



UNIVERSIDAD DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA

1D.1.11/201000/036/2025

Asunto: Diseño curricular de plan de estudio de Posgrado

MTRA. LIZ GEORGETTE MURILLO ZAMORA
DIRECTORA GENERAL DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE

Para efectos de su oficialización ante la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública y en su registro en el SICEUC, entrego en original la ficha técnica del Programa de Maestría en Negocios, firmada por el C. Dr. en Educación Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño, Rector de la Universidad de Colima.

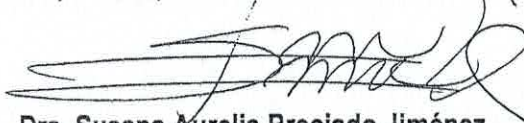
Se anexa ficha técnica (tira de materias y hoja de datos básicos) del programa en mención.

Agradezco de antemano su atención y le envío un cordial saludo.



UNIVERSIDAD
DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL
DE DOCENCIA

ATENTAMENTE
ESTUDIA*LUCHA*TRABAJA
Colima, Colima, México. 14 de marzo de 2025


Dra. Susana Aurelia Preciado Jiménez
Coordinadora General de Docencia



C.c.p. Dra. Arianna Sánchez Espinosa. Directora General de Posgrado. Para los fines que procedan.
Dr. Rogelio Pinto Pérez. Coordinador de Planeación y Desarrollo Institucional. Mismo fin.
Mtra. Priscilla Juliana Álvarez Gutiérrez. Directora General de Recursos Humanos. Mismo fin.
Dra. Oriana Zaret Gaytán Gómez. Directora de la Facultad de Economía. Mismo fin.
Licda. Calíope Alhelí Mendoza Llamas. Directora de Administración Escolar Villa de Álvarez. Mismo fin.
Archivo.

eh/SAPJ

CERTIFICADA CON NORMAS ISO

Pertinencia que transforma



COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO

Ficha Técnica

NOMBRE DEL PROGRAMA:	Maestría en Negocios.
PLANTEL DE ADSCRIPCIÓN:	Facultad de Economía.
CAMPO DISCIPLINARIO:	Ciencias sociales y derecho.
CAMPO ESPECÍFICO:	Economía
CLAVE:	M485
FECHA DE INICIO:	Agosto de 2025.
DURACIÓN:	4 semestres.
MODALIDAD:	Escolarizada.
ORIENTACIÓN:	Profesionalizante.
CRÉDITOS REQUERIDOS:	78.

PRESENTACIÓN:

La Maestría en Negocios (clave M470) comenzó a impartirse en la Facultad de Economía de la Universidad de Colima en agosto de 2019. Desde su creación, su principal objetivo ha sido formar profesionistas especializados en emprendimiento e innovación enfocados en la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES), así como en agronegocios y desarrollo sostenible. Para lograrlo, el programa promueve habilidades y estrategias innovadoras que impulsan la formación, consolidación y crecimiento de proyectos, fortaleciendo así a las PYMES o fomentando la creación de negocios con un impacto regional, nacional e internacional.

El plan de estudios vigente de la Maestría, está estructurado en tres áreas fundamentales de formación (Emprendimiento y Diseño de Negocios; Actores Económicos y Cadenas Productivas; y Área de Talento, Innovación, Mercados y Marketing) con dos Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Agronegocios y Desarrollo Sostenible: y Emprendimiento e Innovación en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

La actualización del programa surge como una respuesta necesaria al contexto actual y a la constante evolución en la enseñanza y el desarrollo tecnológico. Durante el análisis del entorno, se confirmó el impacto significativo que ha tenido la tecnología en los ámbitos de producción y comercialización de bienes, lo cual también ha repercutido en la educación.

En México, la pandemia impulsó la digitalización y el comercio electrónico. Plataformas como Mercado Libre vieron un crecimiento significativo, con un aumento del 800% en sitios web empresariales entre abril y mayo de 2020 (United Nations et al., 2021). Las pequeñas y medianas empresas (pymes) adoptaron el comercio en línea, duplicando su participación en ventas digitales y alcanzando un 64% de adopción en 2020. Por otro lado, en el sector agronegocios, Latinoamérica, siendo un principal productor agrícola global, ha registrado incrementos en inversión. México, con 160 millones de euros destinados al sector en 2022, se ubicó en tercer lugar de la región, destacando las plataformas de entrega, soluciones sostenibles y agricultura de precisión como principales áreas de inversión. Estas transformaciones reflejan una creciente



adaptación tecnológica y un enfoque hacia sostenibilidad y digitalización en los negocios post-pandemia.

Los cambios naturales por el dinamismo de la Facultad de Economía involucran la reconfiguración y crecimiento de su planta docente, el aumento en la oferta y demanda educativa, los procesos de jubilación y nuevas contrataciones, así como el fortalecimiento y capacitación del profesorado mediante estudios de posgrado y el desarrollo de proyectos e investigaciones alineados con las tendencias científicas y los objetivos nacionales, hace imprescindible la actualización de sus programas educativos.

En la presente propuesta de actualización de la Maestría en Negocios, estamos convencidos de que los cambios en el entorno y la actualización del programa permitirán el relanzamiento exitoso de la maestría. Este proceso ha sido el resultado de un arduo trabajo de análisis y discusión llevado a cabo por el Comité curricular, conformado por miembros del Núcleo Académico Básico y el Colegio de Academias.

OBJETIVO CURRICULAR:

Objetivo Curricular General: Formar profesionistas con especialidad en Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa o en Agronegocios y Desarrollo sostenible, con habilidades y estrategias innovadoras con la finalidad de fomentar y desarrollar proyectos para fortalecer a las PYMES y/o para emprender un negocio a nivel regional, nacional o internacional.

Objetivo Curricular Específicos: Formar especialistas en Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa o en Agronegocios y Desarrollo sostenible capaces de innovar en las estrategias y procesos de negocios mediante el emprendimiento, para el desarrollo continuo en las PYMES.

Formar emprendedores con las habilidades necesarias para interactuar con actores gubernamentales y privados con el fin de crear mecanismos que fomenten el desarrollo económico sostenible.

Generar planes y proyectos de negocios con responsabilidad social para propiciar el comercio justo y sostenible.

Fomentar el Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa o en Agronegocios y Desarrollo sostenible para gestionar la producción y comercialización de productos que fortalezcan a las pequeñas y medianas empresas locales que se proyecten a nivel regional, nacional e internacional.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

Los y las aspirantes a ingresar al posgrado serán personas que:

- Posean interés en desarrollarse profesionalmente en el mundo de los negocios
- Tengan capacidad de análisis para insertarse en contextos cambiantes e inciertos.
- Deseen proyectarse como líderes en su entorno social para ayudar al progreso del mismo.
- Muestren habilidad de expresión oral y escrita para comunicarse efectivamente

REQUISITOS DE INGRESO:

Podrán ingresar al posgrado personas que hayan:

- Egresado y titulado de las áreas del conocimiento: Administración y Negocios, Agronomía y/o afines.
- Egresado de carreras con perspectivas de emprender como área médica e ingenierías.
- realizado actividades de emprendimiento.
- Trabajado en administración y negocios.



COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO

- Aprobado un examen institucional de comprensión de lectura en inglés.
- Obtenido un puntaje de 900 puntos en el examen EXANI III.

PERFIL DEL EGRESADO:

Al finalizar el programa los y las egresadas contarán con las siguientes competencias:

- Diseña planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental.
- Construye negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.
- Interactúa con homólogos de diferentes nacionalidades, a través de las herramientas teóricas y prácticas de emprendimiento, para maximizar las oportunidades de negocio en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo éstas, socialmente responsables.

REQUISITOS DE EGRESO:

Para poder obtener su título los estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Haber aprobado satisfactoriamente todos los créditos del programa.
- Presentar constancia de "no adeudo en bibliotecas", ya sea del plantel, Centro de Investigación vinculado al programa u otras dependencias Universitarias.
- Haber cubierto el total de pagos de los aranceles correspondientes.

LÍNEAS DE GENERACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO:

1.- Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa. Esta línea estudia y fomenta el crecimiento inclusivo, la eficiencia en los recursos, potenciación de los negocios e internacionalización de las empresas micro, pequeñas y medianas. A través del desarrollo del emprendimiento y la innovación estratégica y de procesos de negocios.

2.- Agronegocios y Desarrollo sostenible. En esta línea se centra en la investigación de la mejora de los procesos y comercialización de agroproductos de la región por medio de la trazabilidad. En específico el desarrollo e implementación de metodologías que ayuden a garantizar la seguridad alimentaria e incrementar la productividad, así como permitir que el consumidor tenga acceso a la información sobre los productos que consume.



COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO

FACULTAD DE ECONOMÍA

PLAN DE ESTUDIOS DE MAESTRÍA EN NEGOCIOS

CLAVE: M485

VIGENCIA A PARTIR DE AGOSTO DE 2025

TOTAL DE CRÉDITOS MÍNIMOS REQUERIDOS: 78

CRÉDITOS DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS: 62

CRÉDITOS MÍNIMOS DE ASIGNATURAS OPTATIVAS: 16

ASIGNATURAS Y MÓDULOS OBLIGATORIOS

CLAVE	ASIGNATURAS O MÓDULOS	MEDIACIÓN DOCENTE			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
1	Innovación, emprendimiento, marketing	48	0	0	32	80	5
2	Administración del talento	48	0	0	32	80	5
3	Fundamentos de contabilidad y finanzas	48	0	0	32	80	5
4	Creación de negocios	48	0	0	32	80	5
5	Trazabilidad y cadenas productivas	48	0	0	32	80	5
6	Administración financiera	48	0	0	32	80	5
7	Proyecto de negocios I	32	0	0	64	96	6
8	Economías regionales y globales	48	0	0	32	80	5
9	Finanzas corporativas estratégicas y gestión del riesgo	32	0	0	48	80	5
10	Proyecto de negocios II	32	0	0	64	96	6
11	Agentes económicos y políticos	32	0	0	48	80	5
12	Proyecciones financieras y valuación empresarial	32	0	0	48	80	5

ASIGNATURAS Y MÓDULOS OPTATIVOS

CLAVE	ASIGNATURAS O MÓDULOS	MEDIACIÓN DOCENTE			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
Op01	Tecnologías, inventarios, inocuidad y logística	32	0	0	32	64	4
Op02	Tratados y productos agrícolas	32	0	0	32	64	4
Op03	Merchandising	32	0	0	32	64	4
Op04	Tratados y servicios	32	0	0	32	64	4
Op05	Sistemas de producción pecuaria	32	0	0	32	64	4
Op06	Proceso exportador de agronegocios y desarrollo sostenible	32	0	0	32	64	4
Op07	Marketing digital	32	0	0	32	64	4
Op08	Pymes exportadoras	32	0	0	32	34	4
Op09	Desarrollo agrícola y trazabilidad	32	0	0	32	64	4
Op10	Mercados internacionales de agronegocios y desarrollo sostenible	32	0	0	32	64	4
Op11	Macrotendencias en los negocios	32	0	0	32	64	4



COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO

Op12	Mercados internacionales de manufacturas	32	0	0	32	64	4
Op13	Negocios familiares	32	0	0	32	64	4
Op14	Estrategias de vinculación	32	0	0	32	64	4
Op15	Atracción de IED	32	0	0	32	64	4
Op16	Negociación y mercados internacionales	32	0	0	32	64	4

CARGA ACADÉMICA POR TIPO DE MATERIA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
Obligatorias	992	62
Optativas	256	16

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	CLAVE	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
Horas con mediación docente	HMD	624	39
Horas de trabajo independiente	HTI	624	39
Total de horas de aprendizaje	THA	1248	78

*Se deben cursar 62 créditos de materias obligatorias.

REFERENCIAS:

- Cada hora de actividad de aprendizaje equivale a 0.0625 de crédito.
- HMD: Horas/semestre en donde existe mediación docente, incluye las horas de docencia, de asesoría y de facilitación.
- HTI: Horas/semestre de trabajo independiente
- TH: Total de horas.

Para obtener el certificado de estudios de la **Maestría en Negocios** es necesario cubrir como mínimo **78** créditos.

Para obtener el grado de **Maestro(a) en Negocios**, el aspirante deberá cumplir con los requisitos señalados en el Reglamento vigente.



DR. CHRISTIAN JORGE TORRES ORTIZ ZERMEÑO
RECTOR
UNIVERSIDAD DE COLIMA
RECTORIA

Estudia * Lucha * Trabaja
Colima, Col., 12 de marzo de 2025

DRA. SUSANA AURELIA PRECIADO JIMÉNEZ
COORDINADORA GENERAL DE DOCENCIA



UNIVERSIDAD DE COLIMA

ACUERDO No. 16 de 2019, por el que se crea el Programa de Maestría en Negocios, en la Facultad de Economía.

A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA:

El Rector de la Universidad de Colima, en ejercicio de las atribuciones que le confieren las fracciones X, XII, XIII y XIV del Artículo 27 de la Ley Orgánica de la propia Institución y

CONSIDERANDO:

PRIMERO. Que la Universidad de Colima, consciente de su responsabilidad social y preocupada por ofrecer programas educativos actualizados, flexibles y pertinentes, cumple con la misión de formar profesionales y científicos altamente competitivos para el desarrollo de la sociedad, atendiendo las directrices establecidas en el Plan Institucional de Desarrollo 2018-2021.

SEGUNDO. Que la Universidad de Colima se visualiza como una institución de calidad, con un alto compromiso social y con programas educativos que se construyen no sólo a partir de su filosofía interna, sino, principalmente, en respuesta a las exigencias sociales.

TERCERO. Que los negocios del siglo XXI surgen y prosperan, directa e indirectamente, gracias al peso de las economías de las ciudades, donde generan negocios urbanos alentando el surgimiento de sus pares rurales, los cuales a su vez producen *commodities* y/o prestan servicios para las personas que viven en los espacios ciudadanos.

CUARTO. Que a partir de los estudios de factibilidad y pertinencia realizados se han identificado carencias de posgrados orientados a especializar y preparar maestros capacitados para intervenir exitosamente en los cambios globales y que se expresan de diversa manera en el estado, por ello la Facultad



UNIVERSIDAD DE COLIMA

de Economía crea un programa dirigido a formar profesionistas especializados en urbano o agronegocios y desarrollo sostenible, con habilidades y estrategias innovadoras con la finalidad de fomentar y desarrollar proyectos para fortalecer a las PYMES y/o para emprender un negocio a nivel regional, nacional o internacional.

QUINTO.- Que la Comisión Técnico Pedagógica del H. Consejo Universitario consideró pertinente y factible la propuesta de la Maestría en Negocios, habiéndose observado que cumple con los propósitos de la política educativa rectora de esta Casa de Estudios.

Que por lo anteriormente expuesto y con fundamento en el Artículo 10 fracción III de nuestra Ley Orgánica, se expide el siguiente:

ACUERDO:

ARTÍCULO PRIMERO.- Se crea la Maestría en Negocios, en modalidad escolarizada, cuyos estudios tendrán una duración de dos años, con vigencia a partir de agosto de 2019.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Se responsabiliza a la Facultad de Economía de la implementación de la Maestría en Negocios, bajo la supervisión de la Dirección General de Educación Superior.

TRANSITORIO:

ÚNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor a partir de su aprobación por parte del H. Consejo Universitario, con efectos retroactivos al día cinco de agosto de dos mil diecinueve, y deberá ser publicado en la Gaceta Rectoría, Órgano del Gobierno de la Universidad de Colima.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Dado en la ciudad de Colima, capital del Estado del mismo nombre, a los cinco días del mes de septiembre del año dos mil diecinueve.



UNIVERSIDAD
DE COLIMA
CONSEJO
UNIVERSITARIO

ATENTAMENTE
ESTUDIA – LUCHA – TRABAJA

EL PRESIDENTE DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO

La firma autógrafa y sello en este documento electrónico, concuerdan con los plasmados en el documento original, el cual se encuentra en resguardo de la Secretaría General de la Universidad de Colima. Esta firma y sello validan exclusivamente el fin señalado en el rubro del presente Acuerdo, y se prohíbe su reproducción total o parcial.

M. en A. JOSÉ EDUARDO HERNÁNDEZ NAVA



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Facultad de Economía

Maestría en Negocios

Proyecto de actualización

Diciembre de 2024

© **Universidad de Colima**, 2024.

Avenida Universidad 333
Colima, Col., 28040, México
www.ucol.mx/

Derechos reservados conforme a la ley
Impreso en México / *Printed in Mexico*
Documento elaborado por la Facultad de Economía.

Directorio

Dr. Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño
Rector

Mtro. Joel Nino Jr.
Secretario General de la Universidad

Dra. Susana Aurelia Preciado Jiménez
Coordinadora General de Docencia

Dra. Xóchitl Angélica R. Trujillo Trujillo
Coordinadora General de Investigación

Dra. Arianna Sánchez Espinosa
Directora General de Posgrado

Dra. Oriana Zaret Gaytán Gómez
Directora de la Facultad de Economía

Evaluación curricular del plan vigente

Documento elaborado por la Facultad de Economía.

Directorio

Dra. Oriana Zaret Gaytán Gómez
Directora de la Facultad de Economía

Dr. Ricardo Castellanos Curiel
Coordinador de la Maestría en Negocios

Núcleo Académico

Dra. Claudia Marcela Prado Mezo
Mtra. Dora Argentina Cabezas Elizondo
Dr. Benjamin Vallejo Jiménez
Dr. Renato Francisco González Sánchez
Dr. Jesús Otoniel Sosa Rodríguez
Dr. Silva Aguilar Germán Israel

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.	6
I. Evaluación curricular del plan vigente.	8
1. Vigencia de fundamentos y contexto	8
2. Congruencia	15
3. Factibilidad	18
4. Resultados del programa	23
5. Trayectorias escolares y factores asociados	24
6. Operatividad del programa	25
7. Evaluación externa	26
8. Conclusiones	28
II. Proyecto de actualización.	32
2.1 Cambios en el plan de estudios vigente.	32
2.1.1 Vinculación de las asignaturas con el proyecto de intervención	32
2.1.2 Actualización de contenido de las asignaturas Innovación, emprendimiento y marketing; Creación de negocios; y Administración financiera.	32
2.1.3 Sustitución de asignaturas.	34
2.1.4 Sustitución de nombre de área.	37
2.2 Justificación de los cambios realizados.	37
2.2.1 Vinculación de las asignaturas con el proyecto de intervención	37
2.2.2 Actualización de contenido de las asignaturas Innovación, emprendimiento y marketing; Creación de negocios; y Administración financiera.	39
2.2.3 Sustitución de asignaturas.	40
2.2.4 Sustitución de nombre de área.	41
Tira de materias actualizada.	42
Referencias.	45
Anexos.	46
Programas sintéticos de las asignaturas actualizadas	46
Programas sintéticos de las nuevas asignaturas incorporadas.	51

PRESENTACIÓN.

La Maestría en Negocios (clave M470) comenzó a impartirse en la Facultad de Economía de la Universidad de Colima en agosto de 2019. Desde su creación, su principal objetivo ha sido formar profesionistas especializados en emprendimiento e innovación enfocados en la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES), así como en agronegocios y desarrollo sostenible. Para lograrlo, el programa promueve habilidades y estrategias innovadoras que impulsan la formación, consolidación y crecimiento de proyectos, fortaleciendo así a las PYMES o fomentando la creación de negocios con un impacto regional, nacional e internacional.

El plan de estudios de la Maestría está estructurado en tres áreas fundamentales de formación (Emprendimiento y Diseño de Negocios; Actores Económicos y Cadenas Productivas; y Área de Talento, Innovación, Mercados y Marketing) con dos Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Agronegocios y Desarrollo Sostenible: y Emprendimiento e Innovación en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Ambas áreas de énfasis se alinean con los objetivos de la Agenda 2030 y el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) de la Universidad de Colima, garantizando así una formación actualizada, pertinente y enfocada en las necesidades del entorno económico y social.

La actualización de la Maestría en Negocios surge como una respuesta necesaria al contexto actual y a la constante evolución en la enseñanza y el desarrollo tecnológico. Durante el análisis del entorno, se confirmó el impacto significativo que ha tenido la tecnología en los ámbitos de producción y comercialización de bienes, lo cual también ha repercutido en la educación.

Sin embargo, la llegada de la pandemia por Covid-19 en marzo de 2020 provocó transformaciones sustanciales en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Inicialmente, la suspensión de clases presenciales forzó la transición a la virtualidad, donde herramientas como Zoom y Google Meet se convirtieron en las nuevas aulas virtuales. Asimismo, el uso de tablets, pizarras virtuales como Jamboard y la función de compartir pantalla se integraron como recursos cotidianos en la educación y que, junto con los cambios gubernamentales, han reconfigurado la oferta educativa.

En México, la pandemia impulsó la digitalización y el comercio electrónico. Plataformas como Mercado Libre vieron un crecimiento significativo, con un aumento del 800% en sitios web empresariales entre abril y mayo de 2020 (United Nations et al., 2021). Las pequeñas y medianas empresas (pymes) adoptaron el comercio en línea, duplicando su participación en ventas digitales y alcanzando un 64% de adopción en 2020. Por otro lado, en el sector agronegocios, Latinoamérica, siendo un principal productor agrícola global, ha registrado incrementos en inversión. México, con 160 millones de euros destinados al sector en 2022, se ubicó en tercer lugar de la región, destacando las plataformas de entrega, soluciones sostenibles y agricultura de precisión como principales áreas de inversión. Estas transformaciones reflejan una creciente adaptación tecnológica y un enfoque hacia sostenibilidad y digitalización en los negocios post-pandemia.

Los cambios naturales por el dinamismo de la Facultad de Economía involucran la reconfiguración y crecimiento de su planta docente, el aumento en la oferta y demanda educativa, los procesos de jubilación y nuevas contrataciones, así como el fortalecimiento y capacitación del profesorado mediante estudios de posgrado y el desarrollo de proyectos e investigaciones alineados con las tendencias científicas y los objetivos nacionales, hace imprescindible la actualización de sus programas educativos.

En la presente propuesta de actualización de la Maestría en Negocios, estamos convencidos de que los cambios en el entorno y la actualización del programa permitirán el relanzamiento exitoso de la maestría. Este proceso ha sido el resultado de un arduo trabajo de análisis y discusión llevado a cabo por el Comité de Actualización, conformado por miembros del Núcleo Académico Básico y el Colegio de Academias. En este trabajo se han considerado todos los actores y elementos clave: los profesores, estudiantes, egresados, las tendencias científicas, la normativa institucional, así como la capacidad e infraestructura disponible, garantizando una actualización integral y acorde con las necesidades del entorno.

I. Evaluación curricular del plan vigente.

1. Vigencia de fundamentos y contexto

La Maestría en Negocios (clave M470) se oferta en la Facultad de Economía de la Universidad de Colima desde agosto de 2019, teniendo como principal objetivo “Formar profesionistas con especialidad en Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa o en Agronegocios y desarrollo sostenible, con habilidades y estrategias innovadoras con la finalidad de fomentar y desarrollar proyectos para fortalecer a las PYMES y/o para emprender un negocio a nivel regional, nacional o internacional”.

El plan de estudios de la Maestría en Negocios contempla tres áreas de formación: 1. Emprendimiento y diseño de negocios; 2. Actores económicos y cadenas productivas; y 3. Área de talento, innovación, mercados y marketing. La primera se enfoca en que el estudiante aprenda a innovar, crear su negocio y a diseñar proyectos de negocios. La segunda aborda problemas de recursos humanos, seguridad en la producción, la relación entre el espacio y la economía, así como los procesos de negociación entre actores políticos y económicos. La tercera considera temas relacionados con marketing, administración, mercado mundial y políticas públicas.

Asimismo, el programa educativo considera dos áreas de énfasis, que son sus Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC), una en “Agronegocios y desarrollo sostenible” y la otra en “Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa”, las cuales se fundamentan en la Agenda 2030 y el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) de la Universidad de Colima. La primera de ellas permite estudiar los tratados enfocados a los negocios agrícolas, sistemas pecuarios o procesos de exportación, profundización en trazabilidad y certificaciones, así como estrategias de expansión o de vinculación. La segunda, pensada para los interesados en negocios urbanos, ofrece la oportunidad de estudiar temas relacionados con tratados, mercados, inversión extranjera, mercadotecnia y comercio electrónico.

La Maestría contempla un total de 78 créditos, de los cuales 62 son de las áreas de formación y 16 de las áreas de énfasis, lo que equivale a un total de 1248 horas de aprendizaje, de las

cuales el 50% corresponde a horas bajo la conducción de un académico y el otro 50% a horas de trabajo independiente. Los contenidos están organizados en asignaturas, de las cuales el 75% son Obligatorias y el 25% Optativas, estas guardan una relación horizontal en cada uno de los semestres y una relación vertical durante los cuatro semestres que dura la Maestría.

En este sentido, el programa se diseñó para cursarse en dos años (4 semestres), en cada semestre los estudiantes llevan tres materias obligatorias, una de cada área de formación, además de una materia optativa de cualquiera de las dos áreas de énfasis, de acuerdo a sus intereses académicos, cursando un total de dieciséis materias durante los cuatro semestres.

A partir de la estructura básica del plan de estudios; tomando en cuenta las áreas de formación y énfasis, así como la distribución de asignaturas por semestre; el perfil profesional que se busca adquiera un egresado de la Maestría en Negocios es el siguiente:

- Diseñar planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental.
- Construir negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.
- Interactuar con homólogos de diferentes nacionalidades, a través de las herramientas teóricas y prácticas de emprendimiento, para maximizar las oportunidades de negocio en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo éstas, socialmente responsables.

En concordancia con el modelo educativo de la Universidad de Colima, el cual se caracteriza por considerar una perspectiva formativa centrada en el aprendizaje, este programa educativo de posgrado tiene como principal directriz el uso de estrategias didáctico-pedagógicas centradas en el estudiante, buscando de esta manera el aprendizaje significativo y que durante el proceso de enseñanza-aprendizaje el estudiante desarrolle competencias en torno al pensamiento crítico y reflexivo derivado de la articulación de los conocimientos adquiridos orientados a los problemas relacionados con su entorno y desempeño en los negocios.

El programa considera las siguientes estrategias de aprendizaje: basado en proyectos, problemas, análisis y discusión de casos, así también el proceso colaborativo. Asimismo, los profesores hacen uso de programas tecnológicos y plataformas inherentes a los negocios buscando aplicar de mejor manera las estrategias referidas.

En lo que corresponde al proceso de evaluación, las técnicas centradas en el desempeño que se utilizan son: los portafolios, las pautas de observación y/o autoevaluación de una ejecución, las pruebas situacionales, los registros observacionales y anecdóticos, los diarios de clase y las rúbricas o matrices de valoración. Este conjunto de actividades permite demostrar las competencias adquiridas por los estudiantes acordes a su perfil de egreso.

En término de las tecnologías de información, durante la creación de la Maestría en Negocios, se tomó como insumo el PND (2012-2018), en cual se plasmaba la necesidad de la educación de calidad, entendida como la obtención de competencias en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para aplicación de conocimiento, la promoción de la investigación, la capacidad de innovación y el compromiso social (PND, 2013 pág. 22.).

Durante la etapa del análisis del contexto confirmamos los grandes impactos que tuvo el desarrollo de la tecnología en los diferentes ámbitos de la producción y comercialización de bienes. La educación no podía quedar exenta de la necesidad de renovar y modificar los procesos de enseñanza y aprendizaje basados en la nueva tecnología disponible. Entonces, desde su creación en la Maestría en Negocios predomina el uso de competencias y un número enorme de estrategias didácticas. Basta con voltear a ver los programas sintéticos, donde el común es el uso de plataformas como Educ, Google Drive, Google Classroom, EvPraxis, entre las principales.

Sin embargo, la aparición de la pandemia por Covid-19, en marzo de 2020, provocó grandes cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje. El primer impacto fue la suspensión inmediata de la presencialidad, y su posterior salto a la virtualidad, obligando a utilizar incluso más plataformas de las que se tenía originalmente previstas. En ese momento, Zoom y Meet se volvieron las aulas virtuales.

El uso de tablets y Jamboard de Google como pizarrones virtuales, y la opción de compartir pantalla se volvieron la cotidianidad.

Con la evolución de la pandemia y el aprendizaje en las instituciones educativas, las clases virtuales fueron acortándose evolucionando hacia un sistema donde el estudiante tomaba un rol más dinámico y central en su propio aprendizaje, y donde los profesores se dedicaban aún a explicar ciertos temas, pero dedicaban más tiempo ahora a acompañar, resolver dudas y retroalimentar a los estudiantes.

Conforme la presencialidad se fue retornando, la situación de algunos estudiantes había cambiado, algunos habían dejado la ciudad para volver a sus lugares de origen o bien, migraron a lugares que les permitieron obtener una fuente de ingresos tras la pérdida o disminución de la actividad laboral local.

Tomando en cuenta esto y los aprendizajes que nos trajo la pandemia, las primeras asignaturas presenciales tuvieron diferentes estructuras, una de ellas, tuvo una presencialidad tradicional, pero al mismo tiempo, las clases fueron transmitidas mediante la plataforma Meet a quienes se encontraban fuera de la ciudad de Villa de Álvarez, resultando en una modalidad híbrida. Algunas materias también se permitían trabajar unos días presencial y otras, virtual.

En el semestre que culminó en junio 2023, se mantuvo únicamente de forma presencial.

Cambios en el contexto socioprofesional.

La maestría inicia clases presenciales por vez primera en agosto 2019, a mediados del segundo semestre, en marzo de 2020, la Universidad de Colima inició clases a distancia como una medida para enfrentar el COVID-19. La pandemia tuvo impacto en todos los sectores, especialmente en el económico. En el caso del Producto Interno Bruto (PIB) disminuyó en un 8% en el 2020, para recuperarse un poco en el 2021, con un crecimiento de 4.7%, y de 3.1% en el 2022 (Banco Mundial, 2023).

En lo referente a comercio internacional, sucedió algo similar que la situación anteriormente descrita, este sufrió una caída mundial en el 2020, y en el 2021 inició su recuperación, pero aún no se alcanzan los niveles que se tenían en el 2019 (OCDE, 2022).

Los sectores económicos que más se vieron afectados de manera negativa fueron los viajes y turismo, mientras que aquellos que fueron positivamente impactados fueron servicios de telecomunicaciones y tecnología de la información (OCDE, 2022).

Teniendo en cuenta que se privilegió el quedarse en casa, y las restricciones de movilidad, no es de sorprender que los sectores relacionados a combustibles, aviones, automóviles, maquinaria mecánica, acero, fueron negativamente afectados. Pero aquellos sectores encargados de hacer frente a la pandemia o ayudaban a las familias a sobrellevarla se vieron favorecidos, tales como equipos de protección y productos farmacéuticos, alimentos y productos de “anidación en el hogar”, como electrodomésticos y productos electrónicos (OCDE, 2022).

A raíz de la pandemia, las restricciones de movilidad y la pérdida de empleos, tuvo repercusiones directas en las cadenas de suministro internacionales. Para el caso de Latinoamérica, especialmente los países que exportan productos primarios son los que menos se vieron afectados por esta situación.

Referente a cómo fueron impactados los países por esta crisis, expertos reportan que el efecto fue diferenciado, donde países del continente asiático especializados en producir bienes de 'anidación en el hogar' y productos que apoyan la digitalización tanto en el ámbito laboral como en el personal (OCDE, 2022) vieron un efecto positivo en sus exportaciones.

En el caso específico de México, el camino a la recuperación post COVID-19 también ha sido diferenciado, pues las afectaciones también lo fueron, de acuerdo al Fondo Monetario Internacional (FMI, 2021), recuperándose de manera muy pronta el sector manufacturero, pero el sector servicios que implica un tener una relación cercana con los clientes sigue experimentando las secuelas de la pandemia.

Entre los retos que el FMI (2021) identificó para todos los países fue el de que los países decidieron impulsar reformas estructurales, en especial las relacionadas a acceso a servicios de salud, a educación de calidad y la mejora de las condiciones para hacer negocios. Una de estas áreas se refiere a disminuir el número de empresas que se encuentran en la informalidad, lo que a su vez ayuda a reducir la brecha entre quienes tienen acceso a seguridad social, servicios básicos, y servicios de educación y de salud de calidad.

Uno de las tendencias más significativas en el área de negocios a raíz de la COVID-19 es el cómo las empresas recurrieron a soluciones digitales para continuar con sus operaciones (United Nations, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V and Inter-American Development Bank, 2021). En el caso de México, las cifras muestran un crecimiento en el número de nuevos clientes en plataformas de comercio electrónico, una de las más beneficiadas fue Mercado Libre.

Otra tendencia que se observó de 2019 a 2020 fue una reducción en compras minoristas en persona, pero un aumento de las compras en línea, donde el porcentaje se incrementó el doble respecto a un año y el otro. Lo cual explicaría el incremento de un 800% de sitios web de empresas mexicanas entre abril y mayo del 2020 (United Nations et al., 2021, p. 21).

Una iniciativa específica al gobierno mexicano fue el promocionar el uso del sistema de pago del Banco Central Mexicano llamado CoDi durante la pandemia (United Nations et al., 2021, p. 30). Y en referencia a los pagos en línea, un 70% de los y las mexicanas comentaron les gustaría seguir usando ese servicio incluso después de la pandemia (United Nations et al., 2021, p. 47)

Sin embargo, la transición de algunas compañías de fuera de línea a en línea no estuvo sin retos a enfrentar, para el caso de nuestro país un adecuado servicio al cliente fue uno de los principales desafíos (United Nations et al., 2021, p. 36).

Empero, el número de usuarios que realiza compras en línea en México está un poco por encima del promedio latinoamericano que es del 15.5%, situándose en octavo lugar de lista por debajo de Brasil y Chile que se encuentran en primer lugar con casi un 35% de usuarios (United Nations et al., 2021, p. 59).

La Asociación Mexicana de Compras en Línea (AMVO, 2020) informó que la fracción de pymes que venden en línea casi se duplicó a mediados de 2020 en comparación con mediados de 2019 y alcanzó el 64%, con el 90% de ellos también vendiendo a través de otros canales. Casi el 40% de las empresas encuestadas informaron haber experimentado más de Crecimiento del 10% en la venta online y, de las pymes que venden online, el 18% inició este canal por la Pandemia de COVID-19. Además, mientras que sólo el 24% de las empresas obtienen más del

20% de las ventas a través de canales en línea antes de COVID-19, el 45% de las empresas espera alcanzar este umbral después de COVID-19 (United Nations et al., 2021, p. 67).

En lo referente a agronegocios, de acuerdo al sitio web Global Ag Tech initiative, algunas de las tendencias que se prevén a partir de este 2023 (Ferrero, 2023) que son una mayor transparencia de la cadena de suministro, lo anterior permitirá dar seguimiento y certeza a los esfuerzos de sostenibilidad. Además de la manera en la que se interactúa con las granjas y ranchos, pues se hará un mayor uso de tecnologías

En el caso de Latinoamérica, del acuerdo Forward Fooding (2023), se considera a la región como uno de los principales productores agrícolas, llegando a producir hasta el 13% de todas las materias primas agrícolas y de pesca del mundo, y se espera que estos volúmenes incrementen en los años siguientes. Por lo cual, no debe de sorprender que el sector agrícola sea uno de los que más personas emplea, en donde en algunos países llega hasta el 25% del total de empleos.

Este reporte contempla a las plataformas de envíos de alimentos, como uno de los grupos que más fondos recibieron de las empresas emergentes dentro de los agronegocios, resaltando Rappi y Justo en México, y cómo a raíz de la pandemia pudieron cimentar su presencia en el mercado mexicano.

Referente a la cantidad de fondos que reciben los emprendimientos en el sector de agronegocios en Latinoamérica, en el 2022 México se situó en tercer lugar, con 160 millones de euros, por debajo de Brasil (454.6 millones de euros), y en segundo lugar Colombia (263.1 millones de euros). Lo que demuestra un crecimiento en los fondos que se otorgan al sector. Otro de los aspectos a resaltar, es que mucha de la inversión va dirigida a empresas jóvenes, o de reciente creación, porque este sector apenas está en crecimiento. La mayor parte de la inversión va enfocada a plataformas de comercio electrónico y entrega, sistemas de trazabilidad, soluciones sostenibles (SAS) y agricultura de precisión.

Evolución de la disciplina.

Uno de los grandes cambios que se dieron a raíz de la pandemia, son los cambios referentes a trabajar desde casa. De acuerdo al sitio web Suramericana (2022) se observan cinco tendencias que tendrán impacto en la economía latinoamericana, en primer lugar se encuentra la reducción de la clase media y el aumento de la pobreza, y se sugiere como medida para mitigar el fenómeno la formalización de las empresas, para mejorar el acceso a seguridad social, y a un ingreso estable. En segundo lugar, la transición a una economía verde, lo cual implica cambios sustanciales en la manera de hacer negocios, en específico el desarrollo y uso de nuevas tecnologías. En tercer lugar, lo relacionado a cambios geopolíticos, impulsados por el conflicto entre Ucrania y Rusia, cambios por el calentamiento global, desarrollo tecnológico, se modificarán las alianzas internacionales.

En cuarto lugar, se encuentra el incremento en el uso de tecnología, tanto en el incremento de usuarios, así como el número de compañías que iniciaron presencia en línea a raíz de la pandemia.

Finalmente, en quinto lugar, se encuentra la globalización junto con los retos que esto representa, tales como el cambio climático, la desigualdad social y los movimientos de protesta que traspasan fronteras.

2. Congruencia

Del apartado anterior se genera el análisis de congruencia de la Maestría en Negocios con base en los objetivos curriculares, el perfil de egreso, los contenidos, metodología de enseñanza aprendizaje y evaluación del aprendizaje, lo anterior en relación con los cambios del contexto socioprofesional y la evolución de la disciplina.

Objetivo curricular	Perfil de egreso	Contenidos	Metodología de enseñanza y evaluación de aprendizaje	Cambios en el contexto socioprofesional
Formar profesionistas con especialidad en Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa o en Agronegocios y desarrollo sostenible, con habilidades y estrategias innovadoras con la finalidad de fomentar y desarrollar proyectos para fortalecer a las PYMES y/o para emprender un negocio a nivel regional, nacional o internacional.	1) Diseñar planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental. 2) Construir negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible. 3) Interactuar con homólogos de diferentes nacionalidades, a través de las herramientas teóricas y prácticas de emprendimiento, para maximizar las oportunidades de negocio en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo éstas, socialmente responsables.	Organizada en 4 semestres con un total de 76 créditos, de los cuales 62 son de las áreas de formación y 20 de las áreas de énfasis, lo que equivale a un total de 1248 horas de aprendizaje, de las cuales el 50% corresponde a horas bajo la conducción de un académico y el otro 50% a horas de trabajo independiente. Los contenidos están organizados en asignaturas, de las cuales el 75% son Obligatorias y el 25% Optativas, estas guardan una relación horizontal en cada uno de los semestres y una relación vertical durante los cuatro semestres que dura la Maestría.	Las estrategias de aprendizaje planteadas son: basado en proyectos, el colaborativo, el basado en problemas y el basado en el análisis y discusión de casos. Asimismo los profesores echan mano de programas tecnológicos y plataformas inherentes a los negocios buscando aplicar de mejor manera las estrategias referidas.	Derivado de la pandemia del Covid19, una de las tendencias más significativas en el área de negocios a raíz de la COVID-19 es el cómo las empresas recurrieron a soluciones digitales para continuar con sus operaciones (United Nations, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V and Inter-American Development Bank, 2021). En el caso de México, las cifras muestran un crecimiento en el número de nuevos clientes en plataformas de comercio electrónico, una de las más beneficiadas fue Mercado Libre. En el caso de Latinoamérica, del acuerdo Forward Fooding (2023), se considera a la región como uno de los principales productores agrícolas, llegando a producir hasta el 13% de todas las materias primas agrícolas y de pesca, y se espera que estos volúmenes incrementen en los años siguientes.

Como se puede observar, la maestría en mención aún es vigente en la mayor parte de su perfil como el objetivo curricular y perfil de egreso, sin embargo, lo que respecta a “Interactuar con homólogos de diferentes nacionalidades, a través de las herramientas teóricas y prácticas de emprendimiento, para maximizar las oportunidades de negocio en la micro, pequeña y

mediana empresa, siendo éstas, socialmente responsables”, es algo que no se ha logrado con las generaciones que han cursado la maestría y como se puede ver, la tendencia de uso de las TIC’s podrá coadyuvar para lograr este elemento del perfil de egreso, además de reforzar estrategias didácticas que permitan una mayor interacción en el ámbito internacional de los negocios.

Los cambios suscitados en el contexto de la pandemia originada por el Covid-19, también orientan a una maestría con mayor flexibilidad en la estrategias didácticas y en los contenidos, dado que al hacer uso de las plataformas de enseñanza, las y los estudiantes han optado por realizar estudios en línea que les permita al mismo tiempo trabajar y continuar con su preparación profesional, lo cual deriva en un programa con mayor flexibilidad respecto a los contenidos por los cambios abruptos que se han generado en los negocios, así como en las necesidades generacionales respecto al conocimiento, la tendencia indica que se deberían generar más contenidos optativos y profesionalizar aún más los contenidos que se socializan en el programa educativo.

De forma general, se puede concluir que se deben adecuar contenidos y estrategias didácticas derivadas del contexto actual que permita incluso una menor interacción física con las y los estudiantes, lo que les permitirá seguir con sus actividades actuales, pero actualizándose con un programa más flexible.

Cabe hacer mención que respecto a las dos grandes áreas de aplicación del conocimiento: 1) Emprendimiento e innovación en las MiPyMes, así como en 2) Impulso de los agronegocios, la tendencia aún es favorable e incluso en crecimiento, como se puede revisar en el contexto actual de los negocios, sin embargo, se suma un elemento más a reforzar: 3) los negocios electrónicos, los cuales tuvieron un gran auge con la pandemia y por lo cual, deberán reforzarse los contenidos que permitan reforzar esta arista en la Maestría en Negocios.

3. Factibilidad

En su propuesta original plasmada en el documento curricular, el Núcleo Académico Básico estaba compuesto por los siguientes profesores:

En la Línea Emprendimiento e innovación en la micro, pequeña y mediana empresa:

1. Dr. Francisco Javier Haro Navejas
2. Mtra. Martha Loaiza Becerra
3. Mtra. Dora Argentina Cabezas Elizondo
4. Mtro. Ricardo Castellanos Curiel

En la línea Agronegocios y Desarrollo sostenible:

1. Dra. Claudia Marcela Prado Meza
2. Mtro. Saúl Martínez González
3. Dr. Renato Francisco González Sánchez
4. Mtro. Germán Israel Silva Aguilar

Con el paso del tiempo, el Mtro. Saúl Martínez González se jubiló, y la Mtra. Martha Loaiza Becerra solicitó su baja del NAB por así convenir a sus intereses. Posteriormente, sale el Mtro. Ricardo Castellanos y es sustituido por el Dr. Benjamín Vallejo a inicios de 2022. Desde ese momento, la conformación del Núcleo ha sido con tres integrantes en cada una de sus líneas. Por lo que los perfiles de los profesores encargados en las líneas no han cambiado.

Para el 15 de enero de 2024 se suscitó otro cambio, pues el Dr. Francisco Javier Haro Navejas salió del NAB y del Colegio de academias, por así convenir a sus intereses, y fue sustituido por el Dr. Jesús Otoniel Sosa Rodríguez, quien a su vez queda como suplente del Dr. Benjamín Vallejo en el Colegio de Academias.

Quienes pertenecen al NAB han realizado las siguientes publicaciones relacionadas con las líneas de investigación de la Maestría en Negocios:

Artículos arbitrados/indizados

- Dávila, A. Y. de la T., Haro Navejas, F. J., & Prado-Meza, C. M. (2021). Understanding traceability: Its relevance in the adoption of quality and safety measures across the supply chain. *Vinculatégica*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.29105/vtga7.1-167>
- González Sánchez R. F. y V. H. Torres Preciado (2023). "Contagio de volatilidad de precios internacionales de petróleo, urea y maíz" *Avances en Investigación Agropecuaria*. 27(1) 87-104
- González Sánchez R. F. y Carrillo S. (2022) "La gestión del recurso humano en la innovación y el desempeño de las Mipymes de Baja California. Un análisis basado en ecuaciones estructurales". *Paradigma económico*. Año 14, Núm. 1. Enero - junio de 2022. 233 – 267.
- González Sánchez R. F. y M. A. Tinoco Zermeño (2021). "Análisis de la volatilidad de precios al productor de limón en la costa del Pacífico mexicano" *Avances en Investigación Agropecuaria*. 25(3) 95 -116
- Ramírez, E. X. R., Prado-Meza, C. M., & Navejas, F. J. H. (2022). Percepciones al implementar la trazabilidad interna en una agroempresa colimense. *HorizonTes Territoriales*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.31644/HT.02.04.2022.A24>
- Torres Preciado V. H. y González Sánchez R. (2021) "La economía de la pandemia: efectos cíclicos y estrategias de recuperación del consumo manufacturero estatal ante la pandemia de la COVID -10 en México. *Contaduría y Administración*. 66(5). Lecciones de la pandemia de Covid 19. 1-27. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.3576>

Capítulos de libro

- Gaytán Gómez, O. Z., Prado-Meza, C. M., & Verduzco Ceballos, N. A. (2021). Experiencias en el desarrollo: Impulso de emprendimientos e innovaciones sociales en comunidades del estado de Colima. En S. Londoño Montoya, M. T. Carreño Bustamante, V. González Carreño, & S. C. Cañón Buitrago (Eds.), *Vinculación y desarrollo: Una compilación de resultados de investigación*. Programa DELFÍN 2020

(1a ed., pp. 15–35). Universidad de Manizales.
<https://ridum.umanizales.edu.co/handle/20.500.12746/6286>

- González Sánchez R. F. et al. (2021) “El ambiente de negocios y la innovación empresarial en el desempeño de las mipymes en el municipio de Colima, Colima, México” en Burgueño y Torres (Cood). El Comportamiento de la Micro, pequeña y mediana empresa en las regiones de México ante los retos globales. Universidad de Colima – Universidad Autónoma de Baja California. ISBN: 978-607-8814-02-2. 258 págs.
- González Sánchez R. F. y M. A. Tinoco Zermeño (2021). “La innovación y administración financiera en el desempeño comercial de microempresas. Un estudio exploratorio en colima” en Almonte, Carbajal y Torres (coordinadores). Actividad económica en México. Un análisis sectorial. Universidad Autónoma del Estado de México. ISBN 978-607-633-249-8 (impreso UAEM) ISBN 978-607-633-255-9 (PDF UAEM). Págs. 210.
- Prado-Meza, C. M. (2019). Mujeres y agronegocios en Colima: Factores que inciden en el éxito de sus empresas (2015-2016). En M. G. Ocampo Guzmán, H. B. Fletes Ocón, & G. S. Valdiviezo Ocampo (Eds.), Actores Locales y Alternativas de Coordinación para el Desarrollo Territorial (1a ed., pp. 167–198). Universidad Autónoma de Chiapas & Colofón S.A. de C.V.
https://www.researchgate.net/publication/348280170_Mujeres_y_agronegocios_en_Colima_Factores_que_inciden_en_el_exito_de_sus_empresas_2015-2016/references

De lo anterior se observa que hay pocas publicaciones relacionadas con el posgrado. Esto se atribuye a que los miembros del NAB pertenecen a tres distintos cuerpos académicos con sus respectivas líneas de investigación, los cuales se enumeran a continuación.

Nombre del CA	Línea de Investigación
Estudios Transdisciplinarios de Los Negocios, Trabajo, y Género	Investigaciones Transdisciplinarias de Los Negocios, Trabajo, y Género
Estudios en Ciencia Económica y Financiera Aplicadas	Economía y finanzas aplicadas al estudio del desempeño económico

Estudios Turísticos y Gastronómicos	Estudios sociales, económicos y ambientales en el turismo y la gastronomía
-------------------------------------	--

Se considera que hasta ahora esto no ha impactado de manera negativa ya que se trata de un posgrado profesionalizante. Sin embargo, en caso de que las nuevas tendencias en los lineamientos institucionales o de organismos evaluadores externos vayan hacia la necesidad de mayores publicaciones en el área, estamos seguros que podríamos cumplirlo con relativa facilidad, ya que la mayoría de los miembros del NAB tienen amplia experiencia en asesoramiento en proyectos de intervención, planes de negocios y tesis relacionadas al área.

Infraestructura.

Actualmente se cuenta con 6 aulas totalmente equipadas dentro de la FE, 6 talleres (con capacidad para 15 estudiantes) que forman parte del edificio nuevo de la Facultad, y dos aula más fuera de ésta (aula de posgrado y aula virtual), las cuales cuentan con proyectores, computadoras, internet, aires acondicionados, así como mesas y sillas que pueden ser utilizados por los alumnos de la Maestría en Negocios con la intención de tomar sus clases o utilizarlas para llevar a cabo el trabajo independiente asignado en sus materias. Además, se cuenta con un centro de cómputo con 40 computadoras, las cuales pueden ser utilizadas por los alumnos de posgrado, tanto para tomar clases como para la realización de sus trabajos e investigaciones, ya que dicha instalación se encuentra abierta de lunes a viernes de 7 am a 9 pm., con la facilidad de ser utilizada especialmente los sábados, en un horario de 9:00 am a 2:00 pm.

Finalmente, la FE cuenta con 8 computadoras laptop y un multifuncional (scanner, impresora y fotocopidora) para uso exclusivo de estudiantes, además de un área administrativa equipada (archivero, impresora, escáner, separador de oficios y material de papelería) para atender las necesidades escolares.

Asimismo, en el campus de Villa de Álvarez se cuenta con un Centro Interactivo de Aprendizaje Multimedia (CIAM) que también cuenta con computadoras equipadas, infraestructura que también puede ser utilizada para desarrollar actividades de la Maestría, tanto por profesores como por estudiantes.

En lo que respecta a espacios de enseñanza-aprendizaje virtuales, la UDC cuenta con la plataforma de educación a distancia EDUC. Este Sistema para la gestión del aprendizaje en línea se ha utilizado en la Maestría para impartir algunas de las asignaturas, aprovechando este tipo de recursos para trabajar algunos contenidos con mediación tecnológica y de esta manera imparte clases de manera virtual. Para las asignaturas de “Proyectos de negocios I, y II” se tiene el Sistema de Seguimiento de Tesis de Posgrado SISETEP, que es un programa en línea que le da seguimiento al desarrollo de las tesis de los estudiantes. Además de manera habitual se utiliza el correo universitario y aplicaciones de audio y vídeo para mantener una constante comunicación entre estudiantes, profesores y personal administrativo y directivo del plantel.

Por otra parte la Universidad de Colima a través de su Dirección General de Servicios Bibliotecarios ofrece un sistema de consulta en línea “Sistema Integral de Automatización de Bibliotecas de la Universidad de Colima” (SIABUC), software diseñado por los talentos de nuestra propia universidad) de los acervos bibliográficos localizados en 11 bibliotecas de nivel superior cada una especializada en un área de conocimiento, con más de 187.000 ejemplares a disposición de los estudiantes y profesores universitarios, dentro de las que destacan Ciencias, Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas y Jurídicas.

En lo que respecta a la Biblioteca de Humanidades “Griselda Álvarez Ponce de León”, ubicada en el campus Villa de Álvarez, cuenta con un acervo de material bibliográfico que consta de:

- 20,235 títulos y 40,429 ejemplares de libros.
- 4,607 libros especializados en el área económica y 9,621 ejemplares.
- 442 tesis del área económica.
- Del año 2016 a la fecha se han adquirido 681 libros del área económica. Estos libros abarcan temas desde economía, finanzas, negocios, emprendurismo, cultura, mercadotecnia, derecho, y más.

Asimismo, la Universidad de Colima cuenta con una biblioteca virtual a través de la cual se puede consultar recursos electrónicos de investigación, en bases de datos como EBSCO Host, Science Direct, entre otras plataformas especializadas. De manera particular en EBSCO Host

estudiantes y maestros pueden acceder a una colección de libros electrónicos, de más de 166,000 títulos, que se pueden descargar en formato PDF.

Todo lo mencionado anteriormente, nos permite observar claramente que la Facultad de Economía cuenta con la infraestructura necesaria para continuar ofreciendo el Programa de Maestría en Negocios.

4. Resultados del programa

Desde su creación, la Maestría en Negocios cuenta con dos generaciones de estudiantes, con respecto a la primera generación (2019-2021), se contó con un ingreso de 9 estudiantes, y desafortunadamente se tuvo una baja considerable de alumnos, uno de los factores principales fue la pandemia del COVID 19, además de que 4 de estos estudiantes realizaron originalmente el proceso de admisión para la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos, de la Facultad de Turismo y Gastronomía, en el campus Manzanillo, y al no cumplir con la cantidad mínima de aspirantes para abrir el programa, se les ofreció la posibilidad de inscribirse a la Maestría en Negocios, y si bien aceptaron dicha opción, finalmente se dieron de baja, esto vino a afectar los indicadores del programa, ya que se contó con una retención en el segundo semestre del 55%, y en el tercer semestre del 33%. Respecto a la eficiencia terminal, esta fue de un 22%. De esta primera generación únicamente egresaron dos estudiantes, las cuales ya se encuentran tituladas, ambas por la modalidad de tesis.

Por otro lado, en lo que respecta a la 2da generación (2021-2023), se contó con un ingreso de 13 estudiantes. En cuanto a la tasa de retención en el segundo semestre, esta fue del 85% y en el tercer semestre del 62%, algunos de los motivos de estas bajas fueron por salud, cuestiones laborales y por cambio de residencia fuera del país. Respecto a la eficiencia terminal, esta fue de un 54%. De los 7 egresados, una de ellas se tituló por tesis en el mes de septiembre del 2023, otro de ellos se encuentra actualmente en proceso de titulación por la modalidad de Desempeño Académico Sobresaliente, y un total de 4 egresados se encuentran

en constante comunicación con sus asesores, a fin de poder iniciar con el trámite de titulación correspondiente, en los próximos meses.

5. Trayectorias escolares y factores asociados

Al finalizar el tercero y cuarto semestre se realiza el encuentro de maestrantes, el cual busca ser un espacio para que los estudiantes presenten los avances de sus trabajos recepcionales tanto a su asesor, coasesor y profesor de asignatura. En dicho encuentro se lleva a cabo una evaluación colegiada de la cantidad y calidad de los avances con la intención de que el estudiante reciba una retroalimentación y de que esto incida en que culminen sus proyectos de intervención en tiempo y forma. Dicha actividad es organizada por la Coordinación Académica del Programa como parte de las asignaturas de Proyecto de Negocios I y II.

Aunado a lo anterior, al final de cada semestre, todos los estudiantes suben sus los avances de su proyecto en el Sistema de Seguimiento de Tesis de Posgrado, y desde la plataforma, los asesores emiten comentarios, su percepción sobre el porcentaje de avance del documento y sugerencias de mejora, además de registrar el promedio general del semestre obtenido por el estudiante, lo anterior como parte del seguimiento a la trayectoria escolar de cada uno de los alumnos.

Con los encuentros de maestrantes, se busca también que, una vez concluido el 4to semestre, los estudiantes cuenten con un proyecto, con ideas y planteamientos de negocios bien fundamentados, que les permita titularse en un plazo corto de tiempo, buscando incrementar los porcentajes de titulación.

Hasta el momento, las dos estudiantes de la primera generación que concluyeron los créditos se han titulado por modalidad tesis, la ahora Mtra. Ana Stephanie Barrera González, con el trabajo Viabilidad del modelo de negocio denominado: creación de consultoría y unidad de investigación del desarrollo ambiental sostenible, CUIDAS, el cual es resultado de un proyecto en la dependencia en la cual laboraba.

Mientras que Angélica Cristina Dávila Hernández presentó la tesis “Heladería Andrade”, trabajo derivado de un proyecto de negocios que ya estaba implementando.

En cuanto a la 2da generación, en el mes de septiembre del 2023, a dos meses de haber egresado, se llevó a cabo la primera titulación, siendo la egresada Karen Victoria González Carrasco quien presentó el proyecto de intervención “KV BEAUTY”. Por otro lado, actualmente se encuentra en proceso de titulación un egresado más por la modalidad de Desempeño Académico Sobresaliente. En lo que respecta al resto de los egresados, 4 de ellos mantienen comunicación constante con sus asesores, y se espera que puedan concluir su trámite de titulación dentro de los próximos 6 meses.

Un aspecto a resaltar es que los trabajos presentados son resultado de sistematizar experiencias. Algunos son implementados en negocios que el alumnado ya tiene en funcionamiento, o que desea emprender; mientras que otros son intervenciones en sus lugares de trabajo. Esto permite mostrar que lo aprendido en los cursos tiene una aplicabilidad casi inmediata, y se fomenta la sistematización de resultados.

Por lo cual, se cumple con el carácter profesionalizante de la maestría, ya que los trabajos son realizados en el contexto real de sus negocios, empleos o proyectos de emprendimiento, se ha encontrado la manera de que exista aplicabilidad del conocimiento, subsanando así, el que no se lleven a cabo estancias en empresas como tal.

El Núcleo Académico Básico del programa es consciente que un reto a enfrentar es el incremento de la eficiencia terminal, y a su vez se debe de seguir trabajando en el fortalecimiento del indicador de titulación de acuerdo a lo establecido en la normativa institucional.

6. Operatividad del programa

Los cambios en la operatividad del programa han sido muy pocos debido a que recién egresó la segunda generación.

Para la primera generación de la maestría fue que se inauguró el edificio alterno a la Facultad de Economía, con un módulo de cómputo, cubículos para profesores y talleres. Es en estos últimos en los que se toman las clases de la maestría con algunas excepciones temporales. Por lo que se declara que no ha habido cambio de sede.

El uso de mediación tecnológica fue principalmente durante la etapa más fuerte de la pandemia, con clases en línea, posteriormente, con actividades sincrónicas y asincrónicas, y con opciones híbridas. Estos puntos se mencionaron en la sección uno al hablar de las TICs.

En lo referente al documento recepcional, orientados por la Dirección General de Posgrado (DGP) se determinó el cambio de elaboración de Plan de Negocios a alguno de los siguientes documentos, tesis, tesina o proyecto de intervención, para los estudiantes de la segunda generación.

Los cambios en la administración del programa incluyen la coordinación por parte de la Dra. Claudia Marcela Prado Meza hasta enero 2022, cuando se incorporó la Dra. Oriana Zaret Gaytán Gómez hasta enero 2023, que es cuando el Mtro. Ricardo Castellanos Curiel toma la coordinación del programa y la Mtra. Cecilia del Carmen Velasco Alcazar como coordinadora administrativa de los posgrados que se ofertan en la Facultad de Economía.

Finalmente mencionar que en lo referente a elección de optativas y las salidas laterales hasta el momento no se ha hecho cambio alguno.

7. Evaluación externa

Desde su creación, la coordinación del programa junto con los miembros del Núcleo Académico Básico y el Colegio de Academias determinaron que no existían las condiciones para dar de alta el programa en el extinto Padrón Nacional de Programas de Calidad del antiguo Conacyt. Sin embargo, en 2023, ya bajo las nuevas reglas del Conahcyt, se vio la oportunidad para registrarlo. El envío en plataforma se llevó a cabo el día 31 de mayo teniendo un dictamen aprobatorio sin observaciones.

Esto indica que La Maestría en Negocios ha cumplido satisfactoriamente con los criterios de calidad establecidos por el Sistema Nacional de Posgrados (SNP) del Conahcyt, lo que garantiza su pertinencia y excelencia académica. El plan de estudios se encuentra alineado con las necesidades del sector productivo y social, asegurando que los estudiantes adquieran conocimientos y habilidades relevantes para el mercado laboral. Además, el núcleo

académico está conformado por una gran mayoría de profesores con grado de doctor, muchos de los cuales pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII) y cuentan con amplia experiencia en investigación y docencia. El programa también fomenta la investigación aplicada, evidenciado por publicaciones en revistas indexadas y la participación en proyectos de impacto. Asimismo, la infraestructura es adecuada, con instalaciones suficientes, bibliotecas, laboratorios y tecnología que apoyan el desarrollo académico.

En el proceso de evaluación, la institución realizó una autoevaluación detallada respaldada por una carta institucional de solicitud de registro que demostró el cumplimiento de los estándares del SNP. Tras la revisión, se emitió un dictamen favorable que otorgó el reconocimiento al programa.

Finalmente, con el cambio a la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI), no hay convocatoria disponible que permita evaluar los programas de posgrado. Esto nos deja a la espera de nuevos Marcos de referencia para solicitar nuevamente la evaluación y con ella, la extensión del registro.

Análisis de seguimiento a egresados

En 2 generaciones (2019 - 2021, y 2021 - 2023) contestaron el cuestionario de egreso 8 estudiantes. Esto significa que el análisis de la información es válido para la pequeña muestra, pero no se pueden hacer inferencias estadísticas confiables. La mitad de estos son mujeres. 5 estudiantes eran solteros y 3 casados (o en unión libre) al momento de contestar el cuestionario. Asimismo, solo uno no trabajaba y el resto eran principalmente empleados, en su mayoría basificados, aunque con cargas laborales restringidas, para así poder estudiar. 6 ganaban más de 8,000 pesos al mes y tenían más de 1 año en su actual empleo. 3 estudiantes tenían un puesto directivo (el escalafón más alto) y 2 puestos bajos (operarios) y 2 en actividades de supervisión y coordinación (puestos medios). 4 trabajan en empresas de educación (escuelas y universidades), 3 en servicios de comercio, turismo y salud. Solo una de estas empresas es gubernamental. Esta es la razón por la cual ellos mismos pagaron los costes de estudiar una maestría; aunque 3 de ellos consiguieron becas.

En cuanto a la percepción de la formación recibida (aspectos teóricos, metodológicos, idiomas, desempeño docente, etc.), la mayoría de los estudiantes está entre satisfechos y muy satisfechos. Esta percepción se relaciona con sus actuales competencias laborales (ética, razonamiento, aplicabilidad del conocimiento, comunicación, creatividad, liderazgo, etc.) que está entre una media y alta satisfacción. Asimismo, su satisfacción con la experiencia universitaria (procesos de admisión, asesorías, atención de la coordinación, conferencias, etc.) tiene un nivel medio. En cambio, la percepción de satisfacción relacionada con servicios e instalaciones de la universidad (auditorio, cafeterías, centros de cómputo, equipamiento de aulas, internet, bibliotecas, etc.) está entre medio y muy alta. Estos elementos impactan en la lealtad e identidad con la universidad. Así, 7 de los 8 estudiantes recomiendan volver a estudiar en la Universidad de Colima.

8. Conclusiones

La Maestría en Negocios de la Universidad de Colima es un programa de posgrado profesionalizante que tiene como objetivo formar profesionales con conocimientos y habilidades para el desarrollo de negocios exitosos. El programa se ofrece desde 2019 en la modalidad presencial y tiene una duración de dos años.

El programa enfrentó cambios significativos a raíz de la pandemia de COVID-19, que obligaron a adaptarse a la virtualidad y utilizar nuevas tecnologías en la enseñanza. Este cambio no sólo ha impactado en la forma de impartir clases, sino que también ha destacado la importancia de las estrategias digitales en los negocios, siendo esta una tendencia que la Maestría debe considerar para mantener su relevancia en el ámbito empresarial.

En cuanto a la congruencia entre los objetivos curriculares, el perfil de egreso, los contenidos, la metodología, y el contexto socioprofesional, se observa que el programa ha mantenido su coherencia en la formación de profesionales capaces de enfrentar los retos actuales de los negocios. Dentro de las áreas de oportunidad se encuentran la parte de la internacionalización y el incrementar las publicaciones del NAB en las líneas de generación y

aplicación del posgrado. Sin embargo, esto podría no afectar de manera negativa dado el enfoque profesionalizante del mismo. Además, la mayoría de los miembros del NAB poseen una amplia experiencia en asesoramiento, lo que puede compensar la falta de publicaciones.

En cuanto a la infraestructura, se detalla que la Facultad de Economía cuenta con aulas equipadas, talleres, aulas virtuales, centro de cómputo y acceso a bibliotecas físicas y virtuales. Esta infraestructura, junto con el uso de tecnologías de la información, respalda el desarrollo del programa y las actividades académicas.

El indicador de retención y eficiencia terminal, afectado principalmente por factores como la pandemia y cuestiones personales de los estudiantes. A pesar de ello, se destaca la implementación de estrategias para mejorar la eficiencia terminal, como los encuentros de maestrantes, el seguimiento de avances de tesis, la utilización de herramientas tecnológicas y la retroalimentación de los asesores. Además, se subraya que los trabajos presentados muestran la aplicabilidad inmediata de lo aprendido en proyectos empresariales reales.

En cuanto a la operatividad del programa, se mencionan pocos cambios, siendo notables las adaptaciones durante la pandemia, y los cambios en la administración del programa.

La evaluación externa del programa, realizada bajo las nuevas reglas del Conahcyt, permitió la incorporación del mismo al Sistema Nacional de Posgrados, no se han recibido recomendaciones finales. Por otro lado, las encuestas a egresados muestran una satisfacción general aceptable con la formación recibida, las competencias laborales adquiridas y la experiencia universitaria.

En el marco de la autoevaluación del programa, este grupo de profesores realizó un análisis de los aspectos positivos y las áreas de mejora del mismo, resaltando lo siguiente:

Aspectos positivos

- La aplicabilidad inmediata de los conocimientos aprendidos. Los y las estudiantes del programa tienen la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en sus

propios negocios. Esto les permite mejorar sus habilidades y competencias, y tener un impacto positivo en sus emprendimientos.

- La labor de vinculación con expertos/as en el ramo de la consultoría a negocios. El programa cuenta con una red de expertos/as en el ramo de la consultoría a negocios dispuestos a compartir sus conocimientos con los estudiantes. Esto les permite identificar áreas de oportunidad para sus emprendimientos y desarrollar planes de acción para mejorar su competitividad.
- La creación de espacios para introspección sobre áreas de oportunidad de negocios en Colima. El programa ofrece espacios para que las y los estudiantes reflexionen sobre las oportunidades de negocios que existen en Colima. Esto les permite identificar nichos de mercado que pueden aprovechar para desarrollar sus emprendimientos. Es decir, aprenden sobre aspectos macro y micro de los negocios.
- La mejora en el contexto socio económico y cultural post-pandemia. La mejora en el contexto socio económico y cultural post-pandemia permitió una mejora en los indicadores de eficiencia terminal del programa.

En lo referente a las áreas de mejora, se identificaron las siguientes:

- La decisión de permanecer en el programa. La mayoría de las y los estudiantes que desertan del programa lo hacen porque se ven en la necesidad de mantener su actividad económica, pues al ser la mayoría emprendedores, cuando enfrentan contextos de crisis, prefieren dedicar su tiempo y esfuerzo a mantener su empresa que a invertir tiempo y dinero en la maestría.
- La publicación de los resultados de investigación. Al ser un programa profesionalizante, los profesores consideran que los estudiantes podrían publicar sus resultados de investigación, pero enfocados a la divulgación en sitios especializados, tales como conferencias, seminarios, y otros espacios dedicados a la mejora de los negocios.
- En resumen, a pesar de los desafíos identificados, el programa de Maestría en Negocios cuenta con una infraestructura adecuada, estrategias para mejorar la eficiencia terminal y una satisfacción general entre los egresados, indicando un

potencial para continuar mejorando y fortaleciendo el programa mediante la actualización del mismo durante este 2024. Una consideración es ofrecer una modalidad mixta que permita a los estudiantes cursar algunas materias en línea, e incentivar la divulgación de los resultados de sus trabajos de intervención en sitios web, eventos académicos nacionales.

II. Proyecto de actualización.

Los cambios propuestos son en tres niveles, algunos de ellos son en la operatividad, otros son en contenido de materias, y los más importantes, la eliminación y sustitución de asignaturas, con el consecuente cambio de nombre de área de formación. Estos cambios están dentro del límite permitido de 25%.

2.1 Cambios en el plan de estudios vigente.

2.1.1 Vinculación de las asignaturas con el proyecto de intervención

Actual:

En las dos generaciones que han cursado el programa fue decisión del NAB que los estudiantes comenzaran a trabajar en lo que será su proyecto de intervención desde el primer semestre con la intención de relacionar las asignaturas a sus proyectos. Buscando que lo aprendido se fuera incorporando aprovechando el expertise de los profesores.

Propuesta:

Se desvinculan las materias del área de emprendimiento y diseño de negocios. Permitiendo que se desarrolle el proyecto de intervención, únicamente en las materias de proyecto de negocios I y Proyecto de negocios II.

2.1.2 Actualización de contenido de las asignaturas Innovación, emprendimiento y marketing; Creación de negocios; y Administración financiera.

Actual:

Las siguientes son el contenido de tres de las cuatro asignaturas del área de emprendimiento y diseño de negocios

Innovación, emprendimiento y marketing
● Innovación ● Creatividad ● Emprendimiento ● Marketing ● Negocios disruptivos ● Creación de valor
Creación de negocios
● Modelos de negocios ● Dirección estratégica ● Análisis de situación: FODA, Benchmarking, Diamante de Porter (ventajas competitivas) ● Ética en las empresas ● Responsabilidad social corporativa
Administración financiera
● Introducción a la Administración Financiera ● Análisis e interpretación de Estados Financieros ● Administración Financiera del Capital de Trabajo ● Administración Financiera de la Tesorería ● Administración de Riesgos ● Marcos Normativos de los reportes financieros, nacionales e internacionales

Propuesta:

Innovación, emprendimiento y marketing
● Principios de innovación y creatividad ● Técnicas para la generación de ideas disruptivas. ● Técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa para negocios ● Análisis de datos orientado al emprendimiento.
Creación de negocios
● Design Thinking ● Tendencias en los modelos de negocios ● Modelo de negocios Canvas ● Modelo de negocios Babson
Administración financiera
● Introducción a la Administración Financiera ● Análisis e interpretación de Estados Financieros ● Administración Financiera del Capital de Trabajo ● Administración Financiera de la Tesorería ● Administración de Riesgos y Gestión de proyectos empresariales ● Marcos Normativos de los reportes financieros, nacionales e internacionales

El objetivo de la asignatura Innovación, emprendimiento y marketing es que culminen con ideas disruptivas de negocios de entre las que van a seleccionar para su proyecto. Mientras que, el objetivo de la asignatura Creación de negocios es que sepan aplicar los modelos de negocios para facilitar el desarrollo del proyecto en las consecuentes asignaturas del área.

2.1.3 Sustitución de asignaturas.

Actual:

A continuación, se muestra el mapa curricular actual.

Sem.	Materias																								Créditos
I	Innovación, emprendimiento y marketing						Administración del talento						Creación de valor, investigación y tecnología						Optativa I						19
	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	
	1	48	32	0	80	5	2	48	32	0	80	5	3	48	32	0	80	5	4	32	32	0	64	4	
II	Creación de negocios						Trazabilidad y cadenas productivas						Administración financiera						Optativa II						19
	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	
	1	48	32	0	80	5	2	48	32	0	80	5	3	48	32	0	80	5	4	32	32	0	64	4	
III	Proyecto de negocios I						Economías regionales y globales						Análisis del mercado mundial						Optativa III						20
	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	
	1	32	64	0	96	6	2	48	32	0	80	5	3	32	48	0	80	5	4	32	32	0	64	4	
IV	Proyecto de negocios II						Agentes económicos y políticos						Emprendimiento y políticas públicas						Optativa IV						20
	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	AF	HCA	HTI	HTCS	TH	Cr.	
	1	32	64	0	96	6	2	32	48	0	80	5	3	32	48	0	80	5	4	32	32	0	64	4	
Total de Créditos																									78

Clave de las Áreas de Formación	
1	Área de emprendimiento y diseño de negocios
2	Área de actores económicos y cadenas productivas
3	Área de talento, innovación, mercados y marketing
4	Áreas de énfasis

El área que originalmente se llamaba de talento, innovación, mercados y marketing comprende cuatro asignaturas, que son:

- Creación de valor, investigación y tecnología
- Administración financiera

- Análisis del mercado mundial
- Emprendimiento y políticas públicas

Propuesta:



Facultad: Economía																					
Nombre del programa: Maestría en Negocios															Clave:						
Semestre	Asignaturas																		Créditos		
I	Innovación, emprendimiento y marketing					Administración del talento					Fundamentos de contabilidad y finanzas					Optativa I					19
II	Creación de negocios					Trazabilidad y cadenas productivas					Administración financiera					Optativa II					19
III	Proyecto de Negocios I					Economías regionales y globales					Finanzas Corporativas estratégicas y gestión del riesgo					Optativa III					20
IV	Proyecto de Negocios II					Agentes económicos y políticos					Proyecciones financieras y valuación empresarial					Optativa IV					20
Clave de las Áreas de Formación o Ejes Curriculares																					
1		Área de emprendimiento y diseño de negocios																			
2		Área de actores económicos y cadenas productivas																			
3		Área de gestión financiera estratégica																			
4		Áreas de énfasis																			
															Total de créditos					78	

Se propone sustituir las asignaturas del área Área de talento, innovación, mercados y marketing por las siguientes:

Semestre	Asignatura propuesta
1	Fundamentos de contabilidad y finanzas,

2	(NO CAMBIA)
3	Finanzas corporativas estratégicas y gestión del riesgo
4	Proyecciones financieras y valuación empresarial

2.1.4 Sustitución de nombre de área.

Actual:

El área, desde la creación del programa se llamó Área de talento, innovación, mercados y marketing.

Propuesta:

El nuevo nombre propuesto es “Área de Gestión Financiera Estratégica”

2.2 Justificación de los cambios realizados.

2.2.1 Vinculación de las asignaturas con el proyecto de intervención

La vinculación de las asignaturas con proyectos de intervención constituye un pilar fundamental en la formación de profesionales capaces de generar un impacto real en su entorno. Esta práctica va más allá de la mera transmisión de conocimientos teóricos; busca fomentar la aplicación práctica de los aprendizajes y desarrollar competencias clave para la resolución de problemas complejos asociados a los negocios.

Al conectar los conocimientos teóricos adquiridos en las asignaturas con situaciones reales y problemáticas concretas, los estudiantes construyen aprendizajes más significativos y duraderos. Comprender cómo se aplican los conceptos en la práctica, refuerza su comprensión y retención. Así mismo, los proyectos de intervención exigen el desarrollo de una amplia gama de habilidades, como la investigación, el análisis, la planificación, la comunicación, el trabajo en equipo y la toma de decisiones. Estas habilidades son altamente valoradas en el mundo laboral y contribuyen a formar profesionales más completos; además, estimulan el pensamiento crítico al desafiar a los estudiantes a encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos, promoviendo la capacidad de analizar información, evaluar diferentes escenarios y justificar las decisiones tomadas.

Se buscó que la vinculación de las asignaturas con el proyecto de intervención garantizara que la educación fuera más relevante, coherente y aplicable, preparando a los estudiantes de manera efectiva para su futuro profesional.

Sin embargo, esta vinculación no rindió los frutos deseados debido a su aplicación fraccionada y no integrada en el proyecto, por lo que, después de varias reuniones con el Núcleo Académico Básico, se decidió desvincular las materias de emprendimiento y diseño de negocios. En vista de lo anterior, se propone que se desarrolle el proyecto de intervención únicamente en las materias de Proyecto de negocios I y Proyecto de negocios II como se encontraba originalmente diseñado, considerado como tiempo suficiente ya que la materia se puede proponer a lo largo del semestre y no necesariamente en un bloque continuo y ya que se cuenta con acompañamiento constante con los asesores y coasesores. Todo esto ya que durante las dos generaciones el estudiantado mostró inconformidad con los contenidos de las asignaturas, bajo el argumento de que los contenidos no abonaban directamente al proyecto que ellos realizaban, o que no lo hacía en el orden en que lo estaban desarrollando. Incluso se llegó a tener reuniones con las que en su momento, fueron las coordinadoras del programa junto con los profesores para explicar la lógica de la vinculación de asignaturas con el proyecto.

2.2.2 Actualización de contenido de las asignaturas Innovación, emprendimiento y marketing; Creación de negocios; y Administración financiera.

Como parte del análisis del contenido curricular se tuvo reunión con los profesores que han impartido estas asignaturas a las dos generaciones egresadas. En dichas reuniones, se expresó que el contenido, la secuencia y profundidad de las asignaturas no se encontraba lo suficientemente claro ya que parecían ser repetitivos. Esto causaba en el estudiantado una percepción de ver el mismo material varias veces y de estancamiento en el desarrollo de su proyecto.

Es por ello que los cambios propuestos en las asignaturas "Innovación, emprendimiento y marketing", "Creación de negocios" y "Administración financiera" buscan alinear los contenidos con las tendencias actuales del mercado y desarrollar en los y las estudiantes las competencias necesarias para enfrentar los desafíos del emprendimiento en la era digital.

Se propone un enfoque más práctico con la inclusión de técnicas específicas para la generación de ideas disruptivas y la investigación de mercado. Esto permitirá a los estudiantes desarrollar habilidades concretas para identificar oportunidades de negocio (producto-segmento de mercado) y validar sus ideas (en la gestión de proyectos empresariales).

Los cambios propuestos en las asignaturas "Innovación, emprendimiento y marketing", "Creación de negocios" y "Administración financiera" buscan formar profesionales capaces de identificar oportunidades de negocio, desarrollar ideas innovadoras y crear empresas sostenibles ecológica y financieramente.

Se busca profundizar en el concepto de innovación disruptiva, ya que esta es una de las claves para el éxito en el mercado actual. Los y las estudiantes aprenderán a identificar y aprovechar las oportunidades que surgen de la aparición emergente de industrias y mercados en la asignatura "Innovación, emprendimiento y marketing".

Por su parte en la asignatura "Creación de negocios" con la incorporación del Design Thinking y de modelos de negocio como el Canvas y el Babson, permitirá a los y las estudiantes

desarrollar prototipos de negocios de manera rápida y eficiente, facilitando la adaptación a los cambios del mercado.

La asignatura “Administración financiera”, se fortalece al agregar a la Administración de riesgo la parte que corresponde a la gestión de proyectos empresariales que favorecerá al desarrollo de la competencia de establecer, ejecutar y vigilar los objetivos de la empresa, que a su vez son fundamentales para el control del inicio y la evolución de proyectos.

Precisamente, al enfocarse en técnicas prácticas en el análisis de datos y en las tendencias del mercado, estas asignaturas contribuirán a desarrollar un ecosistema emprendedor más dinámico y competitivo. En pocas palabras, se busca que en la primera asignatura del área terminen con un par de ideas disruptivas que pueden ser las ideas detonadoras para su proyecto de intervención.

2.2.3 Sustitución de asignaturas.

El contexto empresarial requiere profesionales capacitados en áreas financieras estratégicas y de gestión del riesgo, con habilidades prácticas para la toma de decisiones fundamentadas y basadas en información precisa. La integración de nuevas materias refleja un enfoque más especializado y acorde a las necesidades actuales, expuestos tanto por egresados como por los profesores miembros del NAB (algunos han sido o son empresarios) donde figuran la contabilidad, las finanzas estratégicas y las herramientas de proyección empresarial como fundamentales.

Entonces, buscando aprovechar tanto la experiencia y el perfil de los profesores miembros del Núcleo Académico Básico y de los demás profesores que forman parte del programa es que se decidió proponer un cambio en las asignaturas.

Como parte del análisis expuesto en el punto 2.2.2, el contenido de la asignatura Creación de valor, investigación y tecnología, no se pierde ya que es incorporado en las asignaturas

innovación, emprendimiento y marketing; Creación de negocios; y Administración financiera.

2.2.4 Sustitución de nombre de área.

Al momento de cambiar las asignaturas del área, el nombre “Área de talento, innovación, mercados y marketing” carece de representación. El nuevo nombre “Área de Gestión Financiera Estratégica”, refleja bien tanto el contenido de las asignaturas como el propósito estratégico de las mismas, como se indica en el punto 2.2.2.

Tira de materias actualizada.

Tira de materias							
Plan de estudio de la Maestría en Negocios							
Vigencia: a partir de agosto de 2025							
Total, de créditos mínimos requeridos: 78 Créditos de asignaturas obligatorias: 62 Créditos mínimos de asignaturas optativas: 16							
Asignaturas y módulos obligatorios							
Clave	Nombre	Mediación docente			HTI	THA	CR
		HD	HA	HF			
1	Innovación, emprendimiento, marketing	48	0	0	32	80	5
2	Administración del talento	48	0	0	32	80	5
3	Fundamentos de contabilidad y finanzas	48	0	0	32	80	5
4	Creación de negocios	48	0	0	32	80	5
5	Trazabilidad y cadenas productivas	48	0	0	32	80	5
6	Administración financiera	48	0	0	32	80	5
7	Proyecto de negocios I	32	0	0	64	96	6
8	Economías regionales y globales	48	0	0	32	80	5
9	Finanzas corporativas estratégicas y gestión del riesgo	32	0	0	48	80	5
10	Proyecto de negocios II	32	0	0	64	96	6
11	Agentes económicos y políticos	32	0	0	48	80	5
12	Proyecciones financieras y valuación empresarial	32	0	0	48	80	5

Asignaturas y módulos optativos							
Clave	Asignaturas o módulos	Mediación docente			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
Op01	Tecnologías, inventarios, inocuidad y logística	32	0	0	32	64	4
Op02	Tratados y productos agrícolas	32	0	0	32	64	4
Op03	Merchandising	32	0	0	32	64	4
Op04	Tratados y servicios	32	0	0	32	64	4
Op05	Sistemas de producción pecuaria	32	0	0	32	64	4
Op06	Proceso exportador de agronegocios y desarrollo sostenible	32	0	0	32	64	4
Op07	Marketing digital	32	0	0	32	64	4
Op08	Pymes exportadoras	32	0	0	32	34	4
Op09	Desarrollo agrícola y trazabilidad	32	0	0	32	64	4
Op10	Mercados internacionales de agronegocios y desarrollo sostenible	32	0	0	32	64	4
Op11	Macrotendencias en los negocios	32	0	0	32	64	4
Op12	Mercados internacionales de manufacturas	32	0	0	32	64	4
Op13	Negocios familiares	32	0	0	32	64	4
Op14	Estrategias de vinculación	32	0	0	32	64	4
Op15	Atracción de IED	32	0	0	32	64	4
Op16	Negociación y mercados internacionales	32	0	0	32	64	4

Carga académica por tipo	Total, de horas	Créditos
Obligatorias	992	62
Optativas	256	16

Actividades de aprendizaje	Clave	Total, de horas	Créditos
Horas con mediación docente	HMD	624	39
Horas de trabajo independiente	HTI	624	39
Total, de horas de aprendizaje	THA	1248	78

Referencias.

- Ferrero, A. (2022, diciembre 1). 5 Key Trends to Watch in AgriTech in 2023. *Global Tech Insight To Drive Agribusiness*. <https://www.globalagtechinitiative.com/digital-farming/5-key-trends-to-watch-in-agritech-in-2023/>
- Foodtech data navigator, & Forward Fooding. (2023). *Agrifoodtech in Latam, 2023 Ecosystem report*. <https://download.forwardfooding.com/latam-agrifoodtech-report>
- Latin America will need a smart approach to trade after Covid-19 | LSE Latin America and Caribbean. (2021, diciembre 13). *LSE Latin America and Caribbean Blog*. <https://blogs.lse.ac.uk/latamcaribbean/2021/12/13/latin-america-will-need-a-smart-approach-to-trade-in-the-post-covid-19-world/>
- Short-term Shot and Long-term Healing for Latin America and the Caribbean*. (2021, abril 15). IMF. <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2021/04/15/blog-short-term-shot-and-long-term-healing-for-latin-america-and-the-caribbean>
- Suramericana. (2022, abril 25). *Five trends that will plot Latin America's path in the coming years*. BNamericas.Com. <https://www.bnamericas.com/en/news/five-trends-that-will-plot-latin-americas-path-in-the-coming-years>
- United Nations, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V, & Inter-American Development Bank. (2021). *Post pandemic COVID-19 Economy recovery. Enabling Latin America and the Caribbean to better harness e-commerce and digital trade*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/8c61ce86-7861-4fdd-8cca-dc3b8ea5f17b/content>
- World Bank. (2023). *Mexico Overview*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/country/mexico/overview>

Anexos.

Programas sintéticos de las asignaturas actualizadas

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO					
Datos de identificación del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Negocios					
Nombre del plantel: Facultad de Economía					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia: Innovación, emprendimiento y marketing					
Horas con mediación docente			Horas de trabajo independiente	Horas totales	Valor en créditos
Docente	Asesor	Facilitador	32	80	5
48	0	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Área de Emprendimiento y diseño de negocios.					
Competencias del perfil de egreso a las que más contribuye la materia:					

Diseña planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental.

Construye negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.

Propósito general de la materia:

Identificar los elementos que conllevan a la innovación y al emprendimiento, como agentes detonadores de negocios disruptivos por medio de estrategias de marketing que permitan brindar la creación de valor en modelos de negocios.

Contenidos:

- Principios de innovación y creatividad
- Técnicas para la generación de ideas disruptivas.
- Técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa para negocios
- Análisis de datos orientado al emprendimiento.

Estrategias didácticas

Aprendizaje colaborativo aplicado en distintas estrategias (exposiciones, ensayos, comentarios, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, resúmenes, elaboración de proyecto, casos de discusión etc.) que fomentan la investigación. Se hará uso de recursos por medio de las TIC (Educ, Google Drive, Google Classroom, Redes sociales, entre otras).

Criterios de acreditación y/o evaluación del aprendizaje

Trabajo independiente: 20%
Trabajo colaborativo: 25%
Proyecto integrador: 40%
Presentación de proyecto: 15%

Bibliografía

Aghion, Antonin y Bunel. (2018). El poder de la destrucción creativa. ¿Qué impulsa el crecimiento económico? Ed. Deusto. Mexico

Oppenheimer, A. (2018). Sálvese quien pueda. Ed. Debate. Buenos Aires, Argentina.

Se empleará diferente bibliografía para cada proyecto individual

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO					
Datos de identificación del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Negocios					
Nombre del plantel: Facultad de Economía					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia: Creación de negocios					
Horas con mediación docente			Horas de trabajo independiente	Horas totales	Valor en créditos
Docente	Asesor	Facilitador	32	80	5
48	0	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Área de emprendimiento y diseño de negocios.					
Competencias del perfil de egreso a las que más contribuye la materia:					
Diseña planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental. Construye negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.					

Propósito general de la materia:
Adquirir las competencias para la creación de empresas por medio de modelos de negocio que generen valor a sus grupos de interés de manera innovadora, rentable y con un alto sentido de responsabilidad social.
Contenidos:
● Design Thinking ● Tendencias en los modelos de negocios ● Modelo de negocios Canvas ● Modelo de negocios Babson
Estrategias didácticas
Aprendizaje colaborativo aplicado en distintas estrategias de aprendizaje (exposiciones, ensayos, comentarios, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, resúmenes, elaboración de proyecto, casos de discusión etc.) que fomentan la investigación. Se hará uso de recursos por medio de las TIC (Educ, Google Drive, Google Classroom, Redes sociales, etc)
Criterios de acreditación y/o evaluación del aprendizaje
Trabajo independiente: 20% Trabajo colaborativo: 25% Proyecto integrador: 40% Presentación del proyecto: 15%
Bibliografía

Alcaraz, R. (2015). El emprendedor de éxito. México. (5a. ed.) Mc Graw Hill: Interamericana.

Álvarez Falcón, C. (2013). Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio. Sinergia e Innovación, 1(08), 11.

<http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/89>

Bosma, N.; Hill, S.; Ionescu-Somers, A.; Kelley, D.; Levie, J. y Tarnawa, A. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report. Global

Entrepreneurship Research Association, London

Cornell University, INSEAD, and WIPO (2020). The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? Ithaca, Fontainebleau, and Geneva.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.

https://profesores.virtual.uniandes.edu.co/~isis1404/dokuwiki/lib/exe/fetch.php?media=bibliografia:9_business_model_generation.pdf

Weinberger Villarán, K. (2009). Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. USAID.

Yukti. (2020, January 21). Prototyping in Design Thinking.Types ? 5 Reasons why Prototyping is important. Yukti.

<https://www.yukti.io/why-prototyping-is-an-important-stage-of-design-thinking/>

Links de Internet:

<https://www.sistemaemprendedor.gob.mx>

<http://franquiciasdemexico.org/>: Asociación Mexicana de Franquicias

Programas sintéticos de las nuevas asignaturas incorporadas.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO					
Datos de identificación del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Negocios					
Nombre del plantel: Facultad de Economía					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia: Fundamentos de contabilidad y finanzas					
Horas con mediación docente			Horas de trabajo independiente	Horas totales	Valor en créditos
Docente	Asesor	Facilitador	32	80	5
48	0	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: área de Gestión Financiera Estratégica					
Competencias del perfil de egreso a las que más contribuye la materia:					
Construye negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.					
Propósito general de la materia:					

Fomentar la asimilación de la tecnología a fin de generar y gestionar ideas de negocios innovadoras, factibles y sustentables, que impacten en el entorno social, económico y ambiental.

Identificar la tecnología adecuada dentro de su contexto de negocios, en el cual se pretenda obtener la competitividad requerida en materia de investigación, creación y diseño de nuevos productos para gestionar negocios en el sector público o privado.

Contenidos:

1. Valor del dinero a través del tiempo
 - a. Interés simple
 - b. Interés compuesto
 - c. Anualidades
 - d. Amortización
 - e. Depreciación
2. Estructura e integración de los estados financieros
 - a. Concepto y estructura de los Estados Financieros Básicos
 - b. Estado de Situación Financiera o Balance General
 - c. Estado de Resultado Integral
 - d. Estado de Cambios en el Capital Contable
 - e. Estado de Flujos de Efectivo

Estrategias didácticas

Aprendizaje colaborativo (exposiciones, ensayos, comentarios, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, resúmenes, elaboración de proyecto, casos de discusión, entre otros) para alentar la investigación. Uso de TIC.

Criterios de acreditación y/o evaluación del aprendizaje

Portafolio de actividades de clase 20%

Estudio de casos 20%

Examen 40%

Pop quiz 20%

Bibliografía

Piña Salazar, F. A. (2024). Aprende Matemáticas Financieras: Introducción a los conceptos básicos. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Publicaciones Empresariales UNAM. ISBN: 978-607-30-9711-6.

Contreras Villagómez, A. L., Medina Ortiz, C., & Montes Barrios, J. M. (2018). Introducción al estudio de la información financiera: Un enfoque práctico para la toma de decisiones del futuro administrador (2da ed.). Universidad Nacional Autónoma de México. ISBN: 978-607-30-0112-0

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO					
Datos de identificación del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Negocios					
Nombre del plantel: Facultad de Economía					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia: Finanzas corporativas estratégicas y gestión del riesgo					
Horas con mediación docente			Horas de trabajo independiente	Horas totales	Valor en créditos
Docente	Asesor	Facilitador	48	80	5
32	0	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Área de Gestión Financiera Estratégica					
Competencias del perfil de egreso a las que más contribuye la materia:					
Diseña planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental. Interactúa con homólogos de diferentes nacionalidades, a través de las herramientas teóricas y prácticas de emprendimiento, para maximizar las oportunidades de negocio en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo éstas, socialmente responsables					

Propósito general de la materia:

Permitir al egresado a definir estrategias precisas para el desarrollo de negocio exitoso, por medio de estudio del impacto de variables macroeconómicas críticas tales como lo son el tipo de cambio, instrumentos de control cambiario, tasas de interés, etc.

Propiciar, mediante una

serie de actividades prácticas y ejercicios, la adquisición de conocimiento sobre herramientas de protección ante volatilidades en los mercados internacionales lo que le garantizaría al egresado mayor grado de certidumbre en realizar operaciones comerciales

Garantizar que el

egresado comprenda la importancia de la política cambiaria en el desarrollo de planes de negocios en el siglo XXI, a través de estudio y discusión grupal de casos reales

Facilitar

las interacciones de negocio con socios internacionales para impulsar un crecimiento e impacto sostenibles

Contenidos:

1. Finanzas corporativas y el administrador financiero.
 2. Informes y análisis financieros
 3. Planeación financiera
 4. cobertura financiera
-
- a. Cobertura y volatilidad de precios. .
 - b. Administración del riesgo financiero.
 - c. Cobertura con contratos forward.
 - d. Cobertura con contratos de intercambio (swap).
 - e. Cobertura con contratos de opciones.

Estrategias didácticas

Investigaciones de campo
Estudio de casos reales
Resolución de problemas prácticos
Análisis comparativo de datos económicos y financieros
Criterios de acreditación y/o evaluación del aprendizaje
Examen parcial 40%
Resolución de actividades prácticas y casos 25%
Proyecto de investigación de campo 25%
Participación activa 5%
Auto y co-evaluación 5%.
Bibliografía
Ross, S.; Westerfield, R.; Jordan, B. (última edición). Fundamentos de finanzas corporativas. McGraw Hill. Capítulo 1 Wild, J. J., Subramanyam, K. R., & Halsey, R. F. (2007). Análisis de estados financieros (9na ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. ISBN-13: 978-970-10-6112-1. Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). Planeación financiera. Grupo Editorial Patria. ISBN ebook: 978-607-438-845-9.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO					
Datos de identificación del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Negocios					
Nombre del plantel: Facultad de Economía					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia: Proyecciones financieras y valuación empresarial					
Horas con mediación docente			Horas de trabajo independiente	Horas totales	Valor en créditos
Docente	Asesor	Facilitador	48	80	5
32	0	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Área de Gestión Financiera Estratégica					
Competencias del perfil de egreso a las que más contribuye la materia:					
Diseña planes y proyectos de negocio, utilizando estrategias comerciales para lograr un comercio justo y socialmente responsable, además de impulsar el desarrollo económico en los negocios del contexto urbano y agro, procurando el bienestar de la sociedad y cuidando el impacto ambiental. Construye negocios innovadores, siguiendo modelos económicos que generen impactos positivos en la sociedad para satisfacer las necesidades del consumidor, en el contexto rural y urbano, teniendo en cuenta el desarrollo sostenible.					

Propósito general de la materia:
El propósito general de la materia es: Dotar al estudiante de conocimiento teórico general sobre los modelos que explican el emprendimiento y los elementos fundamentales para que este se desarrolle, por medio del análisis de la incidencia de las políticas públicas en el emprendimiento, haciendo una revisión de las políticas públicas “exitosas” en cuanto a su efecto positivo en el emprendimiento.
Contenidos:
● Modelos de proyecciones a corto y largo plazo ● Valoración empresarial ● Evaluación de proyectos de inversión ● Análisis de sensibilidad del proyecto
Estrategias didácticas
Aprendizaje colaborativo aplicado en distintas estrategias de aprendizaje (exposiciones, ensayos, comentarios, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, resúmenes, elaboración de proyecto, casos de discusión etc.) que fomentan la investigación. Se hará uso de recursos por medio de las TIC (Educ, Google Drive, Google Classroom, Redes sociales, etc.)
Criterios de acreditación y/o evaluación del aprendizaje
Trabajo independiente: 20% Trabajo colaborativo: 25% Proyecto integrador: 40% Presentación del proyecto: 15%
Bibliografía
EHeath, J. (2020). Lecturas en lo que indican los indicadores. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Recuperado de https://en.www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825007056.pdf Funcas (2021). Análisis econométrico y big data. Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas). Recuperado de https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/06/An%C3%A1lisis-econom%C3%A9trico-y-big-data.pdf Ríos Escobar, M. C. (2023). Modelo de proyección financiera para pequeñas y medianas empresas en Colombia (Tesis de maestría). Universidad EAFIT. Recuperado de https://repository.eafit.edu.co/bitstreams/4ffd0a7a-ec71-47f1-bd6a-6307702c0b98/download

Render, B., Stair, R. M., Hanna, M. E., & Hale, T. S. (2020). Métodos cuantitativos para los negocios (13.ª ed.). Pearson Educación. Recuperado de <https://ucranop.com/wp-content/uploads/2020/08/Me%CC%81todos-Render.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). Revista CEPAL No 139. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48793/1/RVE139_es.pdf