



UNIVERSIDAD DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA

1D.1.11/201000/050/2025

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 Emprendimiento e Innovación en Turismo con clave interna M486, firmada por el C. Dr. en Educación Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño, Rector de la Universidad de Colima.

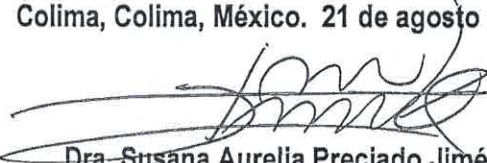
Se anexa ficha técnica del programa en mención.

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. 21 de agosto 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.
Mtro. Mtro. Sergio Armando Aguirre Velázquez. Director de la Facultad de Turismo. Mismo fin.
Licda. Callope Alhell Mendoza Llamas. Directora de Administración Escolar de Villa de Álvarez. Mismo fin.
Archivo.

eh/SAPJ

CERTIFICADA CON NORMAS ISO

Pertinencia que transforma





UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Ficha Técnica

Nombre del programa:	Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo
Plantel o planteles:	Facultad de Turismo.
Campo disciplinario:	Administración y negocios
Campo específico:	Administración y gestión
Clave:	M486
Inicio de vigencia:	2025.
Duración:	4 cuatrimestres.
Modalidad:	Mixto – en línea.
Orientación:	Profesionalizante.
Créditos requeridos:	75.

Presentación:

A pesar de las afectaciones causadas por la pandemia de COVID-19, el sector del turismo no sólo se ha recuperado, sino que, además, está dando claras muestras de que continuará creciendo en los próximos años y consolidándose como uno de los sectores económicos globales más grandes, que amplía las opciones para la creación de oportunidades para innovar y emprender, generar empleos, crea condiciones para que grupos sociales mejoren sus condiciones de vida y se preserve el patrimonio biocultural de los territorios.

En ese contexto, México ha sido uno de los destinos turísticos con mayor afluencia de turistas internacionales en la última década. Esta realidad ha llevado a la Universidad de Colima, en particular a la Facultad de Turismo de Villa Álvarez, a ofrecer un Programa de Posgrado de nivel maestría orientado al Emprendimiento e Innovación en Turismo, con el objetivo de formar profesionales capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con apoyo de herramientas digitales para incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, con la habilidad de trabajar en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.

Objetivo curricular:

Formar maestras y maestros en Emprendimiento e Innovación en Turismo, capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con el propósito de incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, a través del trabajo en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Perfil del aspirante:

La persona que desee ingresar al programa de posgrado debe contar con las siguientes características:

Habilidades

- Capacidad para trabajar en equipo, de manera organizada, con alto sentido de la responsabilidad
- Capacidad para interactuar y establecer vínculos con actores clave del ecosistema turístico
- Capacidad de análisis y de síntesis
- Capacidad de autogestionar su proceso de aprendizaje
- Manejo de las tecnologías de información y comunicación (plataformas educativas, mensajería instantánea, correo electrónico, word, excel y powerpoint).
- Capacidad para planear actividades de manera eficiente optimizando el tiempo disponible
- Transmisión de ideas e información de manera clara y concisa tanto de forma verbal como escrita
- Capacidad para mantener la calma en situaciones problemática o retadoras

Conocimientos

- Estudios de licenciatura preferentemente en las áreas de turismo y gastronomía, o de administración y negocios o, en su caso, experiencia laboral comprobable en las áreas mencionadas.
- Conocimientos básicos de metodología de investigación
- Comprensión de lectura en idioma inglés

Actitudes:

- Iniciativa para buscar oportunidades de aprendizaje, resolver problemas y tomar medidas para alcanzar las metas académicas.
- Mentalidad resiliente para enfrentar desafíos y superar obstáculos
- Adaptabilidad para ajustarse a cambios en el entorno académico.
- Curiosidad intelectual
- Actitud receptiva hacia nuevas ideas, enfoques y perspectivas, y disposición para cuestionar suposiciones previas y explorar nuevas formas de pensar y aprender.
- Compromiso con los estándares de ética y conducta profesional, incluyendo la honestidad académica y el respeto a sus semejantes.
- Interés por la innovación y el emprendimiento, manifestando disposición para participar en procesos de incubación de empresas turísticas



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Perfil de egreso:

La persona que egresa de la MEIT desarrollará las siguientes competencias específicas:

- Diseña productos turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.
- Dirige organizaciones turísticas mediante la aplicación de las herramientas de gestión digital contemporáneas con un enfoque estratégico para generar organizaciones altamente competitivas en el mercado global con sentido ético, responsabilidad social empresarial y enfoque de sostenibilidad.
- Diseña y evalúa proyectos de intervención profesional, aplicando de manera crítica teorías y metodologías de investigación específicas del turismo a partir de la analítica de datos con una perspectiva ética y socialmente responsable para generar soluciones innovadoras en su campo de especialización.
- Evalúa proyectos turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.
- Diseña estrategias de gestión y marketing digital para incrementar la eficiencia, productividad y ventas de las diferentes organizaciones turísticas.
- Toma decisiones con criterios de sostenibilidad con base en el proceso de análisis de datos con apoyo de plataformas digitales, inteligencia artificial y software especializado.

Asimismo, poseerá las siguientes competencias genéricas:

- a) Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.
- b) Resuelve problemas en interacción con otros profesionales.
- c) Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.
- d) Analiza información y la utiliza en la toma de decisiones fundamentadas.

Campo ocupacional:

La persona egresada de la MEIT puede desempeñarse en puestos directivos y de mandos intermedios en organizaciones públicas y privadas vinculadas directamente con la actividad turística, tales como:

- a) Emprendimientos productivos o sociales en el sector turismo.
- b) Organizaciones turísticas de los diferentes giros de actividad:
 - Empresas de hospedaje
 - Empresas de viajes
 - Empresas de alimentos y bebidas
 - Empresas de entretenimiento
 - Operadoras turísticas
 - Empresas de turismo alternativo
 - Empresas de consultoría y asesoría
- c) Dependencias sin fines de lucro, gubernamentales y no gubernamentales como:
 - Dependencias de fomento al turismo de los gobiernos federales, estatales y municipales
 - Fideicomisos de promoción turística
 - Oficinas de congresos y convenciones
- d) Organismos no gubernamentales vinculados con el turismo y la conservación del medio ambiente.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Requisitos de ingreso:

Las personas aspirantes a estudiar el programa de la MEIT deberán cubrir los siguientes requisitos:

- Certificado y título universitario, acreditando un promedio mínimo 8.0, o su equivalente.
- Constancia de comprensión lectora del idioma inglés
- Presentar el Examen Nacional de Ingreso EXANI-III.
- Realizar una entrevista con el comité de selección
- Atender los demás requisitos que señale la convocatoria vigente.
- Cubrir los aranceles correspondientes.
- Los demás que marque el Reglamento Escolar de la Universidad de Colima vigente.
- Deseable haber colaborado en una organización turística por un periodo de al menos 400 horas en los dos años anteriores al inicio del programa.
- Deseable haber participado en la implementación de un nuevo programa o proyecto en una organización turística.

Requisitos de egreso:

- Aprobar el 100% de los créditos del plan de estudios.
- No tener adeudos con la Universidad de Colima.
- Los demás que señale la normativa institucional vigente.

Requisitos de titulación:

Para tener derecho a solicitar el grado de maestría se requiere:

- I. Aprobar el total de créditos del plan de estudios;
- II. No tener adeudos en bibliotecas, plantel, centros de investigación u otras dependencias universitarias;
- III. Cumplir con las disposiciones establecidas para tal fin, de acuerdo con los Lineamientos de Titulación en Posgrado vigentes y,
- IV. Estar al corriente en el pago de aranceles.

Líneas de generación y aplicación del conocimiento:

Con el propósito de fortalecer el desarrollo de proyectos que coadyuven a la formación profesional de quien egresa de la MEIT, se plantea desarrollar la siguiente línea de generación y aplicación del conocimiento denominada: Emprendimiento e Innovación del turismo.

Identifica aquellos factores y procesos que contribuyen al surgimiento, desarrollo y consolidación de empresas en el campo del sector turístico, atendiendo a factores estructurales como el ecosistema emprendedor, acceso al financiamiento, marco regulatorio, educación, condiciones de mercado, aspectos culturales e infraestructura tecnológica y de servicios. Asimismo, busca obtener información que permita identificar y comprender aquellos factores y procesos que favorecen la creación de iniciativas turísticas sustentables, perdurables y exitosas



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Plan de estudio de: Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo

Vigencia: Septiembre de 2025

Clave: M486

Total de créditos mínimos requeridos: 75

Créditos de asignaturas obligatorias: 63

Créditos mínimos de asignaturas optativas: 12

Asignaturas y módulos obligatorios

Clave	Nombre	Mediación docente			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
01	Emprendimiento e innovación	12	0	18	34	64	4
02	Gestión estratégica	12	0	16	36	64	4
03	Gestión digital	12	0	16	36	64	4
04	Seminario de integración I	12	14	10	44	80	5
05	Innovación de productos turísticos	12	0	16	36	64	4
06	Analítica de datos	12	0	18	34	64	4
07	Seminario de integración II	12	14	10	44	80	5
08	Gestión del turismo para la sostenibilidad	12	0	16	36	64	4
09	Marketing digital	12	0	16	36	64	4
10	Seminario de titulación I	12	14	14	40	80	5
11	Formulación y evaluación de proyectos	12	0	18	34	64	4
12	Taller de vinculación	0	16	10	150	176	11
13	Seminario de titulación II	12	14	14	40	80	5

Asignaturas y módulos optativos

Clave	Asignaturas o módulos	Mediación docente			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
14	Alimentación, gastronomía y culinaria	12	0	16	36	64	4
15	Industria alimentaria y gastronómica	12	0	16	36	64	4
16	Innovación en organizaciones gastronómicas	12	0	16	36	64	4
17	Tendencias turísticas	12	0	16	36	64	4
18	Innovación social en turismo	12	0	16	36	64	4
19	Gestión integral de riesgos y turismo	12	0	16	36	64	4
20	Desarrollo comunitario y turismo	12	0	16	36	64	4



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia

Dirección General de Posgrado

Carga académica por tipo	Total de horas	Créditos
Obligatorias	1008	63
Optativas	192	12

Actividades de aprendizaje	Clave	Total de horas	Créditos
Horas con mediación docente	HMD	492	30.75
Horas de trabajo independiente	HTI	708	44.25
Total de horas de aprendizaje	TAA	1200	75

REFERENCIAS:

- Cada hora de actividad de aprendizaje equivale a 0.0625 de crédito.
- El total de créditos del plan de estudios resulta de la suma de los créditos de HMD y HTI.
- HMD: Horas/semestre en donde existe mediación docente, incluye las horas de docencia (HD), de asesoría (HA) y de facilitación (HF).
- HTI: Horas/semestre de trabajo independiente
- TAA: Total de horas.
- Para obtener el certificado de estudios de la **Maestría en emprendimiento e innovación en turismo** necesario cubrir como mínimo **75** créditos.
- Para obtener el grado de **Maestro(a) en emprendimiento e innovación en turismo**, el aspirante deberá cumplir con los requisitos señalados en el Reglamento vigente.

Estudia * Lucha * Trabaja
Colima, Colima., 18 de agosto de 2025



DR. CHRISTIAN JORGE TORRES ORTIZ ZERMEÑO

RECTOR

UNIVERSIDAD
DE COLIMA
RECTORIA

DRA. SUSANA AURELIA PRECIADO JIMÉNEZ

COORDINADORA GENERAL DE DOCENCIA



UNIVERSIDAD DE COLIMA

1G.1.2/100000/413/2025

Asunto: Sesiones del H. Consejo Universitario

ACUERDO No. 28 de 2025, por el que se reestructura y cambia de nombre, el programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos, por el de Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo.

**A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA
PRESENTE.-**

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

CONSIDERANDO

PRIMERO. - Que la Universidad de Colima es una universidad pública y autónoma, por lo que, de acuerdo con su Ley Orgánica, tiene la atribución de determinar sus planes y programas de estudio y demás políticas académicas, que contribuyan con el progreso social, económico y político del país,

SEGUNDO.- Que, es una institución comprometida con el desarrollo de la educación, la ciencia y la cultura, que ofrece una educación integral, pertinente y de excelencia, para la formación inclusiva, igualitaria y sostenible de profesionales, científicas y científicos con pensamiento crítico, humanista y ético.

TERCERO.- Que el programa de gobierno universitario 2025 - 2029, a través de sus programas sectoriales "Educación humanista y pertinente" e "Investigación para la formación y el desarrollo" y del eje transversal de "Universidad digital", establece la necesidad de ofrecer programas educativos que contribuyan con el desarrollo y bienestar de la sociedad, así como de fortalecer la educación a partir de las diferentes modalidades educativas, con el compromiso por atender los problemas que aquejan a la sociedad.

CUARTO. - Que la Innovación y el emprendimiento son elementos importantes para un posgraduado en el área turística y se considera un factor estratégico a desarrollar en el capital humano de los mexicanos, para ayudar a posicionar a las organizaciones del ramo turístico en los indicadores mundiales de competitividad y productividad.

QUINTO. - Que la Facultad de Turismo es una unidad organizacional, que ofrece programas de pregrado y posgrado, con el fin de formar profesionales y posgraduados con un compromiso ético y humanístico, capaces de contribuir con sus acciones a la preservación y posicionamiento de la región como un destino turístico atractivo, cuidando la preservación del medio ambiente.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

SEXTO.- Que la Comisión Técnico Pedagógica analizó y dictaminó favorablemente sobre la factibilidad y pertinencia de la Reestructuración y cambio de nombre del programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos, por el de "Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo".

En mérito de lo anterior, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO. - Se reestructura el programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo con vigencia en septiembre de 2025.

SEGUNDO. - Se designa a la Facultad de Turismo como responsable de la implementación del programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo, bajo la supervisión de la Dirección General de Posgrado.

TRANSITORIO

ÚNICO. - El presente acuerdo entrará en vigor a partir del día siguiente de su publicación en la Gaceta Rectoría, Órgano de Gobierno de la Universidad de Colima.

Dado en la ciudad de Colima, capital del estado del mismo nombre, a los diez días del mes de abril de dos mil veinticinco.



UNIVERSIDAD
DE COLIMA
CONSEJO
UNIVERSITARIO

ATENTAMENTE

ESTUDIA – LUCHA – TRABAJA

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.

EN E. CHRISTIAN JORGE TORRES ORTIZ ZERMENO
PRESIDENTE DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Facultad de Turismo

**Maestría en Emprendimiento
e Innovación en Turismo**

Documento curricular

Clave: M486

Colima, Col. agosto 2025

© Universidad de Colima, 2025.

Avenida Universidad 333

Colima, Col., 28040,

México

www.ucol.mx/

Documento elaborado por la Facultad de
Turismo de la Universidad de Colima.

Código SUA: 1D.1.11/201000/000/2025

Documento elaborado por la Facultad de Turismo.

Directorio

Mtro. 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 Rosío Trujillo Trujillo
Coordinadora General de Investigación Científica

Dra. Arianna Sánchez Espinosa
Directora General de Posgrado

Mtro. Sergio Armando Aguirre Velázquez
Director de la Facultad de Turismo

Comité curricular

Mtro. Sergio Armando Aguirre Velázquez

Director de la Facultad de Turismo

Dr. Isaias Bracamontes Ceballos

Coordinador de Posgrado de la Facultad de Turismo

M.A. Maricela de Jesús Arellano Rodríguez

Asesora Pedagógica

Dr. Carlos Mario Amaya Molinar

Dr. Rafael Covarrubias Ramírez

Dr. Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo

Dr. Isaias Bracamontes Ceballos

M.F. Ileana Ochoa Llamas

M. en C. Mauricio Zavala Cordero

Dr. Jesús Otoniel Sosa Rodríguez

Dra. Nuchnudee Chaisatit

Dra. Adriana Del Carmen Bautista Hernández

Docentes

Mtra. Amaya Emparan Legaspi

Asesora académica de la Dirección General de Posgrado

Mtro. Eduardo Hernández Torres

Asesor académico de la Coordinación General de Docencia

Índice

Presentación	7
CAPÍTULO I. Fundamentación del currículo	8
1.1 Pertinencia	8
1.1.1 Marco de referencia institucional	8
1.1.2 Análisis del plan vigente	22
1.1.3 Contextualización	38
1.1.4 Diagnósticos regional y nacional	48
1.1.5 Estado del arte del turismo	53
1.1.6 Estudio del mercado laboral	67
1.1.7 Opinión de estudiantes, egresados (as), posibles aspirantes, docentes y personas empleadoras reales y potenciales.....	68
1.1.8 Análisis de las tendencias didáctico-pedagógicas del turismo.....	84
1.1.9 Estudio de oferta y demanda de servicios educativos	86
1.1.10 Conclusiones de la pertinencia.....	95
1.2 Factibilidad	96
1.2.1 Recursos humanos	96
1.2.2 Infraestructura	98
1.2.3 Infraestructura tecnológica.....	100
1.2.3 Factibilidad financiera	103
1.2.4 Vinculación	104
1.2.5 Modalidad del programa.....	106
1.2.6 Conclusiones de la factibilidad	107
1.3 Proyecto formativo	109
Capítulo II. Perfil académico profesional.....	113
2.1 Líneas de generación y/o aplicación del conocimiento	113
2.2 Núcleo académico	113
2.3 Misión y visión del programa	114
2.4 Metas del programa	115
2.5 Objetivo curricular.....	115
2.6 Perfil de egreso	115
2.7 Perfil del aspirante	116
2.8 Campo ocupacional.....	117

2.9 Requisitos de ingreso, egreso y obtención del grado	118
2.9.1 Requisitos de ingreso	118
2.9.2 Requisitos de egreso	119
2.9.3 Requisitos de obtención del grado.....	119
Capítulo III. Organización y estructura curricular	121
3.1 Estructura, modalidad y áreas.....	121
3.2 Operatividad académica del programa	123
3.2.1 Gestión de las asignaturas.....	123
3.2.1 Asignación de asesores (as) y coasesores (as)	125
3.2.2 Estructura de los seminarios de integración, seminarios de titulación y taller de vinculación.....	126
3.2.3 Procedimiento para la selección de optativas	129
3.2.4 Papel del docente y usos de la tecnología	130
3.2.5 Estancia profesional	131
3.2.6 Coloquios de presentación de avances de proyectos de titulación.....	132
3.3 Mapa curricular y tira de materias	133
3.3.1 Flexibilidad educativa	136
3.4 Estrategias didácticas y experiencias de aprendizaje	136
3.5 Evaluación de aprendizajes	139
Capítulo IV. Gestión del currículo	141
4.1 Implementación	141
4.1.1 Organización del personal.....	141
4.1.2. Gestión del personal docente	142
4.1.3. Gestión de la infraestructura y equipamiento	143
4.1.4 Servicios de apoyo a la formación.....	143
4.2 Gestión de proyectos de vinculación	145
4.2.1 Normativa complementaria	147
4.3 Evaluación del currículo	149
4.3.1 Evaluación interna.....	149
4.3.2 Evaluación externa	150
Bibliografía.....	151
Anexos.....	156
Anexo 1. Programas sintéticos de las asignaturas	156

Presentación

A pesar de las afectaciones causadas por la pandemia de COVID-19, el sector del turismo no sólo se ha recuperado, sino que, además, está dando claras muestras de que continuará creciendo en los próximos años y consolidándose como uno de los sectores económicos globales más grandes, que amplía las opciones para la creación de oportunidades para innovar y emprender, generar empleos, crea condiciones para que grupos sociales mejoren sus condiciones de vida y se preserve el patrimonio biocultural de los territorios.

En ese contexto, México es uno de los destinos turísticos con mayor afluencia de turistas internacionales en la última década. Esta realidad ha llevado a la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima a ofrecer un Programa de Posgrado de nivel maestría orientado al Emprendimiento e Innovación en Turismo bajo la modalidad mixta en línea, con el objetivo de formar profesionales capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con apoyo de herramientas digitales para incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, con la habilidad de trabajar en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.

Para lograr estos objetivos, en la preparación de este documento se adoptó un enfoque basado en cuatro pasos: a) Fundamentación del currículo, b) Perfil académico profesional, c) Organización y estructura curricular, y d) Gestión del currículo. Este proceso también se lleva a cabo de acuerdo con lo propuesto en el modelo educativo de la Universidad de Colima y el Manual para el diseño y actualización de planes de estudio de posgrado de la Universidad de Colima. En este marco, se procedió de manera colegiada a la elaboración de los objetivos del curso, a la determinación de los perfiles de ingreso y egreso, lo que permitió la construcción de un mapa curricular coherente y programas de asignatura que responden a las exigencias del entorno socio profesional. Esta integración de elementos garantiza que cada componente del plan de estudios contribuya al desarrollo de competencias específicas y transversales en el estudiantado, dotándoles de las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos actuales de la disciplina.

Además, la selección de estrategias de aprendizaje, la definición de perfiles docentes y la implementación de criterios de evaluación adecuados para cada asignatura, refuerzan el valor formativo de la propuesta, lo que asegura que el proceso educativo transmita tanto conocimientos teóricos y promueva el desarrollo de habilidades de pensamiento analítico y crítico fundamentales para que los futuros profesionales puedan responder de manera innovadora y efectiva a las demandas y retos del contexto profesional.

CAPÍTULO I. Fundamentación del currículo

1.1 Pertinencia

1.1.1 Marco de referencia institucional

1.1.1.1 Modelo educativo

De acuerdo con el documento denominado Modelo Educativo, publicado en el año 2016, la Universidad de Colima (UdeC) concibe la educación que ofrece “como un proceso de formación integral del estudiantado, que garantiza el desarrollo del pensamiento científico, la apreciación estética y la expresión artística, la adopción de estilos de vida saludables, la adopción de una cosmovisión ética, la participación activa y solidaria en la sociedad y la cultura emprendedora de nuestros estudiantes” (UCOL, 2016, p. 24).

En este mismo documento se señala que el modelo educativo institucional tiene cuatro principios fundamentales:

- a. Enfoque humanista.
- b. Perspectiva formativa centrada en el aprendizaje.
- c. Flexibilidad como principio relacional e integrador de la formación universitaria.
- d. Esquema de gestión educativa socialmente responsable.

El primer principio se refiere a que ha sido concebido como el marco de referencia orientado al desarrollo integral del estudiantado, esto implica avanzar en términos de la formación actitudinal (formación para la convivencia democrática, la generosidad y la crítica), instrumental (formación para el trabajo en equipo y el trabajo intelectual), para el desarrollo integral del conocimiento (investigación, complejidad, la síntesis, la creatividad y la producción intelectual), para la madurez personal (formación para la autocrítica y la autorreflexión, la coherencia y la ética, tanto personal, como profesional) y para la vida social (formación como ciudadano, la adopción de estilos de vida saludables, el respeto y cuidado ambiental, la igualdad de oportunidades y para la justicia social).

Este enfoque humanista implica que los planes de estudio se caractericen por ser más flexibles, promover el aprendizaje significativo, las conductas creativas y autónomas de los alumnos.

El segundo principio implica la implantación del enfoque de competencias alineadas a los cuatro pilares de la educación, formulados por la Unesco: conocer, hacer, ser y

convivir. Además, se incorpora la perspectiva de interaccionismo social, la cual fusiona ideas del cognitivismo con el humanismo, lo que permite insistir en que el ambiente social alrededor de las personas influye en su desarrollo.

En la operación de los planes de estudio, este principio plantea como núcleo central el desarrollo de situaciones didácticas que retoman el aprendizaje por proyectos, el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje en el servicio, el trabajo colaborativo, así como la detección y análisis de incidentes críticos.

En tercer lugar, se contempla el principio denominado flexibilidad como principio relacional e integrador, el cual hace alusión a la generación de cambios en la cultura organizacional de las instituciones, así como la mediación en la transformación de las formas de interacción al interior y al exterior desde tres ámbitos:

1. Flexibilidad pedagógica: Diversificación de las estrategias didácticas, el incremento de actividades formativas en escenarios naturales y en los esquemas de trabajo colegiado de los catedráticos.
2. Flexibilidad curricular: Se busca que la organización del contenido curricular se diversifique con aportes multidisciplinarios, interdisciplinarios y, sobre todo, transdisciplinarios que se apoyan fundamentalmente en enfoques centrados en problemas y en su solución, así como los centrados en proyectos.
3. Flexibilidad académica: La flexibilidad académica implica el fortalecimiento de las interrelaciones de unas unidades con otras, promoviendo la generación de formas de trabajo más socializado, participativo y cooperativo, coherente con formas de organización del conocimiento.

Por último, el cuarto principio es el esquema de gestión educativa socialmente responsable, esta implica la incorporación o mejora de los esquemas de gestión educativa con procesos coherentes y de toma de decisiones que permitan la adecuada realización de los procesos formativos, su evaluación y su oportuna realimentación, garantizando la efectividad y el aseguramiento de los insumos y su uso sostenible, en un marco de transparencia, rendición de cuentas, mejora continua y contribución al desarrollo de campus responsables.

1.1.1.2 Ideario institucional

La Universidad de Colima ha definido su filosofía institucional de la siguiente manera:

MISIÓN

Somos una universidad pública y autónoma, comprometida con el desarrollo social, que ofrece educación integral, pertinente y de calidad en la formación inclusiva, igualitaria y sostenible de bachilleres, profesionales y científicas/os.

VISIÓN 2030

La Universidad de Colima en el 2030 es una institución socialmente responsable, reconocida en el mundo por su calidad y pertinencia; además, por su contribución sistémica y creativa para el desarrollo igualitario, democrático y sustentable, y se distingue por:

La formación orientada al desarrollo integral de ciudadanos creativos, globalmente competentes en su ámbito laboral, socialmente solidarios y comprometidos; formados en programas educativos pertinentes, inclusivos y de calidad, con perspectiva científica, humanista, flexible, innovadora y centrada en el aprendizaje y el uso de las tecnologías de información y comunicación.

El reconocimiento de la calidad de la investigación científica para atender las necesidades sociales del Estado, contribuir al desarrollo de la entidad, la región y el país y aportar al conocimiento universal.

El éxito de sus relaciones de cooperación académica y cultural con personas, instituciones y organizaciones nacionales y extranjeras, basadas en la reciprocidad y estructuras flexibles.

Liderar el análisis crítico de la sociedad para contribuir al desarrollo sostenible, responder y anticiparse a las necesidades del entorno mediante los saberes universitarios que involucran el arte, la ciencia, la tecnología y la innovación, en un esquema de corresponsabilidad y compromiso social.

La gobernanza institucional está apoyada en un sistema de gestión ético, ágil, transparente, flexible y de calidad, que hace de su autonomía un ejercicio sustentable y socialmente pertinente.

La Universidad de Colima en el 2030 es una institución socialmente responsable reconocida en el mundo por su calidad y pertinencia.

VALORES

- *Igualdad de oportunidades y no discriminación:* La igualdad de derechos y oportunidades deben ser garantizadas sin distinción de género, orientación sexual, edad, presencia de discapacidades, condición social, pertenencia étnica y cultural; e instrumentarse las acciones necesarias para erradicar cualquier forma de discriminación.
- *Libertad de pensamiento:* Entre quienes integran la comunidad universitaria prevalecerá el respeto a la libre expresión de ideas y opiniones, así como el diálogo ético y crítico sobre las mismas, siempre en el marco del cumplimiento de los derechos humanos.
- *Integridad académica:* La política institucional promoverá prácticas académicas éticas en el trabajo científico: protección de la autoría intelectual, consentimiento informado, citación correcta de las fuentes utilizadas y divulgadas y honestidad intelectual en todos los ámbitos de la vida universitaria. Asimismo, es fundamental que en esta cultura de integridad académica se fortalezca la confianza en la capacidad por parte del estudiantado, el profesorado, el personal administrativo y el funcionariado de actuar con base en tales valores.
- *Convivencia armónica:* Quienes conforman la comunidad universitaria tienen la responsabilidad y el deber de mantener relaciones pacíficas, respetuosas, cooperativas y solidarias. El libre pensamiento y la pluralidad de ideas son fundamentales para el avance en el conocimiento, así como para sostener sociedades democráticas; las diferencias ideológicas que se presenten deben abordarse a través del diálogo ético y crítico, bajo el principio del reconocimiento de la dignidad de las personas.
- *Responsabilidad social y ambiental:* Los conocimientos generados en la Universidad de Colima deben asumir un compromiso socialmente responsable ante las problemáticas y necesidades de la población colimense, de manera prioritaria en lo que se refiere a la desigualdad social, las diferentes expresiones que reviste la discriminación, la violencia de género –y otras formas de violencia–, así como la compleja situación medioambiental de la entidad.

- *Conocimiento multidimensional y reflexivo:* La principal función de la Universidad es ser un espacio donde se genere y se discuta el conocimiento de manera reflexiva. Constituye un derecho fundamental de cada integrante de la Universidad de Colima el tener acceso a conocimientos en el ámbito de las ciencias, las humanidades y las artes, y recibir una sólida formación en la ética de su profesión. Para que esto sea posible, se deberá garantizar la calidad de la enseñanza de las materias de corte filosófico, humanístico y estético, que son justamente las que promueven el pensamiento crítico, disruptivo y transformador.
- *Transparencia y honestidad en el manejo de los bienes de la institución y en el uso de la información personal:* Quienes asuman responsabilidades en la administración y manejo de bienes patrimonio de la Universidad de Colima se comprometen a actuar con transparencia y honestidad en todo momento.

1.1.1.3 Misión, visión y valores de la Facultad de Turismo

La Facultad de Turismo, como unidad académica de educación superior de la Universidad de Colima, tienen la misión, visión y valores siguientes:

Misión

La Facultad de Turismo es una Unidad Académica de la Universidad de Colima, que contribuye al desarrollo integral de la actividad turística regional, nacional e internacional, con una estructura académica y administrativa profesional, que forma capital humano competitivo en su campo laboral, formados desde una perspectiva humanista, flexible, innovadora, centrada en el aprendizaje, que genera y aplica conocimientos en los sectores social y productivo.

Visión

En el año 2030, la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima es una unidad académica reconocida a nivel nacional e internacional por la competencia profesional y ética de sus docentes y egresados (as), formados a través de Programas Educativos acreditados, flexibles, innovadores y pertinentes, así como por su contribución al desarrollo turístico sustentable regional y nacional a través de la generación y aplicación del conocimiento.

Valores

En virtud de hacer efectiva la misión y visión de cada plantel, se promoverá el desarrollo de los valores y principios que le dan sentido a la vida institucional y enfatizarán aquellos específicos del campo disciplinario que contribuyen en la formación de profesionistas íntegros:

- *Libertad*, como la facultad humana fundamental y distintiva que permite a los integrantes de la comunidad universitaria definir y conducir su propio destino.
- *Equidad*, como reconocimiento de la esencial comunidad, en la condición humana de todas las personas y la disposición para superar las circunstancias que dificultan el igual acceso a las oportunidades.
- *Espíritu crítico*, como la capacidad de enjuiciar racionalmente la realidad, con la conciencia de que siempre hay una posibilidad abierta de enriquecimiento y rectificación de las ideas y valores socialmente aceptados.
- *Espíritu de cooperación*, como la participación de la comunidad universitaria en acciones conjuntas y organizadas para la obtención del bien común. En todas las organizaciones turísticas es indispensable trabajar de manera cooperativa para prestar un servicio de calidad total, por lo que a través de distintas estrategias didácticas el programa promoverá este valor para integrarlo a la formación de egresados (as).
- *Espíritu humanista*, que favorece el ejercicio de la libertad de los integrantes de la comunidad universitaria en aras de su propio perfeccionamiento.
- *Espíritu democrático*, que se expresa en el reconocimiento y consideración de los puntos de vista de todos los universitarios en la discusión sobre los temas de importancia para la vida institucional y social.
- *Tolerancia*, aceptando la diversidad de caracteres y opiniones; anteponiendo siempre la disposición a la comprensión y apertura al diálogo. Es un valor que debe estar presente en quienes se desempeñan en el área turística debido a la diversidad de culturas con las que los prestadores de servicios turísticos deben tener contacto.
- *Responsabilidad*, como la aceptación de las consecuencias de actos realizados por decisión propia, sin importar la naturaleza de las mismas.

- *Respeto*, como la capacidad de reconocer el valor individual y los derechos de los demás dentro de la sociedad, sin importar posición social, ocupación, preferencias o creencias. Esto implica el derecho a la libertad de expresarse, cambiar de opinión, recibir un trato equitativo y cortés; de la misma manera el acato al uso y cuidado de los bienes materiales de los compañeros y de la institución.
- *Honestidad*, al comportarse y comunicarse con coherencia, sinceridad y justicia; respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas. Así mismo otorgar información confiable acerca de los procesos y manejo de los recursos.
- *Ética*, apegándose siempre a los códigos de conducta racionales y objetivos a través de la observancia de los valores y la adquisición de virtudes.
- *Calidad*, al regir cada una de las actividades que se realicen sin importar su naturaleza buscando la excelencia en la técnica y ejecución de cada proceso.
- *Pasión*, realizando cada tarea esforzándose para prestar un servicio de calidad que pueda satisfacer las necesidades y expectativas de aquellos que lo reciben.
- *Trabajo en equipo*, siendo capaces de trabajar armónicamente con otros miembros de la institución ya sea de la comunidad estudiantil, administrativos o directivos, para tomar decisiones, concretar acciones y alcanzar metas.
- *Responsabilidad social*, como profesionistas y ciudadanos universitarios atender con responsabilidad a los miembros de la sociedad.

A partir del análisis realizado, se plantea que los principales elementos que deben de estar presentes en la reestructura curricular de este posgrado para asegurar la atención de la misión, visión y valores institucionales son, principalmente, el compromiso, tanto de docentes como personal administrativo y directivo, para asegurar que, a través de la enseñanza, se puedan formar profesionales competentes, en el ámbito local como nacional e internacional. De igual manera, la formación que se imparta debe ir orientada a lograr en el estudiantado un pensamiento crítico, democrático, humanista y ético que permita generar ideas innovadoras.

A continuación, se presenta una síntesis de los componentes de la misión institucional y del plantel:

Tabla 1. Comparativo de la misión institucional y la misión del PE de la Licenciatura en Gestión Turística (LGT)

PIDE 2022-2025	Documento curricular LGT 2014
Compromiso con el desarrollo social	Contribuye al desarrollo integral de la actividad turística regional, nacional e internacional*
Educación integral, pertinente y de calidad	Forma capital humano competitivo en su campo laboral
Formación inclusiva, igualitaria y sostenible	Perspectiva humanista, flexible, innovadora, centrada en el aprendizaje
Pensamiento crítico, humanista y ético	
Fomenta la creatividad y la transferencia de la tecnología	Genera y aplica conocimientos en los sectores social y productivo.
Perspectiva global	Desarrollo integral de la actividad turística regional, nacional e internacional
Transparencia y oportuna rendición de cuentas.	—

Fuente: Elaboración propia.

La revisión documental permite evidenciar un desfase entre la misión del plantel y la misión institucional. Por lo tanto, la actualización curricular deberá incorporar los nuevos elementos establecidos institucionalmente. En tal sentido, vale la pena considerar en la misión del plantel el desarrollo de la sociedad, debido a que la misión actual se enfoca más en el desarrollo de las competencias profesionales, y aunque se hace mención del sector social, no se concibe el impacto que puedan tener en la sociedad egresados (as) de este PE.

Con respecto a la visión, se requiere tomar en cuenta los programas sectoriales que contempla el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2022-2025, los cuales son; la Educación Pertinente y de Calidad, Investigación para la Formación y el Desarrollo; Extensión Universitaria; y la Gobernanza Institucional.

En cuanto a los elementos que se deben de considerar en el planteamiento de los valores, de acuerdo con el análisis realizado de éstos, se observó que entre lo establecido en el PIDE 2022-2025 y en el documento curricular de la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos (MEINT), existe coincidencia en lo siguiente:

Tabla 2. Comparativo de los valores institucional y los valores del PE de la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos (MEINT)

PIDE 2022-2025	Documento curricular MEINT 2014
Igualdad de oportunidades y no discriminación	Equidad, respeto, tolerancia
Libertad de pensamiento	Libertad, tolerancia, respeto
Integridad académica	Honestidad, Espíritu crítico, Calidad
Convivencia armónica	Espíritu democrático, Tolerancia, Respeto, Trabajo en equipo
Responsabilidad social y ambiental	Responsabilidad, Responsabilidad social
Conocimiento multidimensional y reflexivo	Espíritu crítico, Espíritu de cooperación, Espíritu humanista, Calidad, Pasión
Transparencia y honestidad en el manejo de los bienes de la institución y en el uso de la información personal.	Ética Honestidad Responsabilidad

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al análisis realizado, los valores considerados en el posgrado comprenden la esencia que la misma institución se ha planteado a través del PIDE 2022-2025.

1.1.1.3 Plan Institucional de Desarrollo 2022-2025

La Universidad Digital se plantea como un programa transversal de la Agenda Rectoral 2021-2025 y del PIDE 2022-2025, de esa manera, para su consolidación se requiere el desarrollo de una oferta educativa que fomente la innovación tecnológica y, a su vez, fortalezca el uso de las plataformas virtuales institucionales en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En esta convergencia se ubica la necesidad de generar una oferta educativa no escolarizada del tipo en línea, que sea asequible, flexible y de calidad (Universidad de Colima, 2021).

El PIDE 2022-2025 de la Universidad de Colima está sustentado en cuatro programas sectoriales: 1. Educación pertinente y de calidad, 2. Investigación para la formación y del desarrollo, 3. Extensión Universitaria y, 4. Gobernanza Institucional. De manera específica, la implementación de programas educativos en línea está considerada en los programas sectoriales: Educación pertinente y de calidad e Investigación para la formación y el

desarrollo.

En tal sentido, el programa sectorial con el que se alinea primordialmente la propuesta curricular de la MEIT, es el número 1, Educación pertinente y de calidad, en el que se establece como objetivo: brindar una educación integral, global, pertinente y de calidad a la población [...] del estado de Colima para la formación de [...] profesionales. En este objetivo se hace hincapié en que la educación que se brindará logre que el estudiantado obtenga un pensamiento científico, sentido crítico, humanista, ético, inclusivo y sostenible, que contribuyan a su desarrollo humano, social y económico.

Además de lo anterior, la propuesta considera la atención al objetivo sectorial 2, referente a investigación y desarrollo, que incluye una política relacionada con “promover la formación científica en bachillerato, licenciatura y posgrado, impulsando la incorporación estudiantil en proyectos de investigación y la actualización de los programas educativos para incidir en la formación de investigadores e investigadoras” (p. 79).

Otro de los referentes asociados al marco institucional que sustentan la propuesta curricular de la MEIT son el desarrollo de los programas de Internacionalización, Universidad digital, Gestión ambiental e Igualdad de género, los cuales se abordarán de manera transversal.

En el objetivo sectorial 1, la propuesta curricular incorpora elementos de las distintas dimensiones: humana, innovadora, investigativa y contextual para situar los futuros estudiantes en la realidad, a través de conocimientos pertinentes que se establecerán en áreas de formación, enfatizando la reflexión y la acción, además de los pilares trascendentes del querer conocer, la motivación y la trascendencia humana, con la finalidad de incidir en el contexto turístico cambiante y que evoluciona, a través de las acciones reflejadas en las competencias que poseerá el estudiantado.

Respecto al objetivo estratégico 1.1 referente a incrementar el acceso a servicios de educación media superior y superior, pertinentes y de calidad, se plantea una propuesta innovadora que desde la perspectiva de la realidad y de las dimensiones del ser humano aborda los fenómenos turísticos, de forma integral, considerando las características multidimensionales del contexto, además de la movilización de aprendizajes: saber conocer, saber hacer, saber ser y saber convivir, complementado con el aprender a sentir, a estar y a trascender, desde una perspectiva de futuro, donde se situará al estudiantado en la realidad, para que apliquen y construyan conocimientos pertinentes.

En lo referente a la estrategia 1.1.1: Asegurar la idoneidad del perfil docente y del

personal de apoyo de [...] mediante la mejora del proceso de ingreso, formación, desarrollo, evaluación y permanencia, en la propuesta curricular se contempla que cada docente tenga preferentemente el grado académico de doctorado, mayor capacitación en aspectos disciplinares del área turística, complementado con la experiencia laboral en ámbitos turísticos de diversa índole, así como en aspectos didáctico-pedagógicos, que les permitan el desarrollo de proyectos y el estudio de casos, además, deben demostrar el desarrollo de habilidades idiomáticas y el desarrollo de competencias blandas que permeen en la interacción y el trabajo académico con el estudiantado.

En lo que respecta a la estrategia 1.1.2. Asegurar la atención de matrícula en PE pertinentes y de calidad incorporando transversalmente el desarrollo sostenible, la perspectiva de género, la mediación tecnológica y la internacionalización, la propuesta curricular brinda un planteamiento pertinente y de calidad, incorporando transversalmente el *desarrollo sostenible*, la *perspectiva de género*, la *mediación tecnológica* y la *internacionalización*, será fundamental aprender a trabajar desde un enfoque didáctico para incorporar en los procesos formativos elementos que retomen de manera integral las temáticas planteadas, pero también acciones puntuales que permitan desarrollar las distintas competencias que conformarán el plan de estudios.

Entre las líneas de acción que se sugieren retomar para la propuesta curricular en cada ámbito destacan:

La *internacionalización* es inherente al turismo, dada su importancia global, esta exige también de profesionales con competencias que respondan a las necesidades y tendencias de la dinámica global y del sector turístico en particular. Las líneas de acción son las siguientes:

- Incentivar la participación de docentes en proyectos de cooperación internacional y redes académicas.
- Incentivar la participación del estudiantado en movilidad u otras experiencias de aprendizaje en línea en colaboración internacional.
- Incentivar el desarrollo de la competencia internacional en estudiantado y docentes.

A partir actividades como:

- Incorporar formalmente una dimensión internacional en el currículum.
- Considerar experiencia de aprendizaje desde perspectivas internacionales.
- Actividades académicas internacionales organizadas con las universidades que ya se tienen convenios.

- Afianzar redes de investigación internacional, para generar productos académicos y experiencias de aprendizaje.

El PE también busca contribuir a la siguiente línea de acción respecto a la *Igualdad de género*:

- Incentivar el desarrollo de competencias pedagógicas, didácticas, digitales e informacionales, socioemocionales, de inclusión, investigación, género y desarrollo sostenible, del personal docente y de apoyo académico.

A partir de las siguientes acciones:

- Realizar actividades académicas y formativas donde se visualice la perspectiva de género y sus implicaciones en el ámbito turístico.
- Desarrollar proyectos turísticos incluyentes donde la perspectiva de género sea un componente preponderante.

Además, respecto a la *Universidad digital* el PE coadyuva al logro de las siguientes líneas de acción:

- Desarrollar programas educativos de [...] NS que se ofrezcan en línea.
- Incentivar la producción de recursos educativos digitales institucionales.

A partir de las siguientes acciones:

- Incorporar elementos y estrategias de la educación virtual, con el fin de considerar aspectos presenciales y virtuales.
- Incentivar la certificación en competencias digitales.

El crecimiento constante de la actividad turística a nivel global requiere de profesionales del turismo que estén formados y comprendan ampliamente los alcances del turismo para que sean líderes en el desarrollo sostenible de los territorios turísticos, por lo que se contribuye desde este PE en las siguientes acciones:

- Formar estudiantes con competencias enfocadas al desarrollo sostenible,
- Incorporar competencias genéricas enfocadas a la comprensión del funcionamiento de los sistemas naturales, sociales y económicos y las mutuas interrelaciones entre ellos, así como las problemáticas vinculadas a ellos, tanto a nivel local como global, mediante contenidos

transversales y estrategias de enseñanza-aprendizaje en las asignaturas o módulos de la propuesta curricular, basados en los criterios de desarrollo sostenible.

- Plantear estrategias y proyectos integrales que brinden respuestas a las demandas de los sectores social y productivo relacionados directa o indirectamente con el turismo, de acuerdo con la realidad del planeta y sus implicaciones, en función de las acciones que realicen las personas en formación, considerando la versión futura de la realidad.

Se resalta la línea de acción 1.1.2.3: Fortalecer la vinculación de la comunidad universitaria y los programas educativos con el sector social y productivo, debido a que la propuesta curricular considera las múltiples realidades que se presentan en el ámbito turístico, desde la óptica social y productiva, en ese sentido es necesario fortalecer el contacto estrecho con diversas instancias relacionadas con el entorno turístico que contribuyan al planteamiento del trayecto formativo.

En lo que respecta al programa sectorial denominado “Investigación para la formación y el desarrollo”, se retoma en la propuesta curricular el contribuir a reducir las desigualdades a través de la formación académica del estudiantado en programas de posgrado reconocidos por su calidad; y, además, se contribuya a atender problemas del sector social y productivo a través de la extensión universitaria.

La propuesta curricular considera a la cooperación académica como un criterio de diversificación de experiencias formativas, en donde se concrete la formación integral, lo anterior para alinearse al objetivo sectorial:

Comprenden la cooperación académica inter y transdisciplinaria, interinstitucional, regional, bilateral y triangular para la formación integral del estudiantado y, con ello, se contribuya a la internacionalización de los programas educativos y se potencie la comunicación en la distancia con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, procurando la protección del medio ambiente y la gestión ambiental, la igualdad de género y la transferencia y apropiación social del conocimiento, a través de los programas de comunicación social y de la divulgación científica.

Para coadyuvar al logro del objetivo estratégico “Incrementar la investigación científica competitiva facilitando la formación de investigadores/as y la procuración de la atención de problemas del sector social y productivo”, se propone en todo momento atender los problemas del sector social y productivo, relacionando al estudiantado en su

estudio y solución a través de proyectos apegados a las líneas de investigación del programa educativo centradas en el turismo como fenómeno social, actividad económica, considerando la contribución del turismo al desarrollo sostenible del destino como eje prioritario.

En la propuesta curricular se canalizan los esfuerzos de estudiantes y docentes en la realización de proyectos de investigación asociado a la *expertise*, reconocimiento e impacto de las investigaciones realizadas por el colectivo docente del plantel y el cuerpo académico UCOL CA 60 Estudios de competitividad y turismo, centrando su esfuerzo para fines de titulación. De esta manera se trabaja en sintonía con la estrategia 2.1.1 “Asegurar la productividad académica de calidad derivada de proyectos de investigación”.

Así mismo, en la propuesta curricular se plantea un esquema de desarrollo de habilidades enfocadas a la investigación, las cuales se centrarán en la identificación de necesidades de los sectores sociales y productivos y en el manejo de bases de datos de información científica que permitirá desarrollar competencias asociadas a la toma de decisiones en las organizaciones turísticas. Esta propuesta se vincula con las líneas de acción 2.1.1.17 “Incentivar en estudiantes el uso de las bases de datos de información científica licenciadas” y 2.1.2 “Generar un programa de divulgación científica que sea atendido por el profesorado para la promoción social del conocimiento”.

La propuesta de la Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo se alinea estrechamente con la estrategia 2.1.3, que busca garantizar la participación activa del personal académico en la creación, desarrollo y consolidación de programas educativos de posgrado. En particular, se destaca la relevancia de la línea de acción 2.1.3.3, que indica promover la generación de programas educativos de posgrado en línea. Este enfoque se respalda con el indicador que mide el número de programas educativos de posgrado ofrecidos en modalidad en línea.

En el marco del PIDE 2022-2025 el Programa Sectorial de Extensión tiene la estrategia 3.1.1 “Asegurar el incremento en el número de proyectos de investigación aplicada para el desarrollo de LGAC y la vinculación de CA”. En torno a dicha estrategia, actualmente se desarrollan diversas estrategias de vinculación con la Red de Cuerpos Académicos del Turismo de Occidente de México (RECATOM) que está conformada por seis Instituciones de Educación Superior (IES) y nueve Cuerpos Académicos. Es necesario buscar la vinculación con IES extranjeras para lograr un impacto positivo y la representación de todos los sectores diferenciados como turísticos en la mejora de la producción y difusión de la investigación del CA.

Además, se contempla que, dentro de los proyectos de obtención del grado, exista la posibilidad de estudios de caso de organizaciones turísticas que requieran atención y apoyo en algunas de sus funciones sustantivas, esto se logra con el apoyo del Comité de Extensión de la Facultad de Turismo.

En lo que respecta a la línea de acción 3.1.1.10 “Crear alianzas con instancias estatales, nacionales y extranjeras, líderes en innovación y emprendimiento” se propone que, en el Comité de Extensión de la Facultad, haya representación de todos los sectores turísticos y tamaños, de los líderes de cámaras y asociaciones vinculadas al turismo y de organismos no gubernamentales (ONGs) que aportan al turismo. Así mismo, y teniendo como ventaja los más de 100 convenios de prácticas profesionales y pudiendo hacer uso de las tecnologías digitales, poder ampliar el rango de representación del Comité con empresas de los destinos donde se tiene vinculación.

La propuesta curricular incide de forma directa en la atención de la línea de acción 3.1.3.1 “Ejecutar el programa de fomento a la Innovación y Cultura emprendedora en NS” que busca el incremento de estudiantes en actividades de innovación y emprendimiento, actualmente se llevan a cabo proyectos de intervención por parte de estudiantes y que solo se divulgan en actividades en el círculo de la MEINT, por lo que se creará una estrategia para ampliar el alcance de dicho evento y tener público de pregrado y bachilleratos afines al área turística.

Por lo anterior, la MEIT, representa una propuesta formativa de calidad, incluyente, equitativa y socialmente responsable, acorde a las directrices institucionales y pertinente a las necesidades y exigencias sociales y del sector productivo.

1.1.2 Análisis del plan vigente

Para fundamentar la propuesta de reestructura curricular se realiza el ejercicio de evaluación del plan de estudios vigente de la MEINT con clave M473 que inició actividades en el año 2019. Para esto, fue necesario hacer una descripción del plan de estudios vigente para conocer su estructura, organización y funcionamiento, así como las metodologías y técnicas que ha utilizado el programa para el logro de los objetivos curriculares, lo que permite determinar la congruencia con el modelo educativo institucional.

Se hace un análisis de los indicadores de rendimiento para identificar momentos críticos y los motivos que llevaron a obtener esos resultados lo que, en la propuesta, permitirá anticipar y establecer estrategias de atención a las problemáticas identificadas.

También se identificaron cambios o ajustes que se tuvieron que realizar a la propuesta curricular vigente para su implementación, los motivos por los que se hicieron, así como los resultados de dichas adaptaciones en los indicadores.

Por último, se incluyen las opiniones de los actores clave que intervienen en la propuesta curricular: estudiantes, egresados (as), empleadores (as) y personas expertas en el campo del conocimiento.

1.1.2.1 Vigencia de fundamentos

La evaluación que a continuación se presenta corresponde a la MEINT, la cual inició operaciones en agosto de 2019 y fue modificada en su operación y administración por las condiciones originadas por la pandemia del COVID-19, que inició en marzo de 2020 en nuestro país.

En las líneas siguientes se presentan los elementos del perfil académico profesional del programa curricular vigente:

Objetivo curricular

Formar maestros en Emprendimiento e Innovación para el Turismo, capaces de crear y gestionar proyectos turísticos, mediante modelos de negocios, que apliquen sistemas digitales de información bajo estándares de calidad, incrementen la competitividad del sector social y productivo a nivel nacional e internacional, colaboren de manera multidisciplinar, y se conduzcan con responsabilidad social, espíritu creativo, humanista y ético.

Perfil de egreso

El egresado de la Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo, además de tener espíritu creativo, humanista, ético y de ser socialmente responsable, desarrollará las siguientes competencias específicas:

- Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.

- Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial.
- Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.

Asimismo, según el modelo educativo de la Universidad de Colima poseerá las siguientes competencias genéricas:

- Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.
- Resuelve problemas en interacción con otros profesionales.
- Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.
- Analiza información y la utiliza en la toma de decisiones fundamentadas.

1.1.2.2 Organización y estructura curricular

El plan de estudios de la MEINT se cursa en cuatro semestres, con un total de 15 asignaturas, de las cuales 12 corresponden a asignaturas obligatorias y las tres restantes son de carácter optativo, lo que equivale a 75 créditos y 1,336 horas de actividad académica. La distribución de horas es la siguiente: bajo conducción académica (HCA) es de 672 horas, lo que representa el 50.34%; las horas de trabajo independiente suman 464 horas, lo que equivale al 34.73%; y finalmente las horas de trabajo profesional supervisado con 200 horas, lo que representa el 14.97% restante.

Es importante considerar que, en este caso, la asignatura de Seminario de Intervención I contempla 150 horas de trabajo profesional supervisado y Seminario de Intervención II incluye 50 horas del mismo tipo, ambas asignaturas deben ser acompañadas por un docente asignado a la materia y de un experto que guía y apoya las actividades de aprendizaje; esto corresponde al 14.79% del total de horas de formación.

Cabe hacer mención que, aunque se siguió el orden de las asignaturas y las 200 horas de “estancia profesional” en las asignaturas denominadas Proyecto de Intervención I y II, la mayoría lo realizó en la incubadora de la Universidad de Colima durante la segunda generación y los tres egresados de la primera generación en empresas del sector turístico.

Otro de los cambios que resultó favorable durante el periodo del COVID-19 fue la adaptación de la maestría con la modalidad de mediación tecnológica que se propuso en nuestra casa de estudios, lo cual permitió concluir con las asignaturas de la primera generación de marzo 2020 a junio 2021 e incluso que la siguiente y última generación que se tuvo (2020-2022), cursó el 75% de los semestres con esta modalidad, logrando que 9 de 11 estudiantes concluyeran sus estudios de esta forma. Lo anterior demostró la importancia que tuvo para el estudiantado (ahora egresados), porque incluso al regresar a la “nueva normalidad”, ellas y ellos pidieron que siguieran las clases como se habían tomado durante los tres semestres anteriores por su situación laboral.

Figura 1. Mapa curricular vigente de la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos

Sem.	Núcleo de Formación Básico y Materias Optativas del Área				
I	EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN E 48 32 0 80 5	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA G 48 32 0 80 5	TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO G 48 32 0 80 5	SEMINARIO DE INTEGRACIÓN I I 32 32 0 64 4	OPTATIVA I O 48 16 0 64 4
II	DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS E 48 32 0 80 5	GESTIÓN SOSTENIBLE DE NEGOCIOS TURÍSTICOS G 48 32 0 80 5	MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA G 64 32 0 96 6	SEMINARIO DE INTEGRACIÓN II I 32 32 0 64 4	OPTATIVA II O 48 16 0 64 4
III				PROYECTO DE INTERVENCIÓN I I 32 48 150 230 8	OPTATIVA III O 48 16 0 64 4
IV	EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS E 48 32 0 80 5	GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL TURISMO G 48 32 0 80 5		PROYECTO DE INTERVENCIÓN II I 32 48 50 130 6	

Es importante mencionar que las estrategias didácticas planteadas en los programas de asignatura como exposiciones de docentes y estudiantes, trabajos en equipo, integración de proyectos, análisis de casos, entre otros, se siguieron en las dos generaciones de la maestría, sin embargo, en ambas se vieron afectadas las estrategias didácticas encaminadas al trabajo de campo en sus proyectos de integración, derivado de la pandemia por el COVID-19. La tecnología y mediación tecnológica fueron de gran ayuda para complementar las estrategias antes mencionadas.

1.1.2.3 Congruencia del plan de estudios

Del apartado anterior se genera el análisis de congruencia de la MEINT con base en los objetivos curriculares, el perfil de egreso, los contenidos, metodología de enseñanza aprendizaje y evaluación del aprendizaje, en relación con los cambios en el contexto socio profesional y la evolución de la disciplina. Para ello, se identifican los puntos clave de los elementos mencionados.

En el objetivo curricular se destacan los aspectos del emprendimiento, innovación, calidad, sistemas digitales, multidisciplinariedad, responsabilidad social, creatividad y conducta ética. Mientras que en el perfil de egreso se especifican aspectos como la sostenibilidad, investigación aplicada, tecnologías, gestión, además de los anteriores. Respecto a los contenidos del posgrado estos se engloban en Emprendimiento e Innovación, Gestión de Negocios, Sostenibilidad, Tecnologías y Mercadotecnia. Todas estas temáticas se abordan a través de estrategias didácticas como exposiciones de docentes y estudiantes, trabajos en equipo, integración de proyectos y análisis de casos.

Por otro lado, derivado de la pandemia del COVID 19, el turismo tuvo un declive y su recuperación ha sido rápida. Sin embargo, los cambios originados por la pandemia son: 1) surgimiento y desarrollo de nuevos puestos de trabajo a distancia (teletrabajo), lo que ha originado a los nómadas digitales, que son personas que trabajan a distancia usando las nuevas tecnologías y que eso les permite tener un estilo de vida nómada, por lo que pueden estar viajando a países distintos al de su residencia sin dejar de trabajar; 2) incremento en la actividad lo que genera necesidad de nuevos proyectos e innovación en los existentes, 3) necesidad de actualización en el contexto de la globalización, 4) necesidad de desarrollar en los recursos humanos mejores habilidades blandas (resiliencia, creatividad, relaciones interpersonales, liderazgo, trabajo en equipo, entre otros), y 5) aceleración en la adopción de nuevas tecnologías en la comercialización y gestión de productos turísticos.

Tabla 3. Elementos clave del plan curricular de la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos, clave M473.

Objetivo curricular	Perfil de egreso	Contenidos	Metodología de enseñanza y evaluación de aprendizaje	Cambios en el contexto socio profesional
Formar maestros en Emprendimiento e Innovación para el Turismo, capaces de crear y gestionar proyectos turísticos, mediante modelos de negocios, que apliquen sistemas digitales de información bajo estándares de calidad, incrementen la competitividad del sector social y productivo a nivel nacional e internacional, colaboren de manera multidisciplinar, y se conduzcan con responsabilidad social, espíritu creativo, humanista y ético.	Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Dirige organizaciones turísticas mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.	Organizados en cuatro semestres con mayor carga teórica durante los dos primeros para que en tercer y cuarto semestre el estudiantado ingrese a su estancia profesional que permita mejorar su proyecto de intervención.	Estrategias didácticas: exposiciones de docentes y estudiantes, trabajos en equipo, integración de proyectos y análisis de casos. Durante la pandemia, la tecnología y mediación virtual fue de gran ayuda para complementar las estrategias antes mencionadas.	Derivado de la pandemia del COVID19, el turismo sufrió un declive abismal y su recuperación ha sido relativamente rápida. Sin embargo, los cambios que nos deja la pandemia son: 1) Surgimiento del teletrabajo que a su vez ha derivado en mayor cantidad de viajes de los denominados nómadas digitales; 2) Reactivación e incremento en la actividad turística lo que genera necesidad de nuevos proyectos e innovación en los existentes tendientes a la sostenibilidad, 3) Necesidad de actualización en el nuevo contexto de la globalización, 4) Necesidad de desarrollar en los recursos humanos mejores habilidades blandas y 5) Aceleración en la adopción de nuevas tecnologías en la comercialización y gestión de productos turísticos.

Al comparar los elementos curriculares del posgrado con las condiciones actuales de la profesión turística se descubre que por un lado existen similitudes en las temáticas de emprendimiento e innovación, tecnologías, sostenibilidad y gestión estratégica de negocios. Mientras que por el otro lado no se consideran contenidos específicos para el desarrollo de habilidades blandas en el estudiantado ni se le da el peso que debe tener al desarrollo de habilidades digitales en el posgrado, incluyendo las vinculadas al teletrabajo. De esta manera la nueva propuesta debe incorporar más contenidos vinculados a las tecnologías y a las habilidades blandas sin dejar fuera lo correspondiente al emprendimiento, la innovación y la sostenibilidad en la gestión de organizaciones turísticas para que el posgrado sea completamente congruente con la dinámica del campo socio profesional.

1.1.2.4 Indicadores de rendimiento del plan anterior

La MEINT tuvo dos generaciones, una en el año 2019 en la Facultad de Turismo y Gastronomía en Manzanillo y al año siguiente (2020) en la Facultad de Turismo del Campus Villa de Álvarez. Sus indicadores de desempeño se presentan en la tabla 4:

Tabla 4. Principales indicadores de la MEINT 2019-2022

Generación	Plantel	Estudiantes admitidos	Estudiantes Egresados	Estudiantes Titulados	Tasa de egreso	Eficiencia de titulación
2019-2021	Facultad de Turismo y Gastronomía	6	3	2	50%	33.33%
2020-2022	Facultad de Turismo	15	9	1	60%	6.66%

Fuente: Elaboración propia

Se observa que las tasas de egreso se sitúan en un nivel medio de eficiencia y que se comenzaba a visualizar una mejora en dicho indicador al pasar del 50% al 60% de una generación a otra. Mientras que el indicador referente a la titulación se ha visto afectado de manera grave pues pasó de 66.7% a solo el 11.1%. Si bien se les ha dado seguimiento a egresados para su proceso de elaboración de los proyectos de intervención y respectiva titulación se ha tornado complicado porque ya regresaron a sus dinámicas laborales al término de la pandemia por COVID y la reapertura del sector turístico en el mundo.

Para los ciclos escolares 2021, 2022 y 2023 no se logró convocar a un número suficiente de estudiantes para conformar un nuevo grupo por lo que en dichos períodos no se abrió el posgrado. En gran medida esta situación se ve explicada por la pandemia por COVID-19 que afectó de manera significativa al sector turístico y en consecuencia el atractivo de laborar en este sector económico disminuyó notablemente para quienes se forman académicamente para desempeñar un trabajo profesional en dicho ramo.

1.1.2.5 Trayectorias escolares y factores asociados

En cuanto a la eficiencia terminal del programa de posgrado, se observaron como factores principales de deserción, argumentados por el estudiantado, los siguientes:

- Oferta de Trabajo: se les ofrece un puesto en el campo laboral, por lo que deciden dejar el programa de maestría e incorporarse a la fuerza de trabajo. Esto mismo aplica para estudiantes que cambian de puesto laboral.
- Insatisfacción con el desempeño docente: estudiantes expresaron que sus docentes abordaban contenidos de nivel licenciatura y que no profundizaban en sus explicaciones, además de que las estrategias didácticas que implementaron no eran atractivas
- Otras: estudiantes reprueban al no cumplir con el mínimo de 80% de asistencias; así como un alumno que realizó el proceso de inscripción más no se presentó a clases.

Respecto a la eficiencia de titulación se observan dos factores principales, igualmente argumentados por el grupo de estudiantes, siendo estos:

- Oferta de Trabajo: se les ofrece algún puesto laboral fuera del Estado de Colima y tomando en cuenta que los salarios en nuestra entidad son bajos en el sector turístico, los egresados aceptan emigrar a lugares donde los salarios sean altos, por lo que al permanecer lejos de la entidad y al estar faltos de tiempo, pierden el interés por concluir su proceso de titulación.
- Económicos: en maestría, donde la eficiencia de titulación es baja y no se tiene ningún tipo de apoyo, argumenta el grupo de estudiantes desertores que no cuentan con recursos económicos para poder concluir el proceso de titulación.

Durante la trayectoria académica de la última generación se logró un avance constante en los trabajos de titulación por parte del estudiantado, organizando incluso coloquios en los que se presentaban sus máximos avances alcanzados para ser retroalimentados por el claustro académico de la MEINT. Al finalizar el cuarto semestre, los nueve estudiantes tenían registrado en el SISETEP un avance de entre el 70% al 100% por

lo que es preciso mejorar y mantener las estrategias de apoyo, seguimiento y tutoría en sus trabajos de titulación con el propósito de alcanzar que la totalidad de los grupos alcancen un 100% de avance antes de finalizar la última asignatura del programa. La condición descrita propicia que el estudiantado, al regresar a sus actividades laborales, se olvide de continuar el proyecto, se quede en el cajón por no verle utilidad en el corto plazo o cambien sus prioridades.

1.1.2.6 Operatividad del programa

Respecto a la operatividad del programa, los cambios que se requirieron fueron orillados por las condiciones de la pandemia más no por la dinámica escolar que se venía trabajando en el posgrado. En la generación 2019-2021 las sesiones de clase se atendieron los viernes y sábado algunas de manera presencial y otras con trabajo de mediación tecnológica derivado de las dificultades para que la plantilla docente se trasladará de forma física a todas las sesiones.

Para el trabajo de la generación 2020-2022 las sesiones de clase fueron calendarizadas los martes y jueves en horario vespertino. En esta nueva generación los trabajos fueron principalmente a través de la mediación tecnológica por las condiciones derivadas de la pandemia por COVID19. Las últimas asignaturas se trabajaron en formato presencial pues las condiciones lo permitieron al irse relajando las medidas de contención sanitaria frente a la pandemia.

En la última encuesta de satisfacción realizada a estudiantes del posgrado se encontró que, en el tema de resolución de dudas y orientación, el estudiantado reporta que las figuras de tutoría (94%) y coordinación (94%) son las que mejor les atienden. En un segundo grupo de nivel de atención se ubican las figuras de dirección (81%), asesoría de tesis (81%) y secretaría administrativa (80%). Por último, en el nivel más bajo de atención fueron señalados tanto el profesorado (67%) como el personal secretarial. Este indicador es pertinente mejorarse especialmente en el personal que tiene mayor contacto con el estudiantado.

Ningún ítem referente al desarrollo de los cursos rebasa el 80% de satisfacción, el mejor evaluado fue la bibliografía y las fuentes de consulta (72%) seguido por la discusión de temas (67%) y el perfil del profesorado (61%). La mediación tecnológica es el aspecto peor evaluado (33%). Se debe tomar especial atención a esto último pues la propuesta es ofrecer el programa de posgrado en la modalidad Mixta en línea por lo que el buen diseño de actividades con mediación tecnológica es indispensable para el futuro cercano del

programa. Para lograrlo se requiere de un plan de capacitación docente en el diseño y evaluación de actividades de aprendizaje con mediación tecnológica.

1.1.2.7 Evaluación externa realizada al programa de posgrado

En agosto de 2020 el programa de la MEINT fue sometido a evaluación externa por parte del CONACyT (actualmente CONAHCyT) en el marco de la convocatoria de nuevo ingreso al Sistema Nacional de Posgrados (SNP) de programas en modalidad escolarizada. El resultado de dicha evaluación fue un dictamen de No Aprobado, a continuación (ver tabla 5), se mencionan las observaciones y recomendaciones emitidas por dicho organismo, así como las diferentes estrategias seguidas para su atención. La evaluación consta de seis secciones, cada una de ellas se divide en criterios y se subdivide en indicadores, a los que se les otorga una evaluación, que determina si se cumple o no, y un juicio de valor, que consiste en una descripción breve de las consideraciones para emitir el dictamen de evaluación.

Tabla 5. Resultados de la Evaluación de la MEINT en el SNP del CONACyT (2020)

Sección	Criterio	Evaluación	Juicios de valor	Acciones correctivas
Contexto y responsabilidad social de la institución	Compromiso y responsabilidad social	Suficiente	[...] no se definen las acciones para lograr los objetivos. Se debió incluir la autoevaluación para que la revisión de la información se facilite.	Enlistar las acciones a realizar para el logro de los objetivos, así como actualizar la autoevaluación.
	Sistema interno de aseguramiento de la calidad (2 indicadores)	Suficiente	Falta especificar las actividades para lograr el cumplimiento de las políticas en los indicadores de LGAC y para llevar a cabo la innovación con la sociedad.	Se incluye en el documento curricular lo relacionado a la implementación del sistema interno de aseguramiento de la calidad, así como de las actividades específicas para lograr el cumplimiento de las políticas en los indicadores de LGAC y para llevar a cabo la innovación con la sociedad.
		No cumple	Falta claridad de cómo difunde el documento (sistema interno de aseguramiento de la calidad) y cada uno de los lineamientos en las diferentes áreas y el aseguramiento en el caso de egresados.	Se describe el proceso de difusión de la documentación correspondiente al sistema interno de aseguramiento de la calidad para toda la comunidad de la maestría, incluyendo egresados.

Estructura e infraestructura del programa	Plan de estudios	Suficiente	No describe la pertinencia social en el contexto local y estatal. No incluye acciones para la innovación social. Es necesario hacer énfasis en materias relacionadas con título de la Maestría, por ejemplo, Innovación Turística, Productos turísticos y no materias generales como Dirección Estratégica. Existe ambigüedad en cómo se realizará la transferencia del conocimiento a los sectores sociales.	Se actualizó el estudio de pertinencia en el año 2022. Se incluyen materias como Emprendimiento e Innovación e Innovación de Productos Turísticos. Se incluye una asignatura denominada Taller de vinculación en la que cada estudiante establecerá una intervención en organizaciones turísticas de manera que sea más efectiva la transferencia de conocimiento a la sociedad.
		Suficiente	Es necesario que refuercen el estado del arte. No se observa literatura reciente. Parece que el estudio de pertinencia no es reciente porque las estadísticas que incluye no son recientes.	Se actualizó el estudio de pertinencia del posgrado en el año 2022.
		No cumple	Es necesario reorientar la producción de los integrantes del núcleo académico para reforzar el estado del arte en innovación y emprendimiento e incluir a estudiantes.	Se incluyó la innovación del turismo en las LGAC del CA y se han realizado publicaciones relacionadas a la misma.

	Núcleo académico	No cumple	Del total de los docentes solo dos cuentan con SNI, no cumplen criterio del 30% del NAB. No hay evidencia de pertenecer a redes de colaboración.	Cuatro docentes están adheridos a la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT), tres docentes pertenecen al SNII. Participan en la Red de Cuerpos Académicos en Turismo del Occidente de México y la Red Internacional de Investigadores en Turismo y Desarrollo Sustentable.
		Suficiente	Es muy importante que integren las investigaciones para que se observe el trabajo como núcleo básico. No se observa con claridad publicaciones que muestren temática directa con la maestría.	Se han desarrollado proyectos de investigación vinculados a la temática de la maestría y en los que participan casi la totalidad de docentes del NA.
	Líneas de Generación y/o Aplicación del Conocimiento	Cumple	Definir la LGAC que permita al estudiante establecer su dirección de investigación.	Se agrega la definición detallada de la LGAC.
		Suficiente	No hay información de los estudiante y proyectos de tesis, para identificar la contribución de éstos a problemas prioritarios de la sociedad. Es necesario que los integrantes del NAB orienten sus LGAC a los ejes principales de la Maestría, innovación en el turismo y emprendimiento del turismo.	Los proyectos de tesis del estudiantado se han registrado en una plataforma institucional que permite dar seguimiento tanto al avance como a las personas que dirigen los proyectos de titulación, así como a quienes son lectores de los mismos proyectos.

	Infraestructura del programa	Bajo	No se puede observar en los medios de verificación el detalle de los espacios para estudiantes y docentes al momento de la operación del programa. No se observan los espacios adecuados para facilitar el acceso a personas con discapacidad.	Se ha levantado evidencia fotográfica de cada uno de los espacios a utilizar durante el desarrollo del programa
		Cumple	Es importante que amplíen las suscripciones a revistas especializadas en innovación del turismo.	Se gestionará la suscripción a revistas especializadas
Proceso académico del programa	Proceso de admisión	Excelente	Aclarar cómo aseguran que los trabajos de investigación del estudiantado aporten al bienestar social, la sustentabilidad y al desarrollo científico.	A partir del seguimiento a través del SISETEP y la visita a las organizaciones turísticas en las que se realizó el proyecto de intervención.
	Seguimiento de la trayectoria académica del estudiantado	Suficiente	No se presenta evidencia de cómo se aplicará o implementará en el programa. Es importante conocer cómo asignar las tutorías o asesorías y cómo se dará seguimiento.	Se incorpora el procedimiento para la implementación del programa de seguimiento de la trayectoria académica.
		No cumple	No se presenta evidencia del sistema de seguimiento a la trayectoria académica del estudiantado del programa. No hay relación de direcciones de tesis por profesor. No hay evidencia del registro del estudiantado.	Se realizó el registro en la plataforma SISETEP
	Proceso de formación	Suficiente	No muestra evidencia de la forma en que se articula en programa con los problemas relevantes del contexto.	En el “Taller de vinculación” se articula el PE con las necesidades del sector turístico en la región.

Pertinencia del programa de posgrado	Enfoque multidisciplinario de la investigación e innovación	Suficiente	Es recomendable colaborar con los sectores de la sociedad y participar e incidir en la solución de problemáticas específicas e incluir los elementos de la sustentabilidad e innovación social.	Se establecen convenios con organismos empresariales, gubernamentales y de la iniciativa privada. Además, se incluye la materia correspondiente a la sostenibilidad en la actividad turística.
	Vinculación con los sectores de la sociedad	Bajo	No se describe cómo se llevará a cabo la vinculación, falta definir la continuidad. No incluye los mecanismos que logren la retribución social para la pertinencia social. No incluye a todos los sectores que son parte de la cadena del servicio turístico.	Se incluye en el PE la descripción de las actividades a realizar en los diferentes convenios de colaboración vigentes y se buscará la colaboración de la Facultad con organizaciones turísticas de todos los sectores de la cadena del servicio turístico.
Relevancia de los resultados del programa	Redes de egresados	Suficiente	La evidencia es institucional, pero es importante considerar las particularidades del modelo del posgrado. Es importante el soporte institucional, pero es necesaria la definición de las acciones en particular para concretar redes de colaboración, para conocer con quiénes, para qué y qué objetivos perseguirán.	Se definen las particularidades del sistema de seguimiento de egresados del programa de posgrado.
	Capacidades en investigación e innovación	Suficiente	No incluyen actividades que permitan observar la forma de transferencia de los resultados a la sociedad, medios de difusión de los resultados ni acciones que permitan mostrar la relación de los resultados de los proyectos de investigación con el sector.	Se organizan coloquios en los que se presentan los resultados de las investigaciones del estudiantado en las que participan empresarios, funcionarios y asociaciones profesionales.

	Productividad en investigación e innovación	Suficiente	No se observan resultados de la aplicación del conocimiento. No menciona las acciones para llevar los resultados a los sectores de la sociedad. No cuentan con patentes, licencias, diseños o modelo de utilidad que de evidencia de innovación. No se observan proyectos de innovación social.	Se incluirá en los programas de acción el participar de proyectos de investigación con financiamiento que permita visualizar de mejor manera la aplicación del conocimiento científico en turismo para la atención a problemas sociales a través de proyectos de innovación social.
		Cumple	Es importante que las publicaciones no se concentren en publicaciones de la editorial de la Universidad de Colima. Necesario que los temas de investigación se relacionen con los ejes de la maestría (innovación y emprendimiento).	Ya se han realizado publicaciones referentes a la línea de investigación y están en proceso otras en revistas no vinculadas a la editorial de la Universidad de Colima.

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de evaluación de SNP

Los resultados de la evaluación externa dan cuenta de un desempeño mixto en diferentes áreas del programa. En cuanto al compromiso y responsabilidad social de la institución, se observa que, si bien se mencionan los indicadores en la carta compromiso, no se brinda una descripción clara de las estrategias y acciones para cumplir con los compromisos establecidos. Esto indica la necesidad de desarrollar y comunicar de manera más efectiva las estrategias a implementar y las acciones específicas para alcanzar los objetivos planteados.

Con relación al sistema interno de aseguramiento de la calidad, se destaca la falta de especificación de las actividades necesarias para cumplir con las políticas en los indicadores de LGAC y para llevar a cabo la innovación con la sociedad. Asimismo, se requiere mayor claridad en la difusión del documento y los lineamientos en las diferentes áreas, incluyendo el aseguramiento para los egresados (as). Estas deficiencias resaltan la importancia de establecer y comunicar de manera precisa las actividades y procesos necesarios para garantizar la calidad del programa.

En cuanto a la estructura e infraestructura del programa, se identifican diversas áreas de mejora. Es necesario fortalecer la pertinencia social del programa en el contexto local y estatal, incluyendo acciones específicas para la innovación social y la transferencia efectiva de conocimiento a los sectores sociales. Además, se requiere reforzar el estado del arte mediante la inclusión de literatura reciente y realizar un estudio de pertinencia actualizado. Asimismo, se recomienda ajustar el plan de estudios para enfocarse en materias relacionadas directamente con la temática de la maestría y mejorar la producción científica en el área de innovación y emprendimiento.

Estos resultados dieron pie a la implementación de acciones correctivas en diferentes aspectos del programa, tales como la clarificación y comunicación de estrategias, el fortalecimiento del cuerpo académico, la mejora en la pertinencia, la actualización del plan de estudios, así como el establecimiento de sistemas de seguimiento y evaluación adecuados. Estas acciones correctivas contribuirán a mejorar tanto la calidad como el cumplimiento de los criterios evaluados, fortaleciendo así el programa en términos de compromiso social, calidad académica y estructura adecuada. Estas medidas deben conservarse en el quehacer cotidiano del nuevo programa de posgrado con el objetivo final de realizarle la evaluación externa de nueva cuenta y lograr pertenecer al SNP del CONAHCyT

1.1.3 Contextualización

Las características de la oferta y demanda turística han presentado cambios radicales y significativos desde 2020, debido a la necesidad de recuperarse de los estragos de la pandemia por COVID- 19. Las medidas de confinamiento, restricciones de viaje y preocupaciones de

salud originaron la mayor caída en la historia de los flujos de turistas a nivel mundial por lo que resulta obligatoria la reevaluación de las prácticas y modelos comerciales existentes para fines de innovación en el sector.

La crisis sanitaria aceleró la adopción de tecnologías digitales en el sector turístico (desde plataformas de reservas en línea hasta soluciones de gestión de destinos) con el afán de adaptarse a las nuevas necesidades de los turistas en un entorno de distanciamiento social y seguridad sanitaria. Además, ha resaltado la importancia de la sostenibilidad y la resiliencia en la planificación y gestión del turismo, así como la necesidad de colaboración entre las diversas instancias del sector para la recuperación de este.

1.1.3.1 Socioprofesional

Para poder evaluar la pertinencia social de un programa de posgrado, es necesario primero conocer cuáles son las políticas públicas que limitan o fortalecen las oportunidades en el campo laboral. Otro aspecto indispensable es identificar las partes interesadas que, en distinto nivel, intervienen en la formación de capital humano para conocer su comportamiento, sus necesidades, y, por lo tanto, evaluar así la pertinencia de ofertar un programa de posgrado para el sector que satisfaga a todos los involucrados en la actividad turística. Para esto, se identificaron los siguientes grupos como *stakeholders* o las partes interesadas en la formación de capital humano a nivel posgrado para el turismo: empleados (as) y empleadores (as) de la planta turística y gastronómica, egresados (as) o estudiantes de los últimos semestres de carreras afines al turismo y la gastronomía, así como documentos normativos y políticas públicas vigentes en materia de turismo. Finalmente, el comité curricular ha considerado la consulta a expertos como un factor definitivo para la identificación de las necesidades del propio sector y para conocer el mejor abordaje de la disciplina.

1.1.3.1.1 Características actuales del contexto y repercusiones en el campo profesional

Desde sus orígenes, en la década de 1920, el turismo en México (Moreno y Enseñat, 2021) ha evolucionado de manera positiva, su crecimiento ha sido superior al de otras actividades económicas y en la actualidad se mantiene como uno de los sectores económicos preponderantes. Las políticas públicas impulsadas por los diversos gobiernos de turno han capitalizado la importancia del turismo, bajo la premisa de que con esta actividad se crean fuentes de empleo, disminuyen los niveles de pobreza y se generan divisas (Hernández-González et al. 2020), con lo que realiza una contribución fundamental a millones de familias mexicanas, al tiempo que realiza aportaciones trascendentales para los equilibrios

macroeconómicos que requiere el país (Secretaría de Turismo, 2020).

México ha desempeñado un papel prominente en el turismo a nivel mundial, y en el periodo 2012-2020 se ha mantenido entre los diez destinos turísticos más visitados a nivel mundial. Este posicionamiento de nuestro país se debe a que posee un territorio con una gran diversidad cultural y natural, que permite que el turismo se desarrolle a lo largo y ancho del país, lo que lo hace único entre las naciones (Secretaría de Turismo, 2020b).

El aprovechamiento de su riqueza natural y cultural ha permitido a México un modelo de desarrollo turístico que se ha beneficiado, principalmente, de la inversión pública, que se ha enfocado, durante las últimas cinco décadas, en el desarrollo del turismo de sol y playa, a través de complejos costeros que apuestan por el turismo masivo (Coll-Hurtado, 2016; OCDE, 2017).

A fines del siglo XX y en los albores del siglo XXI, la oferta turística en México se ha diversificado. Con el lanzamiento de programas como el de Tesoros Coloniales, Mundo Maya, y Pueblos Mágicos de México, se canalizaron recursos a estados y municipios que permitieron el énfasis en segmentos de mercado acordes con la vocación turística de las regiones (Secretaría de Turismo, 2014).

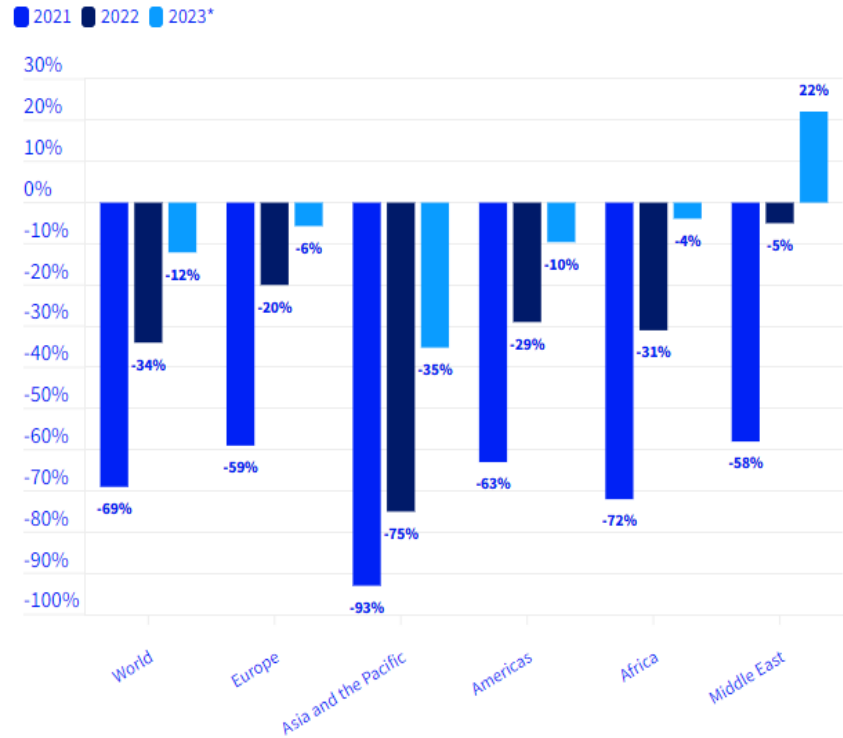
El desarrollo y crecimiento de la economía de servicios en México fortaleció la demanda de la fuerza laboral y la necesidad de contar con capital humano con conocimientos, capacidades y habilidades para atender los diversos puestos de trabajo y proporcionar soluciones a las diversas necesidades de la cadena de valor del turismo (UNWTO, 2020b). Este hecho da origen a la creación de opciones de educación en el campo del turismo, hotelería y gastronomía, especialmente en el nivel superior. De tal manera, que la demanda y oferta de estudios universitarios, basados en diferentes paradigmas pedagógicos y del turismo, ha crecido casi a la par del propio sector.

1.1.3.1.2 El impacto de la pandemia del COVID-19

En el análisis del contexto actual del sector turismo, no se puede excluir el impacto del COVID-19. El turismo, a nivel global, fue especialmente susceptible a las medidas impuestas para contrarrestar la pandemia del COVID-19, debido, principalmente, a las restricciones en la movilidad y al distanciamiento social (Gössling et al., 2020). De esa manera, el turismo mundial, y en México en particular, experimentó un fuerte impacto económico y social. Al igual que en otros sectores económicos, en el turismo se habla de un antes, un durante y un después -que no acaba de llegar- del COVID 19.

El impacto de la pandemia en el turismo mexicano, y en todo el mundo, ha sido calificado como devastador. A nivel global, se reportaron 67 millones menos de llegadas internacionales, y 80 mil millones de dólares perdidos en exportaciones, con relación al 2019 (UNWTO, 2020c). En el caso de México, se calculó una pérdida de más de 1.6 billones de pesos en el consumo turístico durante el 2020 (CNET y CICOTUR, 2020), tras el cierre, entre otros, de los servicios de alojamiento, de restaurantes, bares y centros nocturnos (INEGI, 2021). Además de los impactos económicos, la pandemia acarrió otro conjunto de cambios globales, políticos, sociales, culturales y ambientales que afectaron el turismo (Gössling et al. 2020).

Figura 2. Llegadas de turistas internacionales (% de variación respecto a 2019)



Source: UN Tourism | World Tourism Organization © • % change over 2019 | *Preliminary figures

Fuente: Tomado de UNWTO (2024)

Como se observa en la figura 2, el turismo a nivel internacional se ha logrado recuperar de manera considerable respecto a los niveles que se habían registrado en el 2019 justo antes de las medidas de confinamiento por la pandemia. Específicamente, Oriente Medio es la única región que superó los niveles registrados antes de la pandemia, ya que las llegadas superaron un 22% los niveles alcanzados en 2019. Por su parte, Europa alcanzó el 94% de los niveles logrados en 2019, apoyada por la demanda intrarregional. África recuperó el 96% de los visitantes anteriores a la pandemia, y las Américas el 90%. La región con la recuperación más lenta es Asia y el Pacífico

que alcanzaron el 65% de los niveles registrados antes de la pandemia.

Zurab Pololikshvili, Secretario General de la OMT (2024), expresa que:

Los últimos datos de la OMT ponen de relieve la resiliencia y la rápida recuperación del turismo, y todo apunta a que a finales de 2024 se conseguirán las cifras registradas antes de la pandemia. La recuperación ya está teniendo un fuerte impacto en las economías, los empleos, el crecimiento y las oportunidades para las comunidades en todo el mundo. Estas cifras recuerdan asimismo la tarea fundamental de fomentar la sostenibilidad y la inclusión en el desarrollo turístico (párrafo 6).

En ese sentido, el organismo internacional en mención, sostiene que para 2024 el turismo internacional se recupera por completo de las afectaciones de la pandemia e incluso la mayoría de regiones presentan crecimientos del número de visitantes respecto a los niveles del 2019. Además de la recuperación en el rubro del turismo internacional, los resultados de la encuesta sobre el Índice de Confianza en el Turismo de la OMT son alentadores, pues el 67% de los profesionales del turismo indican unas perspectivas mejores o mucho mejores para 2024 en comparación con 2023, mientras que solo el 6% creen que los resultados del turismo serán peores en 2024 que el año pasado.

Las decisiones de viaje de las personas tendrán influencia del afán de sacar el máximo partido al dinero invertido, por lo que viajarán a destinos más cercanos. Las prácticas sostenibles y la adaptabilidad también tendrán un papel creciente en las decisiones de los turistas.

Por otro lado, el déficit de personal calificado continúa siendo un tema crítico, ya que las empresas turísticas se enfrentan a la escasez de trabajadores para responder a la gran demanda.

Tales efectos se han visto reflejados en la participación del turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) (Tabla 6). El PIB turístico reportó, en 2020, primer año de la pandemia, una participación en la economía nacional de 6.9%, lo que contrasta con el 8.5% en el 2022. En el año 2021, tras la llegada de la vacuna y la disminución de las restricciones sanitarias, se empezó a experimentar una recuperación paulatina del turismo, y la aportación del turismo al PIB nacional alcanzó 7.6% (INEGI, 2023).

Tabla 6. Contribución del turismo al PIB total nacional

Año	% del PIB
2019	8.4
2020	6.9
2021	7.6
2022	8.5

Fuente: Elaboración propia a partir de Cuenta Satélite del Turismo de México (INEGI, 2023)

Desde la OMT (2016), el escenario mundial reta a la búsqueda de una formación más especializada para coadyuvar con el fortalecimiento del entorno y sector económico correspondiente de todas las naciones, sumándole a los estragos que ocasionó la contingencia sanitaria por COVID-19.

El hecho de moverse, conocer, explorar, apoyar al crecimiento y desarrollo económico a partir de la actividad turística en el planeta, tanto en el plano internacional como nacional, estimando que desde el año 2015, realizaron viajes internacionales 1,185 millones de personas, alrededor de 6,500 millones de viajeros se desplazaron al interior de sus propios países, por lo que, la oferta debió haber sido la suficiente para satisfacer la necesidad de esos usuarios, destacando la importancia de formar cuadros de profesionales que buscaban a través del emprendimiento o innovación mejorar esa oferta para atraer a un mayor porcentaje de turistas.

El escenario postpandemia refleja una realidad muy distinta desde el análisis hecho por la OMT (2021), donde menciona que el turismo cae 83%, aunque la confianza mejora lentamente:

Las llegadas de turistas internacionales en el primer trimestre de 2021 han sido 83% inferiores, al haberse mantenido de forma generalizada las restricciones a los viajes. No obstante, el Índice de Confianza de la OMT da señales de un lento repunte de confianza.

Entre enero y marzo de 2021, los destinos del mundo recibieron 180 millones menos de llegadas de turistas internacionales en comparación con el primer trimestre del pasado año. Asia y el Pacífico, siguieron mostrando los niveles más bajos de actividad, con una caída del

94% de las llegadas internacionales durante el trimestre. Europa, registró la segunda mayor caída (-83%), seguida de África (-81%), Oriente Medio (-78%) y las Américas (-71%). Cifras que dan continuación a un descenso del 73% de las llegadas de turistas internacionales en el mundo en 2020, el peor año que ha registrado el sector (OMT, junio 2021).

La última encuesta del grupo de expertos en turismo de la OMT menciona que, la situación mejora ligeramente las expectativas para el periodo mayo-agosto; aunque en general, el 60% cree que el repunte del turismo internacional no llegará hasta 2022, frente al 50% de la encuesta de enero de 2021 (OMT, junio 2021). Además, el Barómetro del Turismo Mundial de la OMT también muestra el coste económico de la pandemia. Los ingresos del turismo internacional en 2020 se redujeron un 64% en términos reales (monedas locales, precios constantes), lo que equivale a una caída de más de 900.00 millones de dólares de los EE.UU., recortando el valor global de las exportaciones mundiales en más de un 4% en 2020. La pérdida total de ingresos por exportaciones del turismo internacional (incluido el transporte de pasajeros) asciende a casi 1,1 billones de dólares. Asia y el Pacífico (-70% en términos reales) y Oriente Medio (-69%) registraron las mayores caídas de ingresos (OMT, junio 2021).

La misión de la OMT con respecto a la formación de profesionales menciona que, “es el ejercicio de liderazgo para la consecución de calidad en educación y formación turísticas, respondiendo a las necesidades de los futuros profesionales, de las personas empleadoras en la industria turística y de los Estados miembros”. Es importante tener presente que este compromiso de formación debe contemplar a todos los niveles organizacionales: operativos, mandos medios y alta dirección.

Aunado a ello, vale la pena analizar reportes que pudieran afectar al Sector Turismo; como el último reporte del ranking de Competitividad Mundial de la IMD Business School, en dónde se menciona que México para la edición 2023 bajó al sitio 56 desde el 55, entre un total de 64 economías analizadas, debido a factores sobre la eficiencia en la legislación para los negocios, educación e infraestructura tecnológica.

Sin duda alguna, el sector se ve afectado por el resto de entornos económicos que, en su mayoría, son percepciones del mundo hacia México, desde sus distintos niveles de gobierno. La necesidad de consolidar programas formativos que permitan incentivar al Turismo, donde la creatividad, innovación y emprendimiento permitan transformar la realidad social, pues sabemos que un alto porcentaje de ingresos al país, lo abona este entorno.

1.1.3.2 El turismo en los planes de desarrollo y en los planes sectoriales

La OMT forma parte de la Organización de las Naciones Unidas y es el principal organismo internacional en campo del turismo, su objetivo es promover un turismo responsable, sostenible e inclusivo, con apego a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y al Código de Ética Mundial para el Turismo. Este órgano está compuesto por 160 estados miembros, seis miembros asociados y más de 500 miembros afiliados, de manera que la información, las políticas e instrumentos que divulga tienen un alcance global (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, 2022).

Debido a la contingencia sanitaria por COVID-19, organismos internacionales como la OMT (Zepeda et al., 2020) emitieron diversos comunicados, recomendaciones y políticas que afectan de manera directa la movilidad a nivel internacional incorporando cambios en las formas de viajar.

En 2017, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) presentó el documento titulado Estudio de la Política Turística de México, cuyo objetivo es “...mejorar el desempeño turístico, la competitividad y la innovación; mejorar el conocimiento sobre el diseño y la evaluación de la política turística; difundir aprendizajes basados en evidencia y buenas prácticas, y fortalecer la coherencia y vinculación de las políticas” (2017). En este documento, la OCDE hace un análisis de la política, programas y planes de turismo que se diseñan en México y examina la estructura, el contexto y otros factores que afectan el funcionamiento del sector Turismo en México, con la cooperación de las autoridades mexicanas. En él, se emiten una serie de recomendaciones que se resumen en:

- Fortalecer la gobernanza del turismo mediante un enfoque de política más estratégico e integrado;
- Fortalecer la conectividad aérea desde mercados emisores con alto potencial para apoyar la diversificación de mercados;
- Desarrollar un sistema de transporte más integrado que facilite la movilidad del turista en el interior del país;
- Adaptar el modelo de desarrollo turístico para responder a las tendencias del mercado;
- Distribuir de mejor manera los beneficios del turismo y promover un crecimiento incluyente;
- Diversificación de producto y desarrollo de los destinos, así como enfocar recursos de financiamiento a proyectos turísticos innovadores con alto potencial, incluyendo empresas pequeñas y microempresas (OCDE, 2017, p. 3).

En el segundo semestre de 2019 se publicó el Programa Nacional de Desarrollo 2019-2024 (Gobierno de México, 2019), donde el turismo queda referido únicamente en el apartado de Proyectos regionales con la inversión en infraestructura para la implementación del recorrido del Tren Maya que pretende impulsar el desarrollo sostenible y el ordenamiento territorial en la Península de Yucatán. También se aborda el turismo en la inversión para la construcción del Aeropuerto Internacional “Felipe Ángeles” en Santa Lucía.

Contrario a lo proyectado en el documento de la OCDE, el Plan Sectorial de Turismo 2020-2024 (Secretaría de Turismo, 2020), propone que el turismo se consolide como un sector fundamental en la economía del país y el principal promotor del crecimiento. De igual manera, se busca posicionar a México como potencia turística competitiva, de vanguardia y pilar de desarrollo equitativo, justo y equilibrado entre comunidades y regiones del país. El Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 del gobierno federal (Secretaría de Turismo, 2020) establece cuatro objetivos prioritarios, encaminados a alcanzar la nueva visión del turismo en México:

1. Garantizar el enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país,
2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México,
3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional
4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

En el caso del estado de Colima, el turismo se considera una actividad con gran potencial económico, que contribuye al progreso socioeconómico del estado, además de impulsar significativamente la mejora en la calidad de vida de los colimenses, generando empleos directos e indirectos y estimulando la inversión en infraestructura, servicios y alimentos. En ese sentido, los planes estatales de desarrollo para el estado de Colima, ubican al turismo como una de las líneas de política más relevantes en los últimos años (Gobierno del estado de Colima, 2016; Gobierno del estado de Colima, 2021), aunque también reconoce que no se ha logrado consolidar su posición en el turismo nacional, debido en gran medida a la primacía que se ha otorgado al puerto (Gobierno del estado de Colima, 2016).

El turismo en Colima emplea aproximadamente a 34 mil personas, aporta el 3.07% del PIB estatal y genera una derrama económica de más de 3 mil millones de pesos anuales en el estado. Esto se hace a través de 1,167 prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT), de los cuales 290 son empresas de hospedaje de diferentes categorías, con 8 mil 664 habitaciones (Gobierno del estado de Colima, 2021). En el Plan estatal de Desarrollo del estado de Colima 2021-2027, se plantean nueve programas para el impulso del turismo en Colima (Gobierno del estado de Colima, 2021):

1. Programa Integral de Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos,
2. Programa “Promovamos a Colima”,
3. Programa Integral de Desarrollo de Infraestructura Turística,
4. Programa de Calidad Moderniza,
5. Programa Sello Estatal del Manejo Higiénico de los Alimentos,
6. Programa Capacitación por Competencia,
7. Programa de Cultura Turística Infantil,
8. Programa Acreditación Guías de Turistas, y
9. Programa de Capacitación para Prestadores Turísticos Costeros

De estos programas, el primero se vincula directamente con el enfoque de formación profesional que persigue la propuesta curricular de posgrado de la Facultad de Turismo.

1.1.3.3 Cambios y tendencias en el turismo

De acuerdo con el Barómetro Turístico Mundial (OMT, 2022) factores como el aumento en la tasa de vacunación, disminución de las restricciones de viajes y la apropiación de protocolos de salubridad ha propiciado que el turismo internacional haya tenido un repunte en su demanda. Derivado de las mismas medidas de salubridad impuestas en la pandemia del COVID-19, el turismo se ha replanteado de acuerdo a las necesidades y expectativas de los viajeros que buscan opciones sustentables, inclusivas y que brinden un entorno seguro. Respecto a las tendencias de viaje, el comportamiento de consumo de los turistas se orienta a los siguientes tipos:

- Turismo local o doméstico. Este tipo de turismo será uno de los principales impulsores del turismo en el periodo post pandemia, el cual apuesta por los viajes cerca de casa, mismos que son favorables a destinos cercanos a los mercados emisores gracias a las condiciones generadas por las vacaciones cortas, días de asueto o de fines de semana.
- Turismo de naturaleza. Dentro de las tendencias, este tipo de turismo atiende la búsqueda de actividades en contacto con la naturaleza y la cultura que le generen una experiencia significativa, además del factor principal que es alejarse de las zonas urbanas y llenas de multitudes. En las prioridades de desarrollo del país, el turismo de naturaleza va a ser un segmento prioritario para beneficiar a las comunidades y destinos turísticos emergentes.
- Turismo y economía colaborativa. La economía colaborativa es un modelo económico basado en el intercambio de activos subutilizados, desde espacios hasta habilidades y artículos (Mondal y Samaddar, 2021). Las diversas formas de economía colaborativa relacionada con el turismo, como

la vivienda y el transporte compartido, posibilitadas por las tecnologías digitales, se ha presentado como una opción con múltiples beneficios económicos (Laukkanen y Tura, 2020). Ante ello, un número creciente de residentes propietarios están aprovechando las altas demandas de hospedaje en algunos centros turísticos y el fácil acceso a las plataformas en línea.

- Turismo de lujo y ultra lujo. El diseño de experiencias exclusivas y personales son elementos clave en la oferta de esta tendencia, los principales destinos que se destacan en México son Los Cabos, Cancún y Puerto Vallarta. En el periodo de la post pandemia la percepción de valor tiene relación con los estándares de limpieza e higiene, así como los protocolos que impactan en la entrega del servicio.
- Turismo de bienestar. La tendencia del estilo de vida pleno implica la búsqueda de destinos con riqueza natural y cultural que ofrecen experiencias de bienestar, destinos como pueblos mágicos o de playa están posicionándose entre los turistas.
- Turismo de nómadas digitales. Otro de los efectos post pandemia que derivó a esta tendencia, fue la apertura de nuevos esquemas de trabajo vía remota por lo que existe la facilidad de viajar a destinos por ciertas temporadas que permitan realizar actividades turísticas y a su vez cumplir con las obligaciones laborales (MBO Partners, 2020).
- Lealtad del viajero. Esta tendencia se basa en la preferencia del turista una vez que cumple con las medidas de seguridad e higiene y la generación de programas de lealtad que le ofrezcan al viajero las garantías requeridas para una estancia de confianza.

Sin embargo, aún existe evidencia de que hay un sector de la población que desea recuperar los hábitos tradicionales del turismo masivo (Molinar et al, 2020), por ejemplo, los datos de ocupación de destinos turísticos como Cancún y la Riviera Maya muestran que los turistas de sol y playa han regresado en masa (Datatur, 2022).

1.1.4 Diagnósticos regional y nacional

El análisis del panorama del sector turístico es fundamental para comprender las dinámicas, desafíos y oportunidades existentes en un contexto específico. Se requieren examinar las necesidades sociales que puede atender el programa de posgrado, la oferta de programas de la misma área, las políticas públicas vigentes y el impacto socioeconómico que genera en la región. Asimismo, a nivel nacional, es esencial considerar la contribución del turismo al producto interno bruto (PIB), la legislación vigente y lo concerniente a las tendencias del sector. Este análisis proporciona una base sólida para diseñar la propuesta de posgrado contemplando los contenidos y las estrategias educativas de vanguardia.

El diseño curricular de la Maestría en Turismo contempla la adaptación de sus contenidos y proyectos académicos a las realidades locales y regionales, de manera que el proceso formativo sea pertinente y responda a las dinámicas específicas del sector turístico en la zona. Para ello, las asignaturas incorporarán estudios de caso, análisis de datos y prácticas de campo basados en la oferta turística local, considerando sus tipologías, segmentos de mercado, recursos patrimoniales y vocaciones productivas. Este enfoque permite que el aprendizaje se vincule de manera directa con las oportunidades y desafíos que enfrentan los destinos de la región.

Asimismo, el programa integra de forma transversal la reflexión y el análisis crítico sobre las consecuencias socioambientales que genera la actividad turística en el contexto regional. Los proyectos de titulación fomentarán la identificación de problemáticas relacionadas con la sostenibilidad, la equidad social y la gobernanza turística. Es decir, se promoverá el desarrollo de propuestas innovadoras que contribuyan a minimizar los impactos negativos y potenciar los beneficios de la actividad turística para las comunidades receptoras.

La metodología formativa del programa favorece la vinculación estrecha con actores clave del ecosistema turístico regional, tales como prestadores de servicios, autoridades municipales y estatales, organizaciones comunitarias y organismos empresariales. Esta interacción permitirá al estudiantado adquirir competencias aplicadas, fortalecer redes de colaboración y generar proyectos que no solo representen un ejercicio académico, sino que también aporten soluciones viables para el desarrollo turístico sostenible de la región.

1.1.4.1 Necesidades sociales que pretende atender con el programa educativo

El programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo tiene como objetivo la capacitación integral de Profesionales para la innovación en los sectores social, gubernamental y productivo. Este enfoque se logra mediante la investigación y el desarrollo de habilidades que culminan en la creación de proyectos con la intención de contribuir al desarrollo turístico sostenible a nivel regional y nacional, involucrando activamente al estudiantado en intervenciones en organizaciones del sector turístico.

La demanda actual en los sectores productivo y social requiere profesionales competentes con una sólida formación integral. Estas/os profesionales deben poseer características como la creatividad, ética, conciencia, así como conocimientos y habilidades específicas en el ámbito del turismo y la gastronomía, tanto a nivel regional, nacional e internacional. Esto les permitirá fortalecer su desarrollo profesional de manera efectiva, a través de un programa en línea capaz de alcanzar a una audiencia diversa y geográficamente dispersa.

Dentro del marco de la formación estudiantil, se fomenta la conciencia sobre la importancia de desarrollar proyectos interdisciplinarios alineados con los objetivos del desarrollo sostenible. Estos proyectos abordan la erradicación de la pobreza a través de actividades generadoras de empleo con un enfoque turístico, contribuyendo así al crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, así como al empleo pleno y productivo.

El programa también atiende a necesidades sociales relacionadas con la capacitación en la conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Esto se logra mediante la implementación de buenas prácticas en las actividades turísticas propuestas para los desarrollos turísticos.

Además, se promueve un enfoque integral hacia la formación del estudiantado, a través de actividades prácticas, se busca fortalecer habilidades interdisciplinarias como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el trabajo en equipo. Estas habilidades son esenciales para enfrentar los desafíos complejos que enfrenta la industria turística en la actualidad y para adaptarse a un entorno laboral en constante cambio.

Por otro lado, a través de un programa educativo Mixto en línea también se desarrollan habilidades digitales en el estudiantado útiles para un entorno profesional cada vez más digitalizado, permitiéndoles aprovechar al máximo las tecnologías emergentes en la gestión de organizaciones y destinos turísticos, marketing, análisis de datos y experiencia del cliente, mejorando así su competitividad y capacidad innovadora en el sector turístico.

El enfoque integral promueve una perspectiva ética y socialmente responsable en la planificación y ejecución de proyectos turísticos. La combinación de habilidades técnicas con un compromiso hacia la justicia social y la sostenibilidad refleja el compromiso del programa con la formación integral de profesionales capaces de enfrentar los desafíos actuales y futuros de la industria turística de manera ética, innovadora y con impacto positivo en la sociedad.

Finalmente, se aborda la promoción de sociedades justas, pacíficas e inclusivas como parte integral de los criterios que el estudiantado aplica en el desarrollo de proyectos turísticos. Estos proyectos tienen como objetivo contribuir de manera práctica a la sociedad a través de las actividades académicas implementadas.

1.1.4.2 Necesidades y requerimientos de los sectores externos a la institución

1.1.4.2.1 Profesionales

Como parte de la Estrategia Nacional del Turismo del Gobierno de México, se plantea la necesidad de la capacitación y profesionalización de trabajadores y prestadores de servicios turísticos, para

ello se requiere de la coordinación con las instituciones educativas, para que los planes y programas de estudio se adecúen y estén a la vanguardia conforme a las necesidades y tendencias del mercado. De esta manera, el programa de MEIT obedece a la necesidad de formación de recursos humanos con competencias de emprendimiento e innovación en las áreas del turismo que permitan su mejor desempeño profesional. Esto responde a la necesidad de profesionalización en el sector turístico, a través de una maestría en modalidad mixta en línea que pueda llegar a un amplio espectro de profesionales en todo el país, permitiendo su formación independientemente de su ubicación geográfica.

1.1.4.2.2 Productivos

Dentro del sector productivo, se requiere de la normalización y certificación de las empresas que prestan servicios turísticos a fin de asegurar la entrega de un servicio de calidad que permita generar una ventaja competitiva de los destinos turísticos. Es necesario el conocimiento de los criterios requeridos para cumplir con los estándares de los distintivos que atienden los sectores del turismo tales como el distintivo Moderniza, distintivo H, distintivo garantía de sustentabilidad, tesoros México, turismo incluyente y programas como pueblos mágicos y mundo maya (SECTUR, 2024).

Otro de los requerimientos del sector productivo es la identificación de la vocación turística a través del desarrollo de productos ancla y comercialización de servicios que contribuyan a la generación de una identidad turística que fomente el desarrollo sustentable.

El programa de maestría mixta en línea ofrece una solución a los desafíos mencionados pues proporciona a los profesionales del turismo el conocimiento actualizado necesario sobre los procesos de innovación y de mejora continua que coadyuven a la obtención de distintivos y certificaciones clave en el sector. La modalidad en línea permite a los profesionales del turismo acceder a la formación de nivel posgrado sin interrumpir su relación laboral lo que facilita la adopción y aplicación efectiva de mejores prácticas en las organizaciones turísticas.

1.1.4.2.3 Sociales

Uno de los enfoques del turismo a nivel nacional es la reactivación económica que genere empleos y fortalezca el mercado interno, a través de proyectos turísticos que contribuyan a la disminución de la marginación social de los habitantes de los destinos turísticos, a fin de generar condiciones de bienestar mediante el aprovechamiento del patrimonio turístico nacional.

En este tenor, el programa de la MEIT se alinea a tres de los Programas Nacionales Estratégicos (PRONACES) del antes CONAHCyT:

- A. Programa Nacional Estratégico de Cultura cuyo objetivo es “propiciar el reconocimiento de las memorias, saberes, tecnologías, expresiones y prácticas, generadas desde la diversidad cultural y biocultural que nos define como país, para, con ello, entender los problemas nacionales y generar soluciones integrales, profundas y amplias que consideren la pluriculturalidad nacional”. Los proyectos, productos y experiencias turísticas se basan en gran medida en las expresiones culturales de un grupo social, por ende, el programa de posgrado procura aprovechar los saberes culturales para el desarrollo de innovaciones en los servicios turísticos de una región que le permitan mejorar las condiciones de vida de las comunidades receptoras.
- B. El Programa Nacional Estratégico de Soberanía Alimentaria el cual busca encontrar soluciones a algunos de los problemas derivados del sistema agroalimentario mediante proyectos estructurados con perspectiva multi y transdisciplinaria en torno a demandas y problemáticas bien identificadas, este Programa permitirá crear las condiciones para generar alimentos saludables y culturalmente apropiados, al tiempo que propiciar o fortalecer circuitos territoriales de producción-procesamiento-intercambio-distribución-consumo más justos.
- C. El Programa Nacional Estratégico en Sistemas Socioecológicos y Sustentabilidad (Pronace-SSyS) tiene como objetivo impulsar la coproducción de conocimiento a nivel técnico-científico, institucional y comunicativo para llevar a cabo acciones de conservación, restauración, uso y aprovechamiento de los ecosistemas, de los recursos naturales y de la biodiversidad desde una perspectiva de sustentabilidad y de justicia social. Para ello, se adopta un enfoque socioecológico que permite explorar y entender sistemas complejos, dinámicos y evolutivos, integrados por una gama amplia de fenómenos biofísicos, socioeconómicos, políticos y culturales que se interrelacionan a diferentes escalas espaciales y temporales.

A través de proyectos que colaboren de manera transdisciplinaria para la cogeneración de alternativas de incidencia en la búsqueda de un desarrollo sustentable, se busca atender los problemas de salud ambiental, al igual que sus repercusiones en la salud humana y en la degradación de los sistemas vivos.

1.1.4.3 Necesidades del entorno social y productivo del estado o la región

De acuerdo con el Programa Sectorial de Turismo 2018-2024, a través de la conservación del patrimonio y el uso turístico se propiciará el mejoramiento del tejido social, para ello se requiere generar las condiciones que brinden garantías de acceso a la actividad turística a los distintos grupos sociales.

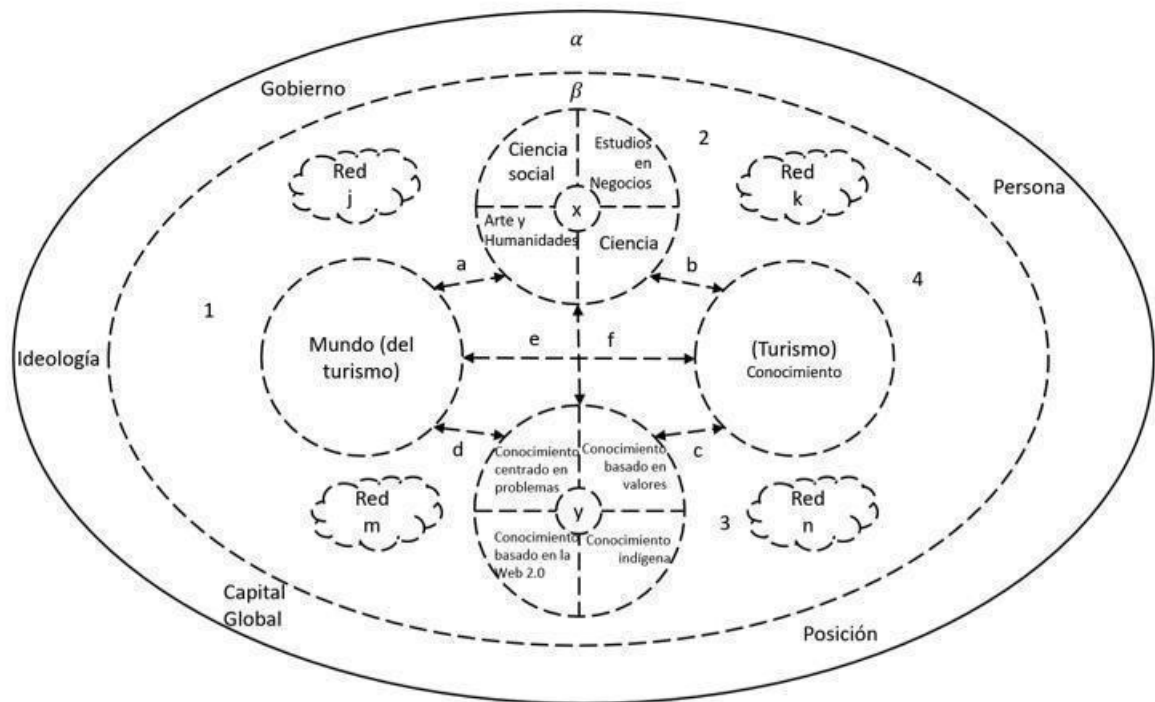
Para lograrlo, es necesario incentivar el desarrollo del turismo aprovechando los recursos naturales y culturales de las regiones de turismo emergentes, además del incremento de productos turísticos basados en alternativas sustentables distintas al turismo tradicional. Como necesidad identificada en el entorno productivo destaca el desarrollo de productos turísticos diferenciados que se enfoquen en rutas y circuitos especializados que detonen la economía de las comunidades locales.

1.1.5 Estado del arte del turismo

El turismo como fenómeno ha sido ampliamente estudiado a partir de los años sesenta del siglo pasado (Tribe, 1997). Las ópticas o perspectivas disciplinares desde las cuales se viene estudiando e investigando al turismo son heterogéneas, destacando áreas del conocimiento como la geografía, la antropología, la sociología, la psicología, la economía, la filosofía, el derecho, entre otras tantas (Tribe, 1997, 2004, 2009). Asimismo, algunas de estas disciplinas – aplicadas- se enfocan en la generación de políticas, así como en la planeación y el proceso de gestión, lo que se puede ejemplificar a través de la administración, la planeación, el marketing o la administración financiera (Veal, 2018).

No obstante, y aunque delimitar el alcance disciplinar del turismo transversalmente es una tarea compleja, también es factible llevarla a cabo. En este sentido, el ejercicio analítico de mayor relevancia lo realizaron Tribe y Liburd (2016), de esta obra emanan los siguientes dos esquemas (ver figuras 3 y 4):

Figura 3 Sistema de conocimiento turístico

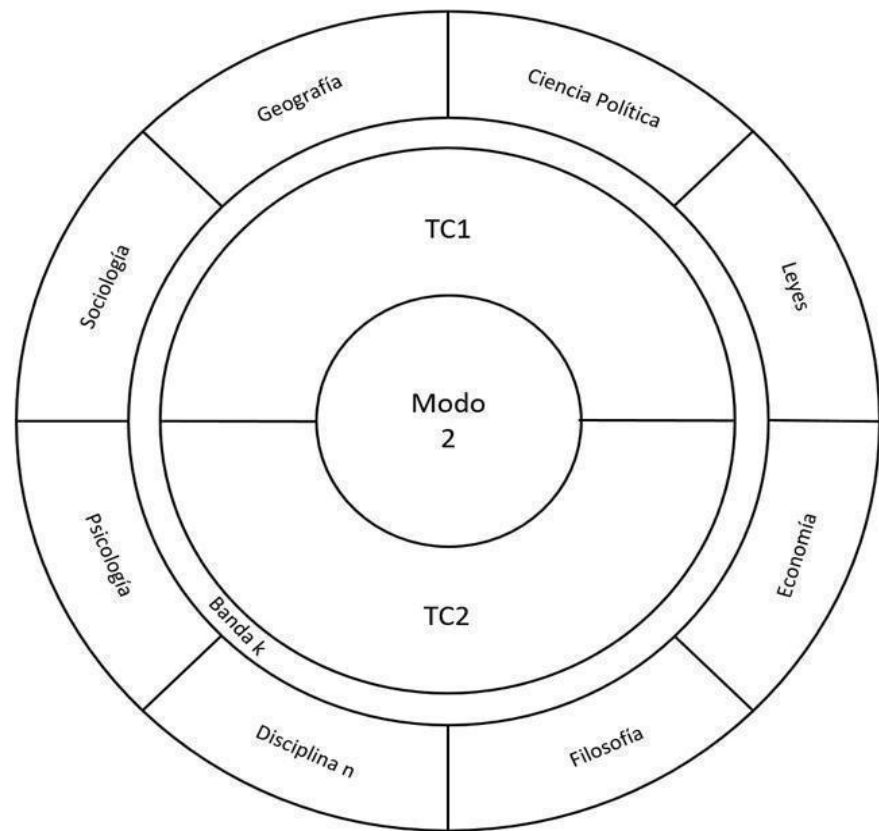


Fuente: (Tribe y Liburd, 2016, pág. 46).

La figura 3 representa el conocimiento del sistema turístico, en ella aparecen las diversas relaciones dinámicas donde sus componentes interactúan de manera compleja. El sistema en su totalidad arroja algunos de los elementos que pueden visualizarse como un absoluto coherente en relación con la epistemología y ontología del turismo, mapeando de esta manera las relaciones entre sus partes. Como todo sistema, requiere de insumos (círculo 1) y productos (círculo 4), procesos (círculos 2 y 3), límites (óvalo interno β), factores ambientales (valor externo α) y ciclos de retroalimentación (ej. línea e) (Tribe y Liburd, 2016).

El enfoque disciplinar desempeña un rol fundamental para entender el ámbito de competencia de quienes se forman y emplean profesionalmente en el sector turismo, estos espacios o campos del conocimiento que funcionan como receptáculos de instrucción especializada, son caracterizados de manera gráfica en la figura 4.

Figura 4 La creación del conocimiento turístico



Fuente: (Tribe y Liburd, 2016, pág. 47).

Nota.- La creación del conocimiento turístico. Círculo externo = disciplinas y subdisciplinas; círculo medio = campos de turismo; círculo interno = mundo del turismo. TC1 = interdisciplinariedad empresarial; TC2 = turismo no relacionado con los negocios.

La figura 4 brinda una perspectiva esclarecedora de los dos campos mejor identificados del conocimiento pragmático del turismo, a estos campos de turismo los autores les otorgan los acrónimos TC1 y TC2. Donde TC1 abarca todas aquellas relaciones interdisciplinarias que involucran al sector empresarial, mientras que, por otro lado, a TC2 se le asigna cualquier conocimiento aplicado a lo no concerniente con los negocios. Esta distinción es indispensable para comprender la visión formativa del profesional en turismo –pregrado y posgrado-, mientras que quienes se formen en el primer campo, se desempeñarán en el espectro empresarial, y quienes lo hagan en el segundo campo buscarán resolver problemáticas de índole social.

1.1.5.1 El turismo en el Siglo XXI

En general, el turismo fue una actividad practicada por las clases aristócratas y adineradas hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. La masificación del turismo ocurrida durante la segunda mitad del siglo XX obedece a un conjunto de factores, entre los que pueden mencionarse la explosión económica y demográfica ocurridas al final del conflicto bélico, a la par con la disposición de tiempo libre y la invención del avión a reacción, que facilitó los viajes de largo alcance; a partir de entonces, la importancia económica y social del turismo aumentó; en algunos países se llegó a establecer como un derecho. El estudio académico del turismo creció a la par con el incremento exponencial del fenómeno a nivel global.

Durante la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI se desarrollaron importantes ciudades turísticas que mostraron la capacidad de dinamizar regiones que permanecían marginadas, como Cancún y Los Cabos, en México, que atraeron importantes inversiones y corrientes migratorias a regiones desiertas, con población exigua. Casos similares representan Las Vegas, la ciudad que más crece en los Estados Unidos y Orlando, Florida, desarrollada alrededor del parque temático Disney; en el medio oriente, la ciudad de Dubai se convirtió en un emporio turístico de lujo gracias a cuantiosas inversiones provenientes de excedentes financieros de la industria petrolera.

El turismo como industria llamó la atención de los gobiernos por su capacidad para generar ingresos, empleos, impuestos y por su potencial para impulsar regiones estancadas, por lo que frecuentemente se le estudia desde un enfoque económico; de hecho, las divisas ingresadas por turismo son consideradas como exportaciones en la balanza de pagos internacionales de los países; aunque más bien se trata de un fenómeno multidimensional estudiado desde muy diversas disciplinas. Básicamente, el turismo se trata de personas desplazándose a lugares distintos de su lugar de residencia, realizando actividades diferentes a las cotidianas, y los impactos generados por sus actividades en el destino receptor.

La figura 5 busca ilustrar la gran diversidad de factores y actores que participan en el fenómeno turístico. En términos generales, el diagrama muestra que en el centro del turismo se encuentran los atractivos turísticos, motivo principal para que las personas se desplacen desde su lugar de residencia hacia el destino donde se ubican. Alrededor de la llegada de visitantes a la sede de los atractivos adquieren sentido todo el conjunto de actores económicos interesados, como los servicios de transporte, hospedaje, alimentación y comercio, entre otros. En un nivel superior, surgen actividades como la gestión de destinos turísticos, servicios de planeación, consultoría y asesoría e instituciones académicas y de investigación. Los flujos de visitantes influyen en la vida cotidiana de las comunidades receptoras con resultados positivos o negativos; se ven afectadas la población general, las

instituciones locales y la infraestructura de servicios de la localidad, que, si bien no se crearon para atender al turismo, sí se ven interesadas directa o indirectamente por la presencia de los visitantes.

Figura 5 Participantes en la industria turística



FUENTE: Elaboración propia

Al igual que ocurre con todas las actividades productivas, la actividad turística produce un conjunto de impactos ambientales, sociales y culturales a la par con sus beneficios económicos.

1.1.5.2 El estudio multidisciplinario del turismo

Una característica central de los estudios sobre turismo es su carácter multidisciplinario (Lundberg et al, 1998), derivado de la variedad de giros de negocios que intervienen en su operación; de la misma manera, el estudio del turismo se realiza desde diversos campos de conocimiento. Así, para la integración de la experiencia de visita a un destino turístico, intervienen un conjunto de operadores diversos: empresas de transporte, de hospedaje, de alimentos y bebidas y de recorridos turísticos, entre otros (Ritchie and Crouch, 2005).

En lo que se refiere al estudio del turismo, frecuentemente se le aborda desde los enfoques de la economía, la mercadotecnia, la sostenibilidad, las finanzas y la administración (Figura 6). Por otra parte, también existen trabajos especializados que se concentran en analizar la gran cantidad de modalidades de turismo que han surgido en el pasado reciente: turismo de naturaleza, de sol y playa, cultural y de cruceros, etc., por mencionar algunos ejemplos. La denominación de estas modalidades se deriva de las principales características y actividades que las identifican.

Los impactos generados por el turismo dependen de su volumen y del tipo de viajeros que visitan un destino turístico. Como fenómeno multifactorial y diverso, se ha formulado una amplia tipología de modalidades turísticas: de sol y playa, de naturaleza, de aventura, cultural, fronterizo, oscuro, de giros negros, solidario, de cruceros, médico, de bienestar (wellness), de salud, de compras y así, hasta el infinito. De manera similar, desde el punto de vista académico, el turismo ha sido abordado en forma multidisciplinaria desde los enfoques económico, cultural, geográfico y antropológico; en campos especializados, se estudia la gestión de empresas de hospedaje, de alimentos y bebidas y de operación de recorridos turísticos. Otras perspectivas utilizadas frecuentemente en el estudio del turismo se refieren a la sustentabilidad de la operación turística, a la competitividad y a la adopción de tecnologías de información y comunicación para la gestión de los servicios.

Figura 6: Algunas disciplinas que estudian el turismo



Fuente: Elaboración propia

1.1.5.3 Turismo y economía del conocimiento

El turismo no es considerado una ciencia, pero se estudia con apoyo del método científico. En términos epistemológicos, el conocimiento actual del turismo presenta una imagen

incompleta del fenómeno pues no existe un paradigma para el estudio del turismo; en general, las investigaciones turísticas estudian en forma reduccionista segmentos particulares de un fenómeno más general, sin lograr la universalidad de las grandes concepciones científicas. Airey y Tribe (2006) describen la investigación académica en turismo de la siguiente manera:

El turismo como fenómeno es esa parte del mundo externo donde los humanos practican el negocio de ser turistas y esa parte del mundo externo que se ve afectada por el turismo. Es grande, desordenado, complejo y dinámico. Abarca una gama de posibles prácticas y resultados. No es el mismo mundo que el estudio del turismo. Este último consiste en una comunidad de investigación y un registro simbólico del conocimiento turístico. Es un intento de los humanos por capturar, representar, describir, explicar y predecir el fenómeno del turismo. El estudio del turismo descubre nuevas formas de contemplarlo, traza nuevos conceptos, elabora nuevas teorías y acumula un cuerpo de conocimiento. Sin embargo, el conocimiento turístico es esencialmente mucho menos que la actividad que describe. Es esencialmente el negocio de hacer generalizaciones sobre el fenomenal mundo del turismo y el empaque de teorías (p. 49).

En el campo de las políticas públicas, el estudio de la gestión de destinos turísticos ha adquirido relevancia por la intensa competencia internacional por el gasto del turista; por otra parte, en el ámbito de la tecnología, Bowen y Whalen (2017) identifican las tendencias con mayor impacto en el campo de la industria turística mundial: las tecnologías de información y comunicación, la ciencia de datos, las redes sociales, la llamada economía colaborativa y la robótica para el servicio. En este sentido, el sector turismo es una de las áreas de actividad que más rápidamente adoptó las aplicaciones de tecnologías de información y comunicación en temas de gestión empresarial, comercialización, vinculación interorganizacional y comunicación social, integrando el conjunto de aplicaciones denominadas e-turismo (Buhalis y Jun, 2011). En la tabla 7 se muestran algunos de los temas considerados centrales en la investigación turística actual.

Tabla 7 Dimensiones clave en el estudio del turismo

Relativas a	Dimensiones
El turista	Motivación, experiencia, demanda, elección, satisfacción e interacción.
Los negocios	Finanzas, marketing, RRHH, planificación de organizaciones de transporte, TICs, hotelería y recreación.
La comunidad receptora	Percepciones de los impactos económicos, sociales y culturales.
El entorno del huésped	Impactos ecológicos y estéticos.
Los gobiernos anfitriones	Medición del turismo, competitividad, políticas y planificación.
El país emisor	Aspectos económicos, medioambientales, estéticos y socioculturales.

Fuente: Adaptado de Tribe (1999)

El análisis epistemológico del turismo adquiere significado para la educación superior en tanto se requiere definir los contenidos temáticos de los programas de estudios de turismo en el nivel universitario. En términos generales, los estudios universitarios sobre turismo presentan dos enfoques básicos: uno de negocios, o vocacional, orientado a preparar al estudiantado para desempeñarse profesionalmente en la gestión y operación de empresas turísticas de hospedaje, de viajes, de alimentos y bebidas, de transporte, etc. El segundo enfoque es denominado liberal (Airey y Tribe, 2006), que analiza el fenómeno turístico y sus implicaciones socioeconómicas, a través de disciplinas como la sociología, la antropología, el patrimonio cultural y la sustentabilidad, entre otros temas. Así, el primer enfoque se orienta a la gestión empresarial del turismo, mientras que el segundo analiza el fenómeno turístico, especialmente a través de los métodos de las ciencias sociales.

Consecuentemente, el primer enfoque presenta una visión positivista y busca colocar a egresados (as) en empleos de las empresas del ramo; el segundo, tiende a adoptar posiciones críticas, con sus egresados (as) orientando sus actividades a la reflexión, a la investigación y la docencia sobre el turismo. Frecuentemente se mezclan ambos tipos de enfoques en programas de estudios; finalmente, cualquier tipo de currículo de estudios profesionales en turismo responde a criterios ideológicos definidos.

La imagen del empleo en el sector turismo resulta contradictoria; generalmente se le valora como una industria que genera numerosos empleos, aunque con muy baja proporción de capital humano, de carácter marginal y poca exigencia de habilidades; no obstante, los empleos en la industria son muy buscados por empleados prospectivos, entre otros motivos, porque los empleos son percibidos como una mezcla de trabajo y diversión.

Paradójicamente, el empleo turístico presenta un aura glamorosa, al tiempo que se le considera de bajo estatus y preparación. Se confronta una percepción del empleo que involucra viajes, relaciones interpersonales e intercambios multiculturales frente a largas jornadas mal pagadas, poca capacitación y empleos de baja categoría. Los empleos directivos y gerenciales brindan prestigio, aunque no así los empleos operativos; la percepción del status del trabajo en la industria varía para los diversos giros del ramo: oficinas de gobierno, hospedaje, agencias de viaje, transporte y atractivos turísticos (Vellas, 2016).

El conocimiento para el turismo es definido por Cooper (2017, pág. 108) como “...el uso de habilidades y experiencia para agregar inteligencia a la información en la toma de decisiones o proporcionar bases confiables para la acción. Para el turismo, clasificar el conocimiento de acuerdo con su capacidad para ser codificado y, por lo tanto, comunicado, es muy útil.” En las empresas turísticas, la mayor parte del conocimiento proviene de la experiencia y es tácito, no explícito, por lo que debe ser codificado y registrado a fin de poder comunicarlo y aprovecharlo. La gestión del conocimiento busca su aprovechamiento para la obtención de ventajas competitivas estratégicas; entre los beneficios que proporciona pueden mencionarse la mejora en los procesos de negocios, el impulso a la innovación, el aprendizaje organizacional y la toma de decisiones, agilizando la respuesta a los clientes y el mercado. Básicamente, se identifican dos formas de generar conocimiento sobre turismo: en las universidades y, por otra parte, mediante intentos de resolver problemas concretos en empresas del ramo, organismos gubernamentales y consultores.

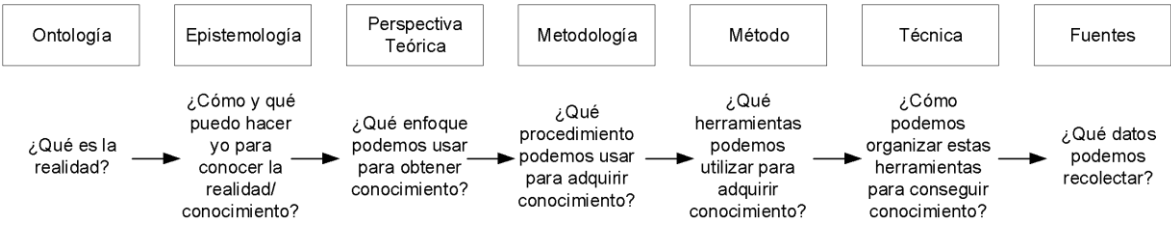
1.1.5.4 Epistemología de la investigación turística

En la ciencia, incluyendo a las ciencias sociales, así como al estudio de los fenómenos que son objeto de interés de estas áreas disciplinares, se suma el del fenómeno turístico, por ende, se debe considerar tanto los aspectos filosóficos, hasta los metodológicos, por lo tanto, lo prudente es emprender esta tarea desde el paradigma de investigación, mismo que condensa ontología, epistemología, metodología, método, y técnica, a continuación, el diagrama tres presenta un bosquejo de tal configuración:

La figura 7 exhibe cómo adquieren coherencia los componentes básicos de un paradigma de investigación, esto es relevante, dado que la intervención de un investigador en un fenómeno observable depende en gran medida de su cosmovisión de lo que es ciencia y cómo debe ésta abordarse. El conflicto en el análisis de la figura recae en entender esas sutiles diferencias entre método y técnica, Kothari (2013) brinda un razonamiento ad hoc a este cuestionamiento:

Las técnicas de investigación se refieren a los comportamientos e instrumentos que usamos en la realización de operaciones de investigación cómo hacer observaciones, registrar datos, técnicas de procesamiento de datos y similares. Los métodos de investigación se refieren al comportamiento e instrumentos utilizados en la selección y construcción de la técnica de investigación (p. 7)

Figura 7. Componentes de los paradigmas de investigación



Fuente: Adaptado de Crotty (1998, p. 4), Hay (2011, p. 64) y Kothari (2013, p. 7).

La siguiente tarea es proponer un breve análisis de los paradigmas de investigación más utilizados en turismo. Para este fin, se recurre a un cuadro comparativo (ver tabla 8), que presenta un resumen de los paradigmas más usados en las ciencias sociales y turismo.

Tabla 8. Paradigmas más usados en las ciencias sociales y turismo.

Fuente:

Paradigma	Ontología	Epistemología	Técnica	Metodología
Positivismo	Existe una sola verdad o realidad (más realista)	La realidad puede ser medida, por lo tanto, el foco es en herramientas válidas y confiables para conseguir eso	Investigación experimental Investigación por encuesta	Usualmente cuantitativa, puede incluir: Muestreo Medir y creación de escalas Análisis estadístico
Constructivista /Interpretativo	No existe una sola verdad o realidad. La realidad es construida por los individuos y grupos	La realidad necesita ser interpretada. Se utiliza para descubrir el significado subyacente de eventos y actividades	Etnografía Teoría fundamentada Investigación heurística Investigación acción	Generalmente cualitativo, podría incluir: entrevista, observación participante y no participante, estudio de caso, etc.
Realismo crítico	Exteriorrealista; Internoidealista	Subjetiva, interactiva	Ideogramas, participativos y transformativos	Revisión ideológica Acciones civiles entrevistas, grupos focales, observaciones abiertas y revistas científicas

Adaptado de Crotty, 1998; Riley y Love, 2001; Phillimore, J., y Goodson, L. (Eds.), 2004; Hay, 2011; Marsh y Furlong, 2010 y Scotland, 2012.

1.1.5.5 Turismo y género

Respecto a estudios de género, diversos estudios asocian al turismo con situaciones y condiciones de vida de las mujeres, particularmente al momento de hablar de precarización laboral en el sector turístico.

Dichos estudios son principalmente cualitativos y aunque en los últimos años se ha identificado un incremento de publicaciones vinculadas con el turismo y el género, son un campo de estudio que requiere madurar tanto en aspectos teóricos como empíricos, sobre todo en lo que respecta a las condiciones laborales y el empoderamiento de las mujeres en el turismo (Mejía, Serrano, Osorio y Favilla, 2019; Ferguson, 2010).

El desarrollo del turismo incluye además de los aspectos económicos conocidos y medidos de manera tradicional, tales como número de visitantes, gasto por día, otros de índole social como es el género. Al respecto, la falta de políticas públicas ha permitido que las desigualdades a nivel global sean cada vez más marcadas y evidentes al momento de analizar a la clase trabajadora, que es receptora de bajos salarios y pésimas condiciones laborales, manteniéndose en una precariedad laboral que resulta todavía más marcada en las mujeres, pues el trabajo en el turismo está marcado por dicho género (Ferguson, 2010; Kinnaird, Kothari y Hall, 1994).

Así pues, el turismo tiene importantes retos que superar en materia de género y empoderamiento de las mujeres, siendo sobre todo el género uno de los enfoques que más puede aportar al momento de entender el nivel de pobreza estructural que se vive en el turismo a nivel global, desigualdades que se nutren día a día por la falta de políticas públicas y las relaciones de poder existente entre hombres y mujeres (Moreno, 2014).

El turismo ha abordado el tema de la desigualdad, el género y el empoderamiento de las mujeres. Sobre todo, porque en diversos casos, está comprobada la promoción de un “desarrollismo turístico sin desarrollo” claramente evidenciado sobre todo en países que carecen de políticas públicas claras en materia de turismo, derechos civiles, económicos y/o políticos (Moreno, 2014, p. 28).

Algunas de las iniciativas realizadas en el turismo para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres vienen de organismos internacionales como la OMT, la cual durante los años 2010-2012 llevó a cabo una serie de actividades encaminadas a visibilizar dicha problemática. De igual manera, la Organización de las Naciones Unidas ha realizado durante 10 años diferentes informes a nivel mundial sobre la participación de las mujeres en el turismo y se han organizado Congreso a nivel mundial cuyo tema central ha sido el género y la situación laboral de las mujeres en el turismo abordando cinco áreas consideradas primordiales: el empleo, el emprendimiento, el liderazgo, la educación y la comunidad.

Uno de los ejemplos más recientes y claros de cómo el turismo como disciplina ha abordado la desigualdad social y de género, corresponde a la segunda edición del Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo, publicado en el año 2022. Dicho informe examina de manera detallada la situación de las mujeres en el turismo antes del COVID-19, pues contiene información que corresponde al año 2019.

El informe previamente mencionado, enfatiza el papel protagónico del turismo como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la cual incluye todo lo relativo a la igualdad de género, el empoderamiento de las mujeres y la determinación de no dejar a nadie atrás.

Entre los propósitos de la segunda edición del Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo, se examinan algunos de los factores considerados clave para contribuir a la igualdad de género en el sector turístico. Del mismo, enfatiza la existencia de riesgos latentes respecto al género y cómo el turismo puede ser aprovechado para impulsar el empoderamiento de las mujeres alrededor del mundo, atendiendo las siguientes áreas temáticas.

Tabla 9 Áreas temáticas del Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo

Área temática	Descripción
Empleo	El turismo proporciona trabajo decente para las mujeres.
Emprendimiento	Las empresas turísticas en manos de mujeres conducen a su empoderamiento.
Educación	La educación y la capacitación en materia de turismo promueven la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el sector.
Liderazgo	Las mujeres son líderes en el sector turístico, están representadas y tienen influencia en los espacios de adopción de decisiones.
Comunidad	El turismo empodera a las mujeres para que trabajen de manera colectiva por la justicia y la igualdad de género.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

De manera específica, el informe menciona que el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres y que el 14,7% de ellas ganan menos por el sólo hecho de ser mujeres y el 23.0% de los ministerios de Turismo están dirigidos por mujeres (OMT, 2019).

Así pues, se destaca lo siguiente de manera textual:

Las mujeres son mayoría en la fuerza laboral del turismo en todo el mundo. La brecha salarial entre hombres y mujeres es menor en el turismo que en el conjunto de la economía a escala mundial. Sin embargo, el empleo turístico está comparativamente peor pagado, tanto para hombres como para las mujeres (p. 10).

El turismo y el género se encuentran estrechamente relacionados, tanto así que en los últimos años se ha vuelto un objeto de estudio que ha despertado interés por los investigadores, sin embargo, el turismo aún tiene retos muy claros que atender, tales como la precarización laboral tanto del sector de manera general como de las mujeres de manera particular. Del mismo modo, el reto que los investigadores de turismo tienen consiste “contribuir a la retroalimentación y construcción de marcos teóricos y empíricos, debido a que, a pesar del interés en el área, todavía la producción científica es relativamente reciente” (Mejía et al., 2019, p. 51).

1.1.5.6 Emprendimiento e innovación del turismo

La innovación desempeña un papel crucial en el desarrollo y la sostenibilidad de la actividad turística. Varios estudios destacan la importancia de la innovación en diversos aspectos del turismo, como el desarrollo sostenible, el impacto cultural y la evolución del modelo de negocio. Marasco et. al (2018) realizaron una revisión de la literatura sobre la innovación colaborativa en el turismo y la hotelería, destacando su relevancia para el sector. Por su parte, Aman et. al. (2019) destacaron la influencia de la cultura local y el desarrollo del turismo sostenible en el impacto sociocultural percibido, señalando la importancia de las innovaciones en el turismo sostenible, la visión intercultural y las tecnologías emergentes para atraer a turistas. Vecchio et. al. (2021) mencionan que la innovación de los modelos de negocios turísticos tiene un rol relevante en la creación de valor en el contexto del turismo inteligente.

En la revisión sistemática de la literatura especializada realizada por Santos et. al. (2021) categorizaron la sostenibilidad, la innovación, el desarrollo sostenible y el turismo sostenible como los temas principales abordados en los trabajos analizados. Işık et al. (2022) se centraron en determinar el rendimiento y la estructura intelectual de los estudios de investigación realizados sobre la innovación en el ámbito del turismo, haciendo hincapié en la necesidad de comprender la estructura intelectual de la investigación sobre la innovación en el turismo. Booyens y Rogerson (2016) propusieron una tipología ampliada de innovación turística basada en pruebas, derivada de una encuesta intersectorial de empresas turísticas y entrevistas cualitativas, destacando la necesidad de trabajar desde un enfoque basado en pruebas para comprender la innovación turística (Booyens & Rogerson, 2016).

Gavurova et al. (2021) identificar que el gasto turístico aumenta con el refuerzo de las actividades de innovación, haciendo hincapié en la perspectiva macroeconómica de las innovaciones en infraestructuras del destino. Eslinga et al. (2019) presentan ejemplos prácticos concretos de innovación en el turismo sostenible, contribuyendo al debate académico al llamar la atención sobre las bondades de la innovación en el turismo sostenible,

pues tal como lo mencionan Szymańska et al. (2021), las soluciones innovadoras contribuyen a la aceleración del desarrollo sostenible del transporte y el turismo.

De esta manera, el espíritu empresarial en el sector turístico está cada vez más reconocido como motor de innovación y desarrollo sostenible. Kyrlov et al. (2020) hacen hincapié en el papel del emprendimiento en el turismo verde, destacando sus repercusiones sociales, medioambientales y económicas en las zonas rurales. Además, Batała et al. (2019) subrayan el valor de la innovación y el emprendimiento en el avance de la industria turística internacional, especialmente en los países menos desarrollados, donde la innovación turística puede mejorar la competitividad y los beneficios socioeconómicos a nivel de base. Estos hallazgos subrayan el potencial del emprendimiento para impulsar el cambio positivo y el crecimiento dentro del sector turístico.

Además, Zengin y Türker (2021) destacan la importancia de la innovación y el emprendimiento sociales en el sector turístico y ofrecen ejemplos de este tipo de iniciativas. Además, Castro-Spila et al. (2018) discuten el modelo SISTOUR-LAB, que conecta los desafíos turísticos convencionales con la innovación social para fomentar el turismo sostenible, mejorar la empleabilidad del estudiantado y promover el desarrollo empresarial. Esto subraya el potencial de la innovación social para contribuir a la sostenibilidad y resiliencia de la industria turística.

El papel de la innovación en la iniciativa empresarial turística es subrayado por (Bukhari & Hilmi, 2012), que contribuyen a comprender el comportamiento innovador de los empresarios turísticos. Hacen hincapié en los retos y los resultados asociados al comportamiento innovador, arrojando luz sobre las complejidades y los beneficios potenciales de la innovación empresarial en el sector turístico.

En conjunto, estas referencias ponen de relieve la importancia del espíritu empresarial, la innovación social y las prácticas sostenibles para impulsar la innovación y el desarrollo en el sector turístico, subrayando el potencial de las iniciativas empresariales para contribuir al cambio positivo y al crecimiento en este sector.

1.1.6 Estudio del mercado laboral

En respuesta a las nuevas tendencias, la OMT prevé la implementación de estrategias de innovación y digitalización para la creación de productos y servicios turísticos sustentables que aporten a las comunidades crecimiento económico y creación de empleos. Además, se apuesta por la transformación digital a través del desarrollo “Smart Destinations” (destinos inteligentes), cuyos pilares se centran en la sustentabilidad, gobernanza y calidad a través de

la implementación de nuevas tecnologías.

En relación con las tendencias del turismo, es necesario considerar las condiciones de empleabilidad de nuestro país para identificar las posibilidades de satisfacer los requerimientos de los viajeros a través de mano de obra calificada y acorde a los criterios de destinos inteligentes que se posicionan a nivel mundial.

En el contexto mexicano la actividad turística forma parte importante de la ocupación laboral sumando 4.4 millones de personas de la población económicamente activa en el país. Para el tercer trimestre del 2023, la distribución porcentual de las personas ocupadas en el turismo por grupo etario presenta que 21.3% son jóvenes entre 16 y 24 años, el grupo de 25 a 34 años representa el 22.9%, otro 20.3% se ubica entre los 35 y 44 años y el 35.5% restante cuenta con 45 años o más. La composición por sexo es, mujeres representan el 58.6% y los hombres el 44.9% restante. Solamente el 15.8% de las personas ocupadas en el turismo tienen un grado de educación superior.

Si bien las tendencias se dirigen hacia el desarrollo tecnológico, también se requieren de habilidades específicas en innovación, gestión del cambio, especialización del conocimiento y *marketing* digital. Es importante considerar la necesidad de personal con perfil especializado en tecnología y que domine los conocimientos en la cadena de distribución del turismo además de la comprensión de las nuevas generaciones de turistas que demandan experiencias significativas, roles proactivos e innovación en los servicios que consumen.

En México, la formación de capital humano en turismo tiene una oferta principalmente en universidades del sector privado, cada una con áreas de especialización en hotelería, gastronomía, hospitalidad y turismo.

1.1.7 Opinión de estudiantes, egresados (as), posibles aspirantes, docentes y personas empleadoras reales y potenciales

1.1.7.1 Opinión de estudiantes

Hacer un balance de los alcances y áreas de oportunidad de la MEINT (Villa de Álvarez), hace posible destacar las principales aristas de esta tarea de introspección y con ello, vislumbrar el futuro próximo de este posgrado. En un periodo de cuatro años de trabajo de la MEINT, el balance permanece entre claroscuros, en el sentido de que, se tuvo la necesidad de cancelar dos convocatorias (2021 y 2022), siendo atendida la del año 2020, misma que tuvo una

demanda de 17 profesionales del área del Turismo, distribuida por el 70.58% de mujeres y 29.41% de hombres, configurando la Cohorte 2020-2022.

Aunado a lo anterior, la situación de la Contingencia Sanitaria por el Coronavirus SARS-CoV-2 en marzo del año 2020, lo que modificó de forma abrupta las formas de trabajo, llevando a la virtualidad el proceso formativo, para unos en beneficio para atender actividades laborales, mientras que, para otros, significó finiquitar su relación con la MEINT por asuntos de índole personal y profesional. Esta condición generó los siguientes resultados en el proceso formativo en la MEINT.

El estudiantado pudo permanecer trabajando desde sus hogares y cumplir con el programa del posgrado. Para el 41.17% de estudiantes significó abandonar el programa, de dicho grupo, el 85.71% fueron mujeres y 14.28% hombres. Hasta julio del 2022, se tuvo una población de la cohorte original del 52.94% de estudiantes, representando al género femenino el 41.17% y 11.76% masculino. Del estudiantado que causó baja, se tiene conocimiento que fue por oportunidad laboral, situación económica, decisiones personales o cambio de residencia.

La población estudiantil activa, cursó la etapa final del cuarto semestre, consolidando en gran medida su Proyecto de Intervención (PI) en Fase II, misma que se fortaleció con la Estancia Profesional. El 66.66% de la población estuvo trabajando con la Incubadora de Empresas de esta Casa de Estudios, mientras que el 22.22% estuvo en empresas privadas - desarrollo inmobiliario y agencia de viajes- y el 11.11% en la Subsecretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Colima.

Por otra parte, se rescatan algunas opiniones de parte del personal responsable del área de Estancia Profesional, es decir, de asesores (as), empresarios (as) o personal que supervisó a las y los estudiantes:

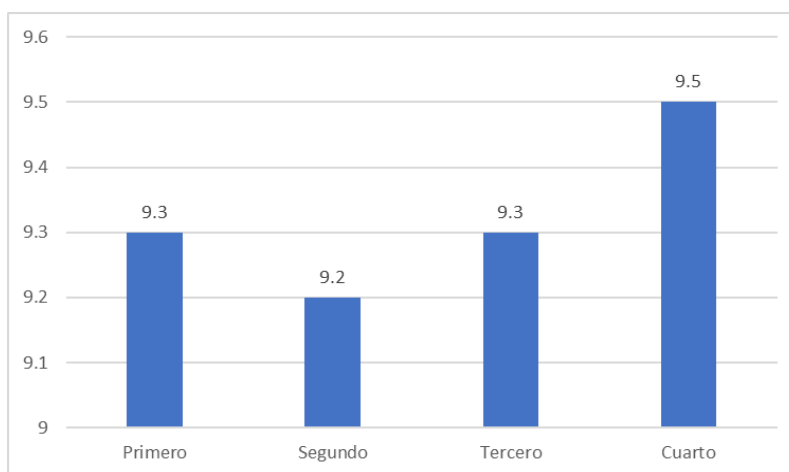
- El programa curricular debe ajustarse para que el alumno pueda obtener las herramientas que le ayuden a orientarse en el emprendimiento de una forma más completa. Por ejemplo, implicaciones de los procesos gubernamentales como permisos, Hacienda, contabilidad, aseguradoras, etc.
- Considerar más extenso el enfoque administrativo y análisis financiero.
- Incluir marketing.
- El plan parece completo, el estudiante viene consciente, preparado y sabe qué tiene que desempeñar dentro de los estudios que realizó.

Así mismo, mencionan que las actividades extramuros son indispensables para la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el posgrado, sobre todo, si es de perfil profesionalizante y que resultan prioritarias las estancias profesionales en empresas de calidad y que deben ser a nivel directivo.

Respecto al rendimiento académico de la generación 2020-2022 se observa que el nivel de promedio general del grupo ha mejorado a lo largo de los semestres (Figura 8), aunque este indicador puede resultar engañoso pues en los primeros dos semestres se calcula con 17 integrantes de la generación mientras que en el cuarto semestre se calcula con nueve estudiantes.

El rendimiento académico individual en tres estudiantes fue mejorando del primer al cuarto semestre; en otros tres casos el rendimiento fue a la baja de primer a tercer semestre y mejorando en el cuarto; el resto tuvo un rendimiento dispar entre semestres. El punto relevante es que en todos los casos el rendimiento fue aceptable, lo que permite augurar que la obtención del grado será en el corto plazo.

Figura 8 Promedio general por semestre



Fuente: Elaboración propia (2022) con base en información de SICEUC

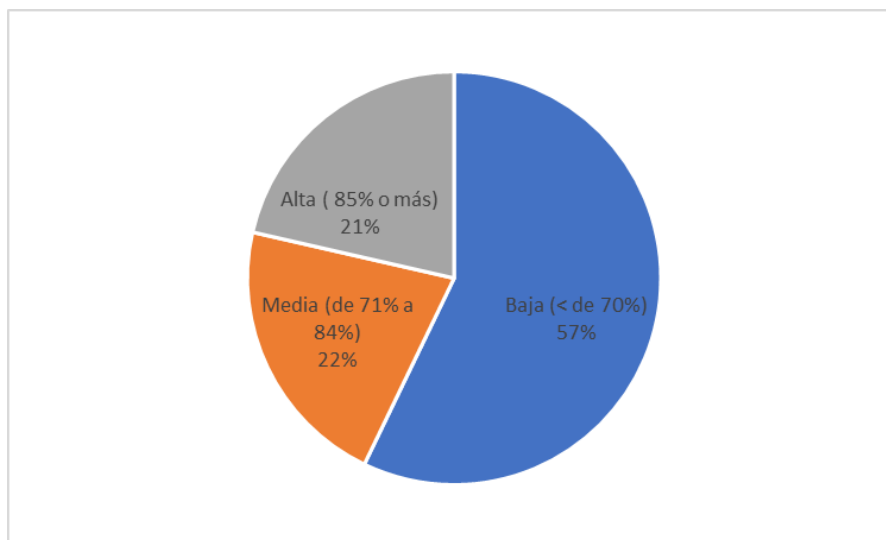
1.1.5.1.1 Encuesta de Satisfacción de Estudiantes

Con el propósito de conocer la opinión del estudiantado que concluye un Plan de Estudios, la Dirección General de Posgrado aplica la Encuesta de Satisfacción, que contemplan cuatro áreas o categorías: Plan de Estudios, Resolución de dudas planteadas y orientación recibida por parte del personal, Desarrollo de los cursos y Servicios. Además, se incorporan cuatro

indicadores que hacen énfasis con relación a la Casa de Estudios: Satisfacción con el programa, Recomendación, Orgullo y Seguridad.

A partir de los siguientes gráficos se presentan las áreas con los 28 indicadores o aspectos que desde la Dirección General de Posgrado han colocado como prioritarios.

Figura 9 | Nivel de satisfacción general con el plan de estudios

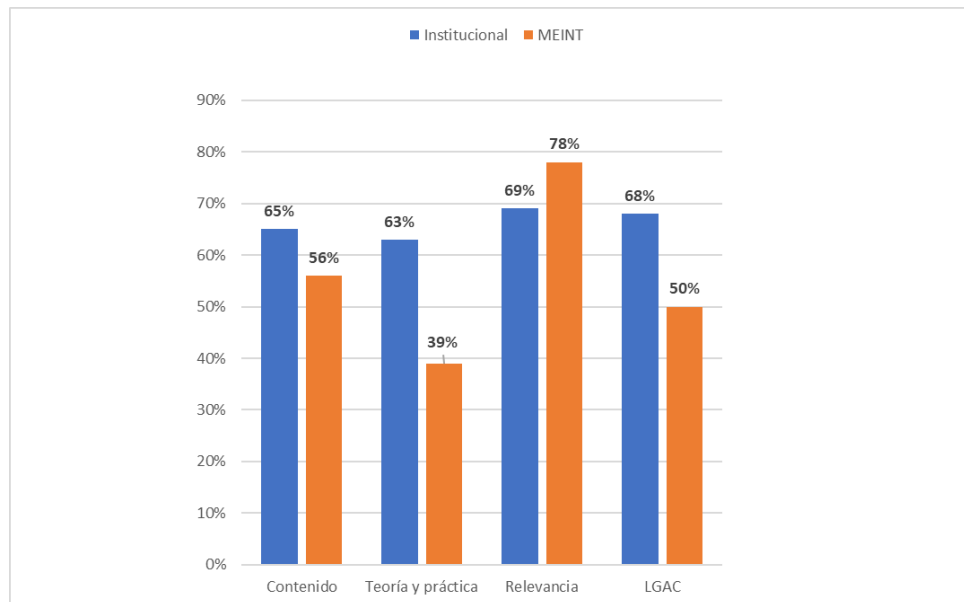


Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

La figura 9 muestra que, del total del estudiantado encuestado, 57% expresa un bajo nivel de satisfacción, mientras que el resto se divide de manera equitativa entre quienes expresan una satisfacción media y quienes afirman tener una alta satisfacción.

A continuación, se presentan los resultados respecto a la satisfacción del estudiantado con relación al plan de estudios, resolución de dudas y orientación, desarrollo de los cursos, servicios y la valoración global respecto a la Universidad de Colima. En todos estos aspectos se presenta lo vertido por el estudiantado en comparativo con los resultados globales de la institución.

Figura 10 Nivel de satisfacción con el Plan de Estudios

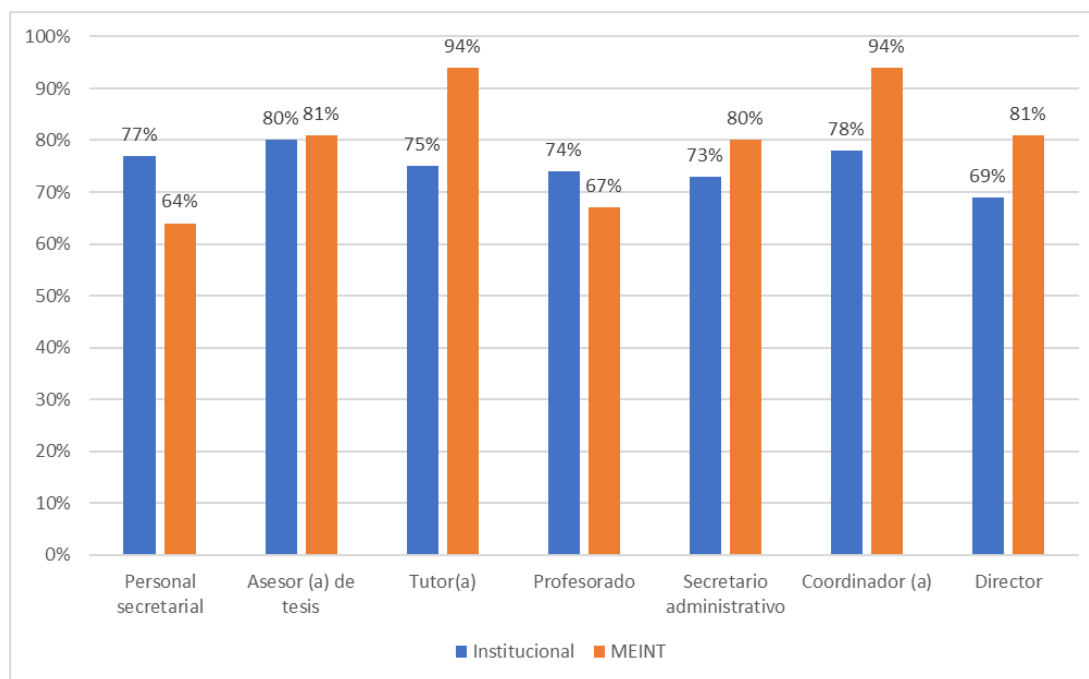


Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

Respecto al plan de estudios (ver figura 10) el estudiantado de la MEINT está más satisfecho con la relevancia del programa, siendo este el único punto por encima de la satisfacción global de la Universidad de Colima. En lo correspondiente al contenido el nivel de satisfacción se ubica en 56%, nueve puntos porcentuales por debajo del mismo indicador a nivel global. Posteriormente, la satisfacción con las LGAC alcanzó un nivel de 50%. Por último, el aspecto peor evaluado en este grupo es el de la relación teoría y práctica de los contenidos del programa con un 39%. Lo anterior nos indica que, aunque el estudiantado considera que el posgrado es relevante, requiere atención urgente en el contenido, en las LGAC y en la vinculación de la teoría con la práctica, esto es, exigen actualización y nuevas estrategias didácticas.

En el tema de resolución de dudas y orientación, el estudiantado reporta que las figuras de tutoría (94%) y coordinación (94%) son las que mejor les atienden. En un segundo grupo de nivel de atención se ubican las figuras de dirección (81%), asesoría de tesis (81%) y secretaría administrativa (80%). Por último, en el nivel más bajo de atención fueron señalados tanto el profesorado (67%) como el personal secretarial. Este indicador es pertinente mejorarse en el personal que tiene mayor contacto con el estudiantado.

Figura 11 Resolución de dudas y orientación

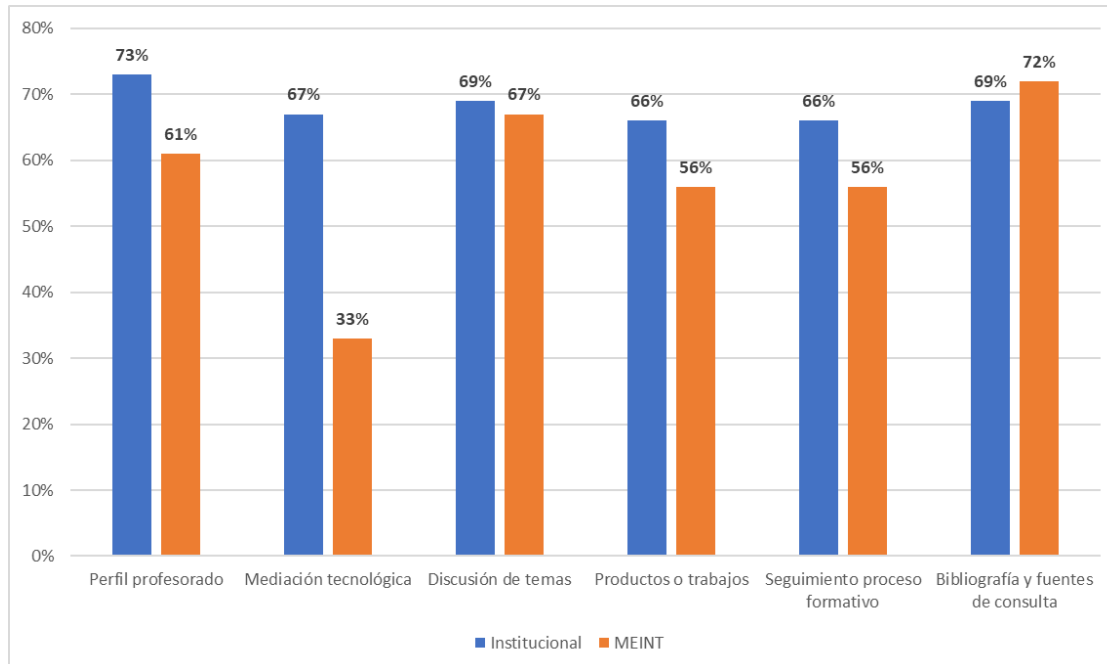


Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

Ningún ítem referente al desarrollo de los cursos rebasa el 80% de satisfacción (ver figura 11), el mejor evaluado fue la bibliografía y las fuentes de consulta (72%) seguido por la discusión de temas (67%) y el perfil del profesorado (61%). La mediación tecnológica es el aspecto peor evaluado (33%). Se debe tomar especial atención a esto último pues la tendencia es a ofrecer alternativas a distancia o en línea por lo que el buen diseño de actividades con mediación tecnológica es indispensable para el futuro cercano del programa por lo que se requiere mejorar las habilidades digitales del núcleo académico. Actualmente se está trabajando en ello ya que la mayoría de docentes ha acreditado cursos en el uso de las nuevas tecnologías para la enseñanza ofrecidos por la misma Universidad de Colima

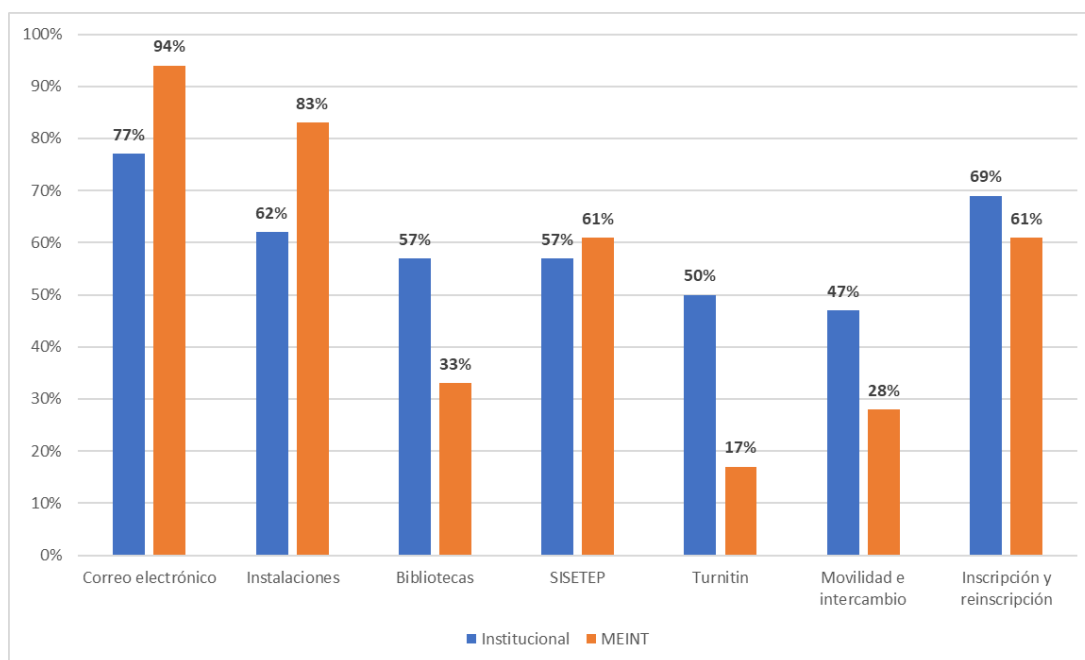
En lo correspondiente a los servicios ofrecidos por la institución (ver figura 12), el estudiantado de la MEINT expresa estar satisfecho en mayor medida con el correo electrónico (94%) y las instalaciones del plantel (83%). Los siguientes rubros son el SISETEP (61%) y el proceso de inscripción y reinscripción (61%). Por último, los rubros peor evaluados son la Biblioteca (33%), movilidad e intercambio (28%) y Turnitin Similarity (17%). Cabe destacar que los últimos tres rubros son poco utilizados por el estudiantado.

Figura 12 Desarrollo de los cursos



Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

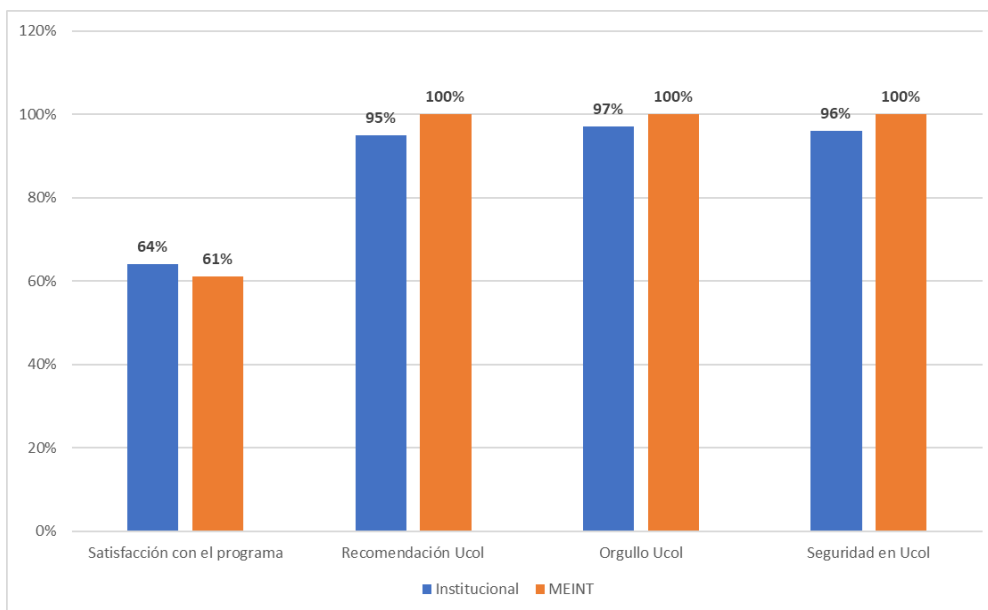
Figura 13 Servicios



Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

A pesar de que la satisfacción con el programa de estudios es baja (61%), el estudiantado afirma que siente orgullo de pertenecer a la Universidad de Colima, además de que siente seguridad en sus instalaciones y que recomendaría a la institución a otras personas (ver figura 14).

Figura 14 Valoración con respecto a la Universidad de Colima



Fuente: Elaboración propia. Resultados de Encuesta de Satisfacción (2022). DGP-UCol. México.

De acuerdo con los resultados, se requiere hacer un ajuste al proceso formativo, para que el profesorado pueda acercar los contenidos a la realidad, es decir, hacerlos significativos para la aplicación inmediata a los emprendimientos o propuestas base de los Proyectos de Intervención de la Generación 2020-2022.

Lo anterior, haciendo énfasis en el proceso didáctico, donde el profesorado deberá colocar de manera puntual las estrategias y herramientas de evaluación aprobadas por el Colegio de Académicos, ello permitirá respetar lo estipulado en el Plan de Estudios y con ello, cuidar las formas en las que los contenidos permitan fortalecer el proceso formativo, así como, la incorporación de avances a su proyecto de intervención.

En el caso de la generación que acaba de concluir sus créditos, vivieron algunas situaciones con algunos miembros del cuerpo docente de la MEINT, quebrantando un poco las relaciones interpersonales con las y los involucrados, situación que fue atendida a la brevedad desde la Facultad de Turismo, así como por personal de la Dirección General de

Posgrado y la Comisión Institucional para el Desarrollo del Personal Académico (CIDPA) por parte de la Casa de Estudios.

En suma, existe un porcentaje de la población, que dejó por escrito, la necesidad de elevar los niveles de exigencia de parte del profesorado, es decir, promover otro horizonte en los compromisos, ir más allá del intercambio de ideas, involucrar en el marco de las actividades entre los pares estudiantiles, así como, en los proyectos de investigación o desarrollo del profesorado. Lo anterior se refleja en el nivel de satisfacción reportado por la mayoría de estudiantes.

Manifiestan de igual manera, la necesidad de cuidar los procesos formativos a partir de las necesidades que como estudiantes pudiesen tener, como es el caso del TDAH, donde la hiperactividad o incluso la falta de organización están presentes y en ese sentido, se ofreció el abanico de oportunidades de esta Casa de Estudios, pero que ya se atendía desde el entorno privado.

Además, solicitaron ampliar contenidos con respecto a finanzas teniendo la necesidad de consolidar la parte vertebral del Proyecto de Intervención para con ello, iniciar con las propuestas que han consolidado durante el periodo de formación en el posgrado.

1.1.5.2 Posibles aspirantes

Para determinar la pertinencia del programa que se propone, se analizaron las expectativas de personas egresadas de carreras de turismo, gastronomía y afines sobre su formación posterior en programas de posgrado. A partir de ello, se identifican dos principales segmentos que integran la demanda estudiantil para el posgrado: egresados (as) de carreras en turismo de la región, que buscan la especialización en la disciplina y, quienes ya se emplean en la planta turística sin tener formación en el área, y por lo tanto requieren de estudios profesionalizantes específicos para poder complementar su conocimiento empírico.

La opinión de las egresadas y los egresados de una formación de pregrado para el ingreso, permanencia e interés por un posgrado, parte de la necesidad de buscar un nivel de especialización que responda a las exigencias del entorno laboral en donde se encuentren insertos, la búsqueda de un nivel mayor de formación a nivel personal o por el hecho de vislumbrar horizontes futuros de cara a las necesidades que la sociedad así exige.

Para el caso que nos ocupa, otro de los instrumentos básicos para conocer las necesidades de nuestros futuros aspirantes fue una encuesta vía electrónica, enviada a

egresados y egresadas con interés manifiesto de cursar estudios de posgrado, captando así 32 respuestas y los principales hallazgos se describen enseguida.

La edad promedio de las 32 personas que muestran interés por estudios de posgrado es de 30 años, todas ellas son empleadas en este momento, egresadas de la misma Casa de Estudios, la Universidad de Colima, por lo que, conocen a ciencia cierta de los procesos o las formas en que se lleva la vida universitaria.

Esta combinación de factores puede traducirse en una mayor predisposición para la educación a distancia, dado que las personas en esta etapa de su vida suelen enfrentar múltiples responsabilidades, como el trabajo y la familia, lo que hace que la flexibilidad y la conveniencia de la modalidad en línea sean aspectos especialmente atractivos.

Después de haber egresado de su licenciatura, ninguna se ha incorporado a estudios de posgrado, por tanto, es de sumo interés el conocer las necesidades con base en su actual puesto laboral y ver cómo desde la oferta profesionalizante, puede acceder a una mejor oferta laboral.

Sin duda, la región marca la diferencia, aunque existe la posibilidad de que el 20% de la población que muestra interés por continuar sus estudios de posgrado en su propia Alma Mater, pero la distancia impide cursar de manera presencial, por lo que, tendríamos que pensar en un mecanismo que les permita acceder de manera virtual a distancia. Una maestría en línea sería una solución idónea para este desafío, ya que permitiría al estudiantado llevar a cabo sus estudios de posgrado sin importar su ubicación geográfica.

Otro de los aspectos a tomar en consideración, es la actividad en la cual prestan sus servicios, pudiendo estar en posibilidad de dos áreas de horizonte futuro; el primero, el de la mejora de procesos al interior de la organización o empresa en la que se encuentran actualmente, indicando con ello que, la propia empresa busca estar a la vanguardia a través de la propuesta de sus colaboradores; mientras que una segunda, como oportunidad para trabajar de manera independiente, donde la innovación permite mejorar las condiciones no sólo de quien asume el rol de líder, sino de la sociedad con la que se pudiera tener participación directa.

La mayoría de las personas encuestadas labora en el ramo de hotelería. Las personas que emitieron su opinión con respecto al interés por estudiar un posgrado expresan el deseo de cursar estudios de especialidad (80%), maestría (40%) o doctorado (20%).

Las personas que respondieron al formulario denotan el interés por actualizar los conocimientos adquiridos durante su formación de pregrado con un 37.5% en contraste con

un 12.5% que aún no tiene claridad en los beneficios que pudiera traerle no sólo en el ámbito personal sino en el profesional.

El 40% de las personas menciona que no tendrían ningún apoyo por parte de las organizaciones en las que laboran para cursar sus estudios de posgrado. Otro 40% tendrían el beneficio de una descarga de horas de su jornada y un 20% no tiene conocimiento sobre los apoyos que pudiera recibir de parte de la organización en la que trabajan.

Por ende, las personas que deciden cursar algún posgrado usarían los ingresos propios como medio para cubrir dicho objetivo, así lo expresa el 60% de las personas encuestadas y un 40% requeriría de una beca, situación que complica de cierta manera el panorama en la demanda del posgrado, pues, aunque el PE propuesto ingrese al SNP del CONAHCyT, no se aseguran las becas ya que la formación en turismo no es un área prioritaria de dicho organismo.

Aspecto importante en la oferta del posgrado es el horario y los días en que se trabajaría, las personas encuestadas estarían dispuestas a estudiar un programa con actividades semipresenciales o de medio tiempo con modalidad en línea o a distancia (60%). La MEIT en la modalidad mixta en línea podría satisfacer esta demanda al ofrecer flexibilidad en los horarios de estudio y en la modalidad de aprendizaje.

Esta preferencia refleja la necesidad de conciliar el compromiso laboral y otros aspectos de la vida cotidiana con los estudios de posgrado, destacando la importancia de ofrecer opciones flexibles que permita al estudiantado gestionar su tiempo de manera eficaz. La MEIT en su formato mixto en línea se presenta como una respuesta acertada a esta demanda, ya que combina la conveniencia de la educación a distancia con elementos de interacción sincrónica con mediación tecnológica según las necesidades específicas del programa. Esta modalidad proporciona al estudiantado la libertad de estructurar sus horarios de estudio de acuerdo con sus compromisos personales y profesionales, al tiempo que les brinda la oportunidad de participar en actividades sincrónicas que enriquecen su experiencia educativa a partir de la interacción con sus pares y docentes.

Respecto a las áreas de interés que expresaron las personas participantes en el cuestionario sobresalen el emprendimiento, la sostenibilidad, la innovación, la organización de eventos, la gestión de empresas turísticas, la mercadotecnia turística, la gestión de empresas de alimentos y bebidas y la competitividad.

La información anterior proporciona una guía invaluable para la definición y estructuración del plan de estudios. Estas áreas reflejan las tendencias y demandas actuales en la industria del turismo, así como las habilidades y competencias que el estudiantado

aspiran a desarrollar para avanzar en sus carreras profesionales.

El énfasis en el emprendimiento subraya la relevancia de generar ideas innovadoras dentro de un entorno empresarial cada vez más competitivo. La sostenibilidad emerge como una preocupación central en la gestión del turismo, destacando la necesidad de promover prácticas responsables que preserven los recursos naturales y culturales a largo plazo. La innovación, por su parte, se reconoce como clave para la diferenciación en un mercado turístico dinámico.

La gestión de empresas y la mercadotecnia turísticas son áreas fundamentales que abordan aspectos críticos de la planificación estratégica y la comercialización de productos y servicios turísticos, mientras que la gestión de empresas de alimentos y bebidas responde a la creciente demanda por experiencias gastronómicas de calidad en el sector.

Por último, las competencias que desean desarrollar en un posgrado en el área de turismo son el diseño de estrategias financieras, el diseño de planes de negocios, el aprovechamiento sostenible de recursos turísticos, gestión de empresas turísticas y la aplicación de la mercadotecnia digital en el turismo.

Al integrar estas áreas de interés en el programa de la MEIT se garantiza su pertinencia pues se alinea con las necesidades externadas por posibles aspirantes al PE.

1.1.7.3 Opinión de personas empleadoras potenciales

Para conocer la perspectiva de las empresas y organizaciones en las que se han desempeñado nuestros (as) egresados (as) se realizó un grupo de enfoque, en el que participaron siete personas de los principales sectores de la actividad turística (Tabla 10). Si bien existe una porción importante de personas egresadas que se desempeñan en destinos nacionales e internacionales, los criterios que se siguieron para la selección del giro de organizaciones invitadas fueron aquellas en las que egresados (as) están colocados en mayor medida y las de mayor representación en el área geográfica de influencia del plantel.

El primer tema abordado hace referencia a las competencias que las personas empleadoras potenciales más valoran en quiénes egresan de los programas educativos de la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima tanto de la Licenciatura en Gestión Turística como de la Maestría en Competitividad Turística y la Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos. En este sentido, los participantes hicieron énfasis en profesionalismo, compromiso, disponibilidad, capacidad de resolución de problemas.

Tabla 10. Giro de los organismos participantes en el grupo de enfoque

Giro	Frecuencia
Operadores turísticos	1
Empresas de hospedaje	4
Empresas de Alimentos y Bebidas	1
Sector público	1

Fuente: Elaboración propia

Otro conjunto de competencias resaltadas lo integran la visión por el negocio y pensamiento de negocios, gusto por servir, actitud de servicio, pasión, *coaching* (líderes semilleros a futuro, desarrollo de personas), y solución de problemas. El grupo de participantes reconoce el conocimiento teórico que se alcanza en las áreas de servicio, la facilidad de llevar procesos y cronogramas, conocimiento para crear procesos y sistemas de trabajo, así como la facilidad para comunicarse de manera oral, escrita y gestual.

Las personas empleadoras que han recibido estudiantes en alguna modalidad del programa de prácticas valoran las habilidades desarrolladas en las asignaturas, pero hacen énfasis en aquellas que han desarrollado durante las prácticas profesionales. Sobresalen aquellas relacionadas con su profesionalismo, compromiso, disponibilidad, actitud de servicio y su capacidad de respuesta frente a problemas y retos.

Durante la reunión, mencionaron algunas áreas de oportunidad en el desempeño de egresados (as); algunas de estas áreas se relacionan poco con el programa de estudios en sí, ya que son demasiado generales y se refieren a atributos de personalidad, tales como: alta autoestima y confianza, capacidad de adaptación, creatividad, ingenio, manejo de emociones, disciplina, iniciativa, pasión, capacidad de resolución de problemas y disposición.

Otros planteamientos sobre las áreas de oportunidad en el desempeño de egresados (as) se refieren a habilidades profesionales, ya sean entre las llamadas “habilidades blandas” y habilidades gerenciales (tabla 11).

Tabla 11 Habilidades profesionales identificadas como áreas de oportunidad

HABILIDADES GERENCIALES	HABILIDADES BLANDAS
Toma de decisiones	Ética profesional
Administración del tiempo	Responsabilidad
Comunicación asertiva	Proactividad
Trabajo en equipo	Habilidades interpersonales
Motivación	Imagen profesional
Capacidad para delegar	Flexibilidad
Liderazgo	Apertura al cambio
Coaching	Vocación de servicio

Fuente: Elaboración propia, 2022

Otro tema que resultó de interés para las personas participantes se refiere a la vinculación plantel - empresa. En este ámbito, se mencionaron algunas acciones que se realizan de manera permanente en la facultad pero que posiblemente sea necesario reforzar o fortalecer. Estas acciones se enlistan a continuación:

- Continuar con las prácticas en empresas
- Desarrollar recorridos a empresas con fines de familiarización
- Ampliar los canales de comunicación empresa–facultad
- Incluir a maestros en prácticas
- Acercamiento a empresas para solución de problemas específicos
- Analizar casos de éxito de empresas locales
- Comunicación y actualización de convenios
- Seguimiento a la trayectoria del estudiantado

Finalmente, y en menor medida, se refirieron a asuntos meramente académicos, destacando el interés por temas de planeación, tendencias contemporáneas del turismo, idiomas, finanzas, administración y tecnologías de información y comunicación.

En conclusión, en las áreas de oportunidad que se derivan de este análisis, este grupo cree que los idiomas, la comunicación asertiva, gestión emocional y la flexibilidad laboral son relevantes al momento de realizar los procesos de reclutamiento. Sólo un participante mencionó que la orientación debe ir hacia la administración pública.

De igual forma, se plantearon otras ideas como crear programas con empresas en el extranjero, *cross-training* gerenciales en programas de prácticas de un semestre. Aunado a ello, una de las participantes quien funge como representante en el comité de la Asociación de RRHH en la ciudad de Los Cabos ofrece su colaboración para acercar a la Facultad de Turismo con la dirección de vinculación de dicha Asociación para generar programas de prácticas y estancias profesionales en cualquier hotel de dicho destino turístico.

Una cuestión relevante fue encontrar nuevas ideas para el desarrollo de actividades de vinculación con las organizaciones turísticas, entre las sugerencias sobresale el de programas *cross-training* gerenciales en programas de práctica de un semestre, divulgar casos de éxito de emprendedores y de egresados (as) en puestos de alta dirección, actualizar los convenios y prácticas de tanto de estudiantes como de docentes en las instalaciones de las empresas.

Queda claro que la creación de un programa de posgrado en turismo debe contemplar la colaboración con organizaciones turísticas de todos los giros y alcance geográfico, por ello, la MEIT incluye una asignatura de estancia profesional (taller de vinculación) en el último cuatrimestre. Lo anterior fortalece la conexión entre la academia y la industria, proporcionando al estudiantado una experiencia práctica invaluable y oportunidades de *networking* significativas.

1.1.7.4 Consulta a personas expertas en turismo

Otro factor que se consideró en el estudio es el aporte de personas expertas ubicados en otras universidades del país, en organizaciones turísticas, o actores paradigmáticos del campo laboral, debido a que es necesario considerar el conocimiento generado por ellos en la disciplina y finalmente, son ellos quienes conocen realmente los requerimientos del sector, obteniendo su conocimiento de la información generada a través de la investigación así como su *expertise* en la gestión de programas de posgrado en el área, facilitando estrategias para el diseño y la gestión del currículo así como la identificación de algunos contenidos esenciales en una propuesta de posgrado en las áreas turística y gastronómica.

En la consulta a personas expertas participaron dos grandes perfiles, por un lado, aquellas personas que realizan su labor profesional vinculadas al sector gubernamental y por el otro a personal docente y de investigación con adscripción a universidades nacionales (públicas y privadas), universidades extranjeras y otros organismos.

Las competencias que consideran deben desarrollarse a partir de la experiencia de la

pandemia de COVID 19 son competencias financieras, las digitales con el uso de softwares, la gestión de riesgos, comunicación, compromiso, organización, análisis de problemas, capacidad crítica, trabajo en equipo , gestión del tiempo, asertividad, adaptabilidad, planificación, networking, inteligencia emocional, proactividad, resiliencia, innovación, análisis de datos, diseño de páginas web, redes sociales, emprendimiento en el turismo y medidas de seguridad e higiene post pandemia.

Un indicador básico para un posgrado en la actualidad es el relacionado a las “buenas prácticas”. Por lo que a la pregunta ¿cuáles son las "buenas prácticas" que deben incluirse en un programa de posgrado al momento de implementarlo?, los expertos indican que: la modalidad educativa híbrida debe preservarse para dar oportunidad a más alumnos de formarse en los estudios de posgrado; la realización de seminarios, coloquios, congresos y estancias virtuales; el manejo de plataformas tecnológicas y simuladores para el aprendizaje; utilización de recursos tecnológicos y plataformas digitales para asesorías individualizadas o en pequeños grupos, de forma remota; y, formación académica virtual

Considerando el perfil de nuestro programa se les cuestionó sobre los conocimientos emergentes que pudieran fortalecer el desempeño de egresados (as) en el sector turístico. Sus respuestas fueron relativas a lo siguiente: e-commerce, realidad virtual, certificaciones de sustentabilidad, emprendimiento, innovación, manejo de software especializado, finanzas especializadas, marketing digital, integración de las habilidades sociales en el ámbito tecnológico y empresarial, manejo de datos, inteligencia de negocios, desarrollo de productos, sostenibilidad, cadena de valor, resiliencia, innovación y adaptación de recursos, protocolos de seguridad, higiene y salubridad, gestión de seguros, pensamiento crítico y toma de decisiones.

Respecto a los retos para quienes buscan emprender en el turismo mencionaron las nuevas preferencias de los millenials y centenials, la competencia, la multiculturalidad, la sostenibilidad, el diseño de un plan de viabilidad empresarial, el comportamiento de turistas más tecnológicos, la innovación constante, la sostenibilidad, la oferta de productos turísticos con base en las demandas personalizadas de los turistas, incluir el cuidado de la salud personal del cliente, la responsabilidad social y la investigación cualitativa.

Sobre las nuevas oportunidades de negocios turísticos que vislumbran a partir de la pandemia por COVID-19 expresan que deben estar fincados en la acción colaborativa, la innovación, la sustentabilidad y la inclusión. Además, mencionan las *virtual kitchen*, la comercialización y entrega a través de plataforma, el uso masivo de las OTAS, productos relacionados con el bienestar y el contacto con la naturaleza.

Con relación a las nuevas formas de organización para la gestión del turismo refieren la flexibilización de los espacios de trabajo, el uso de la tecnología para satisfacer necesidades específicas de los clientes, la virtualidad en el acompañamiento a clientes (*home office*) y la conformación de alianzas de triple hélice comunidad-gobierno-academia.

1.1.8 Análisis de las tendencias didáctico-pedagógicas del turismo

Castillo-Palacio et al. (2020) realizaron un estudio sobre la innovación curricular en la educación turística, entre sus conclusiones destaca que el entorno cambiante demanda la transformación de los currículos de formación en turismo, