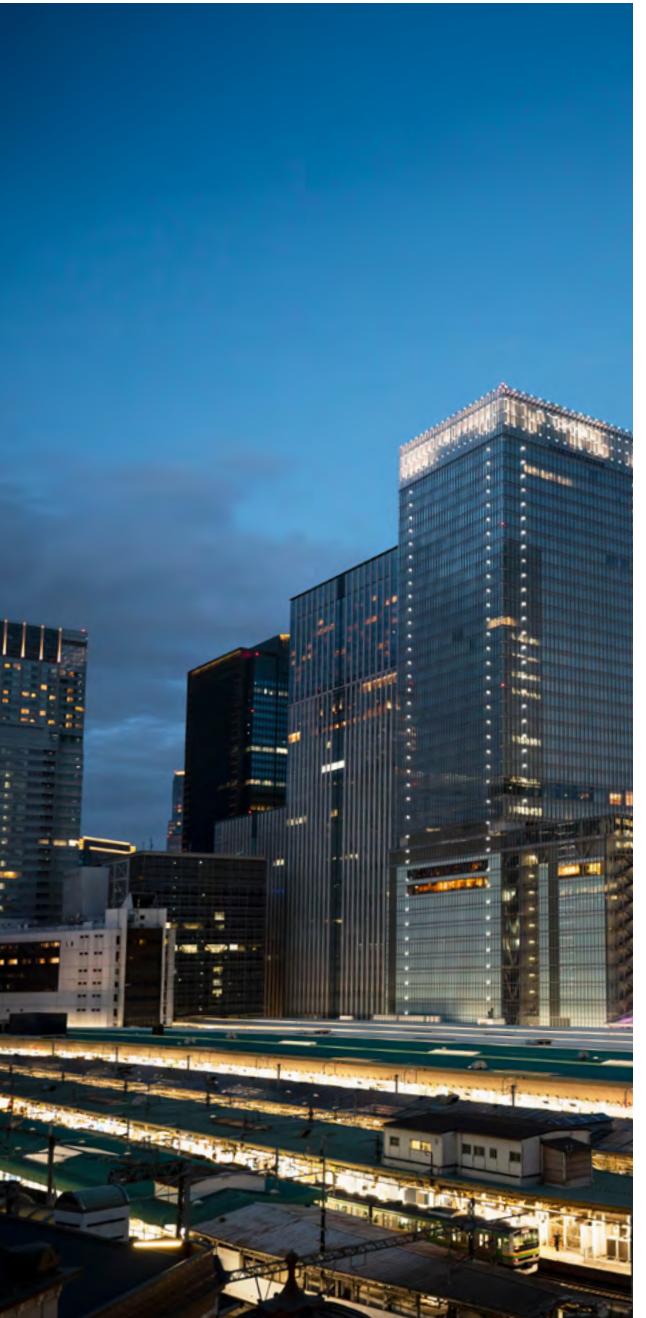
Sin embargo, al presenciar esta dinámica, se pueden notar desafíos regulatorios de gran peso. Los marcos legales, originados en una era pre-digital, se suelen quedar rezagados y resultan insuficientes para abordar cuestiones tan críticas como la protección del consumidor, la tributación transfronteriza o la responsabilidad de las plataformas. Además, la velocidad con la que emergen nuevos modelos de negocio, como marketplaces hasta fintechs y servicios de suscripción, exige una respuesta ágil y coordinada de autoridades nacionales e internacionales.

En este artículo reflexionamos en cinco retos esenciales que deben resolverse para garantizar un entorno de comercio electrónico seguro, equitativo y sostenible.

Desafíos legales y jurisdiccionales del comercio electrónico

1. Comercio transfronterizo y competencia de jurisdicciones

Cuando un comprador, un vendedor y los servidores de una plataforma están en países diferentes, surge la cuestión: ¿qué ley aplica? La falta de armonización entre marcos legales nacionales genera vacíos que las empresas explotan, mientras los consumidores quedan desprotegidos frente a disputas internacionales de difícil resolución.



2. Protección al consumidor y derechos digitales

Garantizar transparencia en precios, plazos de entrega y políticas de devolución es esencial para ganarse la confianza del usuario. Sin embargo, la variabilidad de requisitos de información y los procesos de reclamación divergentes entre jurisdicciones complican la implementación de un estándar global de defensa del consumidor.

Retos fiscales y de responsabilidad para el e-commerce

3. Tributación y recaudación de impuestos digitales

Las ventas en línea pueden evadir aranceles de importación e impuestos indirectos. Para cerrar esa brecha, muchas naciones están adaptando sus códigos fiscales: gravando plataformas, estableciendo umbrales mínimos de facturación o exigiendo registros locales a proveedores extranjeros. El equilibrio entre recaudar y no frenar el crecimiento del sector es delicado.

4. Responsabilidad de plataformas y marketplaces

Determinar hasta dónde responden las plataformas por productos defectuosos, contenido ilegal o fraudes es un campo de debate. Estatutos como el "puerto seguro" (o "safe harbor"), en algunos países eximen de responsabilidad a los intermediarios, pero la tendencia global apunta a exigir mayor diligencia y transparencia a los marketplaces.

Seguridad y competencia

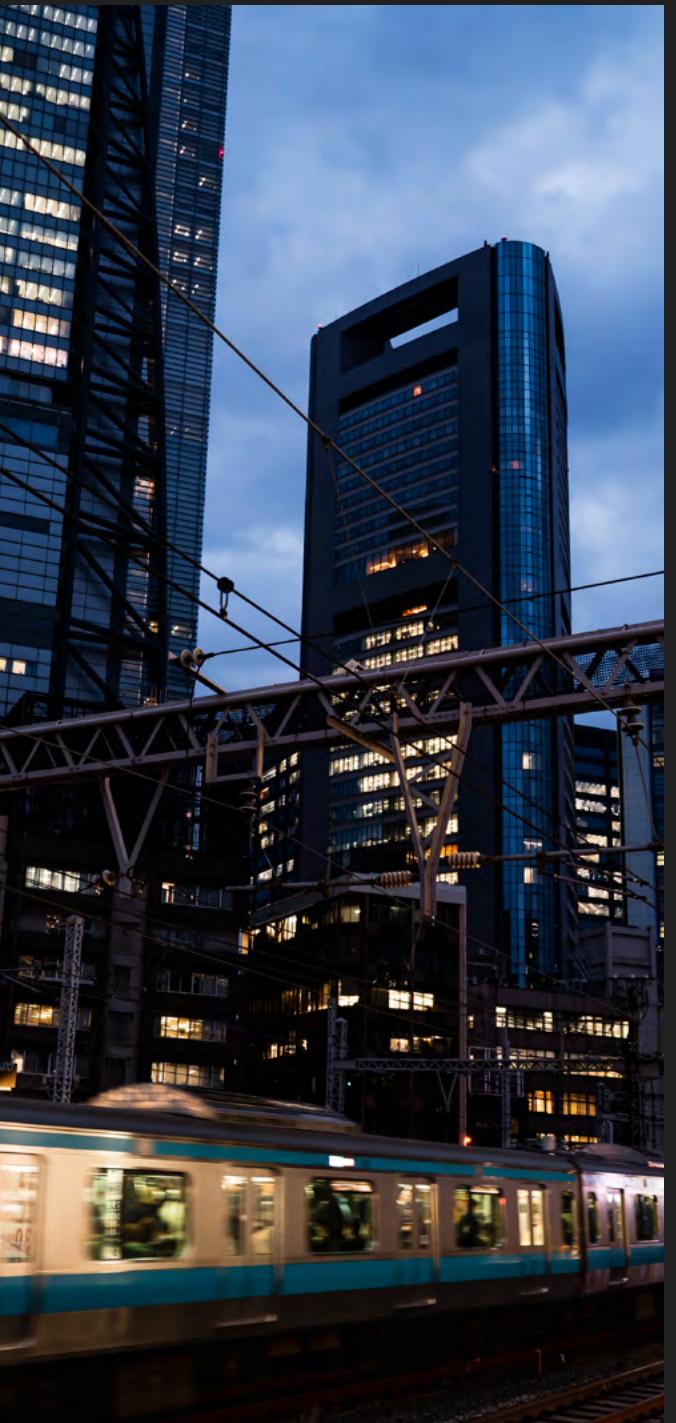
5. Ciberseguridad y concentración de mercado

Proteger la información financiera y personal de los usuarios frente a ataques y brechas de datos requiere estándares mínimos de seguridad, auditorías y sanciones eficaces. Al mismo tiempo, el dominio de unas pocas plataformas globales plantea riesgos de abuso de poder de mercado, lo que obliga a las autoridades antimonopolio a redefinir sus criterios en el entorno digital.

Hacia un ecosistema digital en equilibrio

Para lograrlo, es fundamental que los gobiernos impulsen acuerdos bilaterales y multilaterales que armonicen criterios regulatorios, de modo que las empresas enfrenten reglas claras sin importar dónde operen. Al mismo tiempo, los reguladores deben adoptar una gestión basada en riesgos, enfocándose en las áreas de mayor impacto, como la protección de datos y la prevención de fraudes, y dejando espacio para la experimentación en nuevos servicios digitales. La flexibilidad normativa, por su parte, permitirá actualizar disposiciones con agilidad conforme surjan innovaciones tecnológicas, sin caer en la obsolescencia.

De este modo, se fomentará un ecosistema en el que la innovación prospere, los consumidores gocen de garantías efectivas, los fondos públicos reciban la recaudación justa y las empresas compitan en igualdad de condiciones. En los próximos años, será esencial el diálogo continuo entre autoridades, industria y sociedad civil para sentar las bases de un mercado electrónico sostenible y seguro, capaz de impulsar el crecimiento económico y el bienestar global de manera equilibrada. TN|University





Ciberseguridad corporativa: cómo proteger la información en entornos digitales

Ing. Karolina Zepeda Cota

La información se ha convertido en uno de los activos más valiosos de las organizaciones. Desde los datos financieros hasta registros de clientes, la protección de la información digital es esencial para la continuidad del negocio y la confianza de los usuarios. Sin embargo, en un mundo cada vez más interconectado y con el crecimiento acelerado de la digitalización, también ha traído consigo un incremento en las amenazas ciberneticas, lo que hace indispensable una estrategia sólida de ciberseguridad corporativa.

El riesgo invisible en la era digital

Actualmente, los ciberataques no distinguen tamaño ni sector. Grandes corporaciones, pymes e incluso instituciones educativas han sido víctimas de vulneraciones que comprometen información sensible. Los ataques de ransomware, el phishing y las brechas de datos son cada vez más frecuentes y sofisticados. Un clic en un enlace malicioso puede abrir la puerta a pérdidas económicas, daños reputacionales y sanciones legales por incumplir normativas de protección de datos.

Más allá de las pérdidas tangibles, el impacto reputacional puede ser devastador. En un entorno donde la confianza digital es clave, las organizaciones deben

asumir que la seguridad ya no es solo responsabilidad del área de tecnología, sino de toda la estructura corporativa.

El riesgo invisible en la era digital

Los ciberataques no distinguen tamaño ni sector. Grandes corporaciones, pymes e incluso instituciones educativas han sido víctimas de vulneraciones que comprometen información sensible. Los ataques de ransomware, el phishing y las brechas de datos son cada vez más frecuentes y sofisticados. Un clic en un enlace malicioso puede abrir la puerta a pérdidas económicas, daños reputacionales y sanciones legales por incumplir normativas de protección de datos. Más allá de las pérdidas tangibles, el impacto reputacional puede ser devastador. En un entorno donde la confianza digital es clave, las organizaciones deben

Estrategias para fortalecer la ciberseguridad corporativa

Una política de ciberseguridad efectiva comienza con la concientización interna. Los empleados representan la primera línea de defensa, por lo que la capacitación en buenas prácticas digitales debe ser continua. Esto incluye el uso responsable de contraseñas, la

detección de correos fraudulentos y la gestión segura de dispositivos conectados.

A nivel técnico, es indispensable implementar sistemas de autenticación multifactor, copias de seguridad periódicas y protocolos de cifrado para proteger la información sensible. Las auditorías de seguridad y los análisis de vulnerabilidad también son herramientas fundamentales para anticiparse a posibles amenazas.

Por otra parte, la adopción de normas internacionales como la ISO 27001 y el cumplimiento de legislaciones como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) o la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) en México, fortalecen el marco de actuación frente a incidentes.

La ciberseguridad como cultura organizacional

La verdadera seguridad digital no se logra solo con tecnología, sino con cultura. Las empresas que integran la ciberseguridad en su estrategia corporativa fomentan la responsabilidad compartida y la transparencia. Crear protocolos de respuesta ante incidentes, monitorear continuamente las redes y promover una comunicación abierta entre áreas sin pasos esenciales para construir resiliencia digital.

La ciberseguridad corporativa no es una opción, es una necesidad estratégica. En un entorno donde lo dato son el nuevo oro, proteger la información es proteger el futuro del negocio. Las organizaciones que invierte en prevención, educación y cumplimiento no solo evitan riesgos, sino que construyen una ventaja competitiva basada en la confianza y la responsabilidad digital. TN University

Cómo la banca digital está transformando los servicios financieros

TN Editorial

Una nueva era en las finanzas

En los últimos años, la banca digital ha dejado de ser una opción complementaria para convertirse en el estándar de la industria financiera. La adopción masiva de la tecnología móvil, el avance de la inteligencia artificial (IA), el big data, la banca abierta (open banking) y las plataformas fintech han acelerado una transformación sin precedentes. Hoy, el usuario ya no espera largas filas en una sucursal: exige rapidez, accesibilidad y soluciones personalizadas desde la palma de su mano.

Este cambio va más allá de la simple digitalización de servicios; representa una verdadera redefinición del modelo financiero, donde los bancos tradicionales deben adaptarse a un entorno hipercompetitivo dominado por la innovación. Además, plantea retos clave en materia de seguridad, regulación y confianza, temas que acompañan de manera natural a cada avance tecnológico.

Personalización y decisiones inteligentes

La hiperpersonalización es uno de los grandes logros de la banca digital, pues coloca al cliente en el centro de la estrategia. A través de la analítica de datos y el machine learning, los bancos y fintech pueden diseñar soluciones específicas que responden a las necesidades reales de cada usuario. Este enfoque no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también incrementa la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas.

Algunos de los principales aportes son:

- **Ofertas financieras personalizadas:** los algoritmos analizan el historial de transacciones y hábitos

- ■ ■
- ■ ■
- ■ ■

de consumo para recomendar créditos, seguros o productos de inversión ajustados a la capacidad de pago y perfil de riesgo de cada cliente.

- **Experiencias digitales únicas:** desde aplicaciones móviles que sugieren metas de ahorro hasta plataformas que envían alertas personalizadas para mejorar la gestión financiera.
- **Optimización de procesos internos:** la inteligencia artificial ayuda a las instituciones a anticipar la demanda de servicios, asignar mejor los recursos y reducir tiempos de respuesta.
- **Open Banking como motor de innovación:** el intercambio seguro de datos financieros entre bancos y startups fintech permite crear nuevos servicios, ampliar la oferta de productos y generar mayor competencia en beneficio de los usuarios.
- **Mejor toma de decisiones estratégicas:** la información recolectada y procesada en tiempo real permite a las instituciones financieras identificar tendencias del mercado, anticipar riesgos y diseñar estrategias más efectivas.

Estos elementos demuestran que la personalización no solo es un beneficio para el cliente, sino también una ventaja competitiva para las instituciones que logran integrar la inteligencia artificial y la analítica de datos en su modelo de negocio.

Velocidad, seguridad y nuevos canales

La transformación digital en la banca no solo ha cambiado cómo se realizan las transacciones, sino también qué tan rápido y a través de qué canales. Hoy, los clientes esperan inmediatez: desde abrir una cuenta en minutos hasta realizar transferencias internacionales en cuestión de segundos. Esta velocidad de res-

puesta se ha convertido en un estándar competitivo que las instituciones financieras no pueden ignorar. Sin embargo, el reto no se limita a la rapidez, también está en garantizar un ecosistema seguro y confiable. La sofisticación de los ciberataques ha obligado a los bancos a invertir en tecnologías de ciberseguridad avanzada, como:

- Biometría y reconocimiento facial para autenticar usuarios sin depender únicamente de contraseñas.
- Sistemas de detección en tiempo real que analizan patrones de comportamiento y bloquean operaciones sospechosas de inmediato.
- Contratos inteligentes en blockchain, que reducen la manipulación humana y refuerzan la transparencia en operaciones complejas.

Además, la aparición de nuevos canales digitales está redefiniendo la experiencia bancaria. Los clientes ya no solo interactúan con su banco a través de sucursales o aplicaciones móviles; también lo hacen mediante asistentes virtuales integrados en redes sociales, plataformas de mensajería o incluso mediante dispositivos de voz en el hogar.

Por otro lado, la competencia de las fintech y las grandes tecnológicas como Google, Apple o Amazon ha elevado el nivel de exigencia. Los bancos tradiciona-

les ya no pueden sostenerse únicamente en su reputación histórica: necesitan reinventar sus modelos de atención y, en muchos casos, establecer alianzas estratégicas que integren innovación con solidez institucional.

En este escenario, la velocidad, la seguridad y los nuevos canales no son solo tendencias, sino condiciones necesarias para construir una banca más ágil, confiable y accesible en el futuro cercano.

El banco del futuro ya está aquí

La transformación digital de la banca no es un fenómeno pasajero, sino un cambio estructural que marcará el rumbo de los servicios financieros en las próximas décadas. Para los usuarios, representa más comodidad, seguridad y experiencias personalizadas; para las instituciones financieras, implica un desafío constante por innovar y adaptarse a nuevas realidades.

Las organizaciones que comprendan y adopten estas tendencias estarán mejor preparadas para competir en un mercado donde la confianza, la transparencia y la agilidad son factores clave. Invertir en conocimiento hoy es la mejor estrategia para entender cómo la banca digital seguirá transformando la forma en que interactuamos con el dinero. TN University



Destaca *Fundamentos de la Auditoría Forense* en FIL Guadalajara 2025

TN Editorial

El Mtro. Alfonso Ruelas Ramos presentó su libro *Fundamentos de la Auditoría Forense* (TN Editorial, 2024) en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2025, el evento literario más importante del mundo hispano. Acompañado del Mtro. Josué Barrera, quien dirige TN Editorial, la presentación se llevó a cabo el sábado 6 de diciembre, a las 10:00 horas, en la sala G del área internacional de Expo Guadalajara.

Publicado en 2024, el libro se ha consolidado como una obra de referencia en México y Latinoamérica, manteniéndose durante todo 2025 en los primeros lugares de ventas entre profesionales de la contaduría, auditoría, derecho y áreas de cumplimiento. Su éxito responde al enfoque práctico, metodológico y accesible con el que aborda la auditoría forense, una disciplina crucial frente al crecimiento del fraude financiero, los delitos cibernéticos y la exigencia global de transparencia. Es por eso por lo que en breve se publicará en inglés.

El autor destacó que su interés por escribir el libro surgió en 2004, al identificar una laguna de conocimiento en metodologías de auditoría forense aplicadas al contexto mexicano. Su obra incorpora fundamentos técnicos, herramientas prácticas y casos reales, convirtiéndose en una guía esencial para quienes investigan fraudes y buscan fortalecer la integridad financiera en organizaciones públicas y privadas.

Por su parte, Barrera mencionó que este libro no solo es una aportación relevante para el ámbito profesional, sino también el resultado de un proceso que habla de dedicación, rigor y, sobre todo, de una auténtica vocación docente. Indicó además que este proyecto editorial fue durante años un conjunto de apuntes de clase, materiales preparados minuciosamente para formar a generaciones de estudiantes, por lo que la obra lleva consigo la voz de los estudiantes y la esencia práctica del ejercicio docente.

Fundamentos de la Auditoría Forense, único libro sobre el tema que se presentó en la FIL 2025, se ha convertido en una obra imprescindible tanto para estudiantes como para profesionales que buscan comprender a profundidad los procesos de detección, prevención e investigación del fraude. Su valor radica en que combina teoría rigurosa, casos reales y una metodología práctica que permite aplicar los conceptos en contextos reales.

Su presentación representó un paso más en la consolidación de esta obra como una de las aportaciones más influyentes en la formación de auditores en México y América Latina. TN | University



TN University presente en encuentro de rectores

TN Editorial

TN University presente en encuentro clave de líderes educativos

El rector de TN University, Mtro. Alfonso Ruelas Ramos, participó en el Encuentro e Intercambio de Experiencias entre Rectores y Directores de Escuelas Particulares del Estado de Sonora, celebrado el pasado 11 de noviembre en Hermosillo, Sonora. El evento reunió a líderes de instituciones educativas particulares con el objetivo de generar sinergias, compartir buenas prácticas y dialogar sobre los retos y oportunidades del sector educativo en el estado.

La jornada contó con la presencia del Lic. Froylán Gámez Gamboa, Secretario de Educación de Sonora; el Dr. Rodolfo Basurto Álvarez, Subsecretario de Educación Superior; la Mtra. Dulce Abilene Peralta Cracámones, Directora de Educación Superior, y la Dra. Vilma Campa Pérez, Directora de COEPES y CEPPEMS.

Presencia destacada de TN University en encuentro de rectores

Durante el encuentro, el Mtro. Alfonso Ruelas Ramos intercambió experiencias con otros directivos sobre innovación educativa, formación en línea y el fortalecimiento de competencias en el contexto digital. Su participación reafirma el compromiso de TN University con una educación de calidad, inclusiva y orientada al desarrollo profesional de los estudiantes de toda América Latina.

TN University, líder en Educación Superior en línea

TN University se consolida como una institución líder en educación superior en línea, especializada en áreas clave para el desarrollo profesional contemporáneo como la auditoría, la gestión de riesgos y el gobierno corporativo. Con una visión enfocada en la innovación, calidad y la internacionalización académica, tiene un alcance de 15 países, llevando programas de alta calidad a estudiantes de toda Latinoamérica.

Como parte de su compromiso con las nuevas demandas del entorno financiero global, la universidad ha anunciado la próxima apertura de la Maestría en Fintech y Mercados Financieros, una propuesta formativa de vanguardia diseñada para preparar a los líderes del futuro en el ecosistema digital.

Con contenidos actualizados, enfoque práctico y certificación digital respaldada por blockchain, TN University continúa ampliando su impacto y contribuyendo a la formación de profesionales capaces de responder a los retos estratégicos, tecnológicos y éticos de un mundo en constante transformación.



Fotografía del rector de TN University, el Maestro Alfonso Ruelas Ramos presentando en el encuentro de rectores.

TN University ofrece Master Class sobre Normas de Valuación

TN Editorial

Alfonso Ruelas Ramos presentó una Master Class

El 7 de agosto del presente año, TN University ofreció la Master Class "Actualización de las Normas Internacionales de Valuación 2025", impartida por el Contador, Auditor Forense y Rector Alfonso Ruelas Ramos. La sesión virtual, de acceso gratuito, estuvo dirigida a profesionistas de las áreas financiera, contable y de consultoría, así como a académicos y estudiantes interesados en las últimas disposiciones del sector.

Las nuevas normas, que entraron en vigor el pasado 31 de enero de 2025, introducen criterios actualizados para la valuación de activos tangibles e intangibles, refinamientos en el reconocimiento del valor razonable y pautas más rigurosas para la documentación de procesos. Durante la clase magistral, el Mtro. Ruelas Ramos, CEO de Tutor Negotia Group, desglosó los principales cambios, comparó los estándares previos con las revisiones recientes y presentó ejemplos prácticos de aplicación en casos reales de fusiones, adquisiciones y reportes financieros.

Al finalizar la exposición, los asistentes tuvieron la oportunidad de formular preguntas en vivo. El Mtro. Ruelas Ramos respondió a todas ellas, subrayando la importancia de la formación continua y la actualización técnica para garantizar la transparencia y la confianza en los mercados.

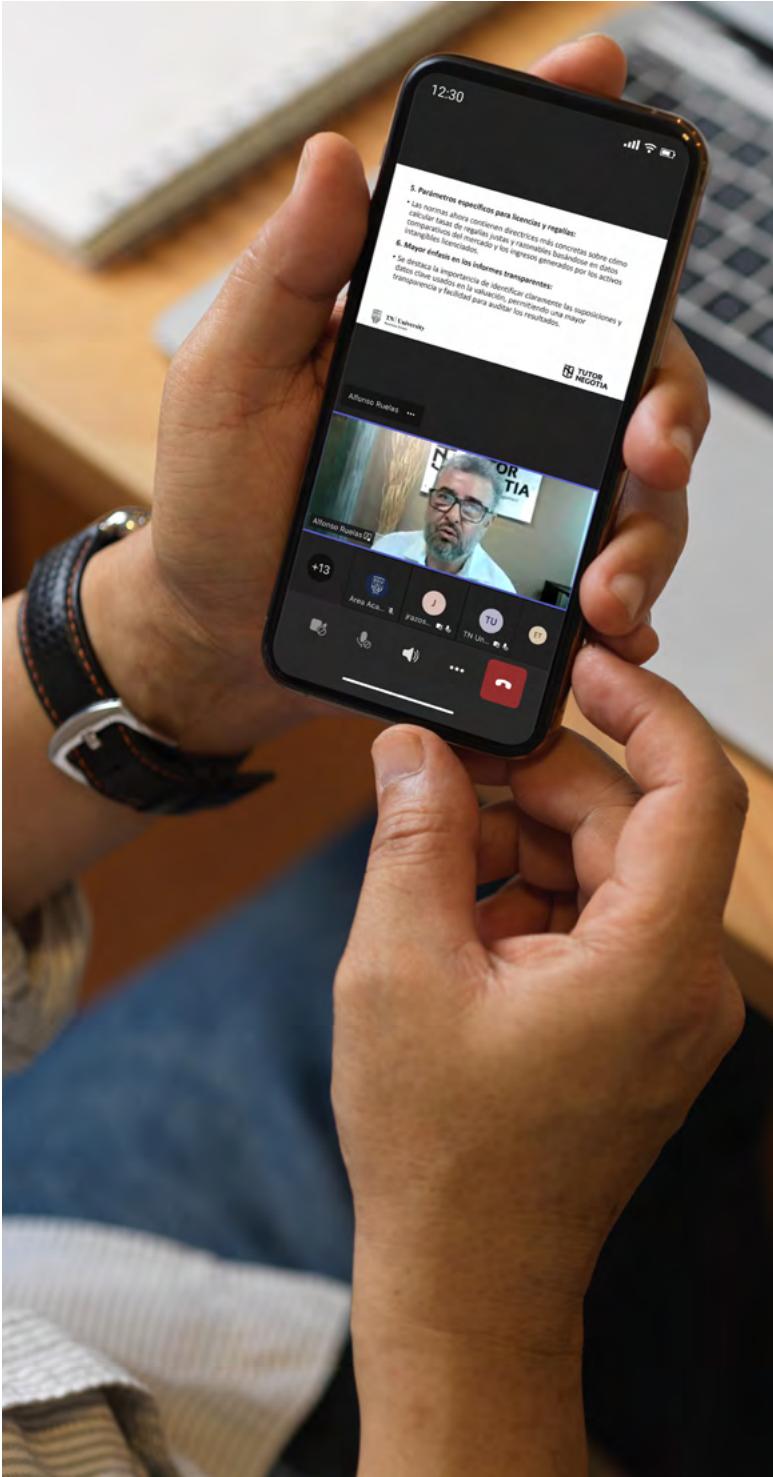
TN University impulsa la formación continua

Con esta iniciativa, TN University fortalece su misión de ofrecer educación continua de excelencia adaptada a las necesidades del entorno profesional actual. Al impartir esta clase magistral, la institución facilita

el acceso a información técnica de punta y fomenta la actualización constante de auditores, contadores y consultores. Este tipo de eventos, diseñados y dirigidos por expertos reconocidos, promueve el intercambio de experiencias y el desarrollo de redes profesionales. De esta manera, TN University no solo aporta herramientas prácticas para enfrentar desafíos regulatorios, sino que también impulsa la innovación y el liderazgo en toda América Latina.

La institución continuará organizando eventos gratuitos y especializados a lo largo del año, facilitando el acceso de los profesionales latinoamericanos a las mejores prácticas internacionales. [Ve la Master Class completa aquí.](#)

TN University



-
-
-
-
-
-

Celebrando el logro académico



Fotografía de la alumna Alicia Fragoso recibiendo su título en las instalaciones de TN University.



Fotografía de los alumnos Alfredo Molina y Sandra Centeno recibiendo su título a manos del rector de TN University, el Maestro Alfonso Ruelas Ramos.

Felicitamos con orgullo a todos los egresados de nuestros programas de maestría y educación continua. En días recientes tuvimos el honor de recibir en nuestras instalaciones a dos egresados de la Maestría en Auditoría Forense y Cumplimiento, quienes acudieron a recibir su reconocimiento por este importante logro académico. TN University

Iniciaron nuevos programas en octubre

TN Editorial

Educación continua

TN University, institución reconocida por su liderazgo en educación en línea en América Latina, anunció el inicio de cuatro cursos especializados enfocados en fortalecer las capacidades técnicas y estratégicas de profesionales en auditoría, seguridad corporativa y cumplimiento normativo. Los programas de educación continua que comenzaron en octubre son:

- Curso de Preparación del Informe Forense y la Pericial Contable, diseñado para formar expertos capaces de elaborar dictámenes técnicos útiles en procesos judiciales y administrativos.
- Curso en Administración de la Seguridad Corporativa y Gestión de Riesgos, que capacita a los participantes en la identificación, análisis y mitigación de amenazas que puedan comprometer la integridad de las organizaciones.
- Curso de Auditoría Operativa, enfocado en la mejora del desempeño organizacional mediante evaluaciones integrales de procesos internos.
- Curso para la Implementación y Auditoría de Cumplimiento PCI DSS, dirigido a profesionales que trabajan en sectores relacionados con el manejo de datos de tarjetas de pago, buscando garantizar el cumplimiento de los estándares internacionales de seguridad.

"En TN University apostamos por una formación actualizada y aplicable. Estos cursos responden a las necesidades reales del entorno empresarial, fortaleciendo perfiles profesionales que buscan destacarse en auditoría, cumplimiento y gestión de riesgos", afirmó Alfonso H. Ruelas Ramos, rector de la universidad.

- ■ ■
- ■ ■
- ■ ■

La oferta académica combina clases en línea, materiales accesibles, evaluación continua y acceso a una comunidad activa de expertos. Los programas pueden completarse en cinco semanas y los estudiantes reciben certificaciones digitales verificables con tecnología blockchain. Estos cursos abren continuamente, por lo que si te interesa inscribirte, pide informes y aparta tu lugar.

Maestrías y especialidades

En TN University iniciaron clases dos programas de posgrado y dos especialidades de alta calidad que responden a las demandas más actuales del entorno empresarial y gubernamental: la Maestría en Auditoría Forense y Cumplimiento, la Maestría en Auditoría Integral y Gestión de Riesgos, así como la Especialidad en Auditoría Forense y la Especialidad en Valuación de Negocios.

1. Maestría en Auditoría Forense y Cumplimiento

Este posgrado forma especialistas capaces de diseñar y ejecutar auditorías forenses en entornos públicos y privados, abarcando desde la planificación hasta la elaboración de informes con validez judicial. Entre las habilidades que los estudiantes aprenderán destacan:

- Uso de herramientas digitales para rastrear transacciones ilícitas y analizar big data en crímenes financieros.
- Aplicación de técnicas de investigación, como agentes encubiertos y métodos de inteligencia financiera.
- Desarrollo de proyectos de investigación originales con rigor científico, aportando al campo forense con publicaciones en revistas indexadas y foros especializados.

2. Maestría en Auditoría Integral y Gestión de Riesgos

Por su parte, este posgrado está diseñado para quienes buscan liderar auditorías y procesos de control de riesgos a nivel estratégico. Sus objetivos incluyen:

- Planificación, organización y ejecución de auditorías con enfoque profesional y práctico.
- Uso de tecnología de última generación para la gestión de procesos e informes.
- Desarrollo de funciones de contraloría interna y externa bajo estándares internacionales.
- Integración de técnicas forenses avanzadas en la gestión de riesgos de negocios.

El enfoque de esta maestría se centra en formar líderes con la capacidad de anticipar riesgos, implementar prácticas de vanguardia y fortalecer la sostenibilidad organizacional.

3. Especialidades de alto nivel

La Especialidad en Valuación de Negocios está orientada a formar profesionales capaces de analizar la estructura financiera de una empresa, interpretar indicadores de rentabilidad, valorar activos tangibles e intangibles y desarrollar estrategias sólidas en procesos de negociación entre accionistas o inversionistas.

Asimismo, enfatiza la importancia de la transparencia financiera, el uso óptimo del apalancamiento y la comparación competitiva con otras industrias para impulsar el crecimiento y sostenibilidad de los negocios.

Por su parte, la Especialidad en Auditoría Forense brinda una formación integral en principios, métodos y procedimientos aplicados en contextos empresariales y judiciales. Sus objetivos incluyen la aplicación de la ética profesional, la elaboración de informes forenses de calidad, la planificación estratégica de auditorías, la competencia en auditoría forense digital y el dominio de técnicas para preservar y evaluar evidencias, garantizando así la solidez técnica y legal en la detección, prevención e investigación de fraudes.

Formación para un futuro competitivo

Con estos programas, TN University reafirma ser la mejor universidad latinoamericana en línea y tener el compromiso de ofrecer una educación en línea innovadora y de calidad, que responde a los retos de un mundo en constante transformación. Los nuevos estudiantes inician así un camino hacia la especialización con alto impacto profesional y social, colocándose a la vanguardia en el campo de la Auditoría y Gestión de riesgos. TN University



Conoce nuestra oferta educativa

Maestrías

- ▶ Alta Gestión y Dirección de Negocios
- ▶ Cumplimiento Corporativo
- ▶ Auditoría Forense y Cumplimiento
- ▶ Auditoría Integral y Gestión de Riesgos
- ▶ Gestión de Proyectos Energéticos e Inversión Sustentable

Especialidades

- ▶ Valuación de Negocios
- ▶ Auditoría Forense
- ▶ Inversión Energética Sustentable

Seminarios

- ▶ Valuación de Empresas y de Marca
- ▶ Auditoría Forense en la Investigación Criminal del Lavado de Dinero y Activos

Hoy puedes tomar la decisión de **formar parte de los líderes resilientes del futuro**

Contáctanos aquí 



Cursos

- ▶ Gobierno Corporativo
- ▶ Ley Sarbanes Oxley (SOX) para Auditores
- ▶ Redacción del Informe y Dictamen de Valuación de Empresas e Intangibles
- ▶ Auditoría e Investigación Forense
- ▶ Auditoría Operativa
- ▶ Oficial de Cumplimiento
- ▶ Auditoría Forense Digital
- ▶ Administración de la Seguridad Corporativa y Gestión de Riesgos
- ▶ Preparación del Informe Forense y la Pericial Contable
- ▶ Cadena de Custodia, Recolección de Evidencia en Auditoría Forense
- ▶ Auditoría Forense para el Sector Gubernamental
- ▶ Auditoría Interna Basada en Riesgos
- ▶ Contabilidad Administrativa y Análisis de Costos
- ▶ Finanzas Estratégicas Corporativas
- ▶ Gestión Integral del Riesgo Ambiental
- ▶ Implementación y Auditoría de Cumplimiento PCI DSS 4.0.1
- ▶ Administración y Gestión Ejecutiva de Recursos Humanos
- ▶ Valuación de Valores, Instrumentos Financieros y Activos Virtuales Fintech



Con invitados de gran experiencia en el área:



**Alfonso
Ruelas Ramos**



**Emilio Morales
Guerrero**



**María
Concepción Sicre**



**Pedro Ramírez
Conde**

Conducido por el **Maestro Israel Benavides**



TN | University

Business School

www.tnuniversity.edu.mx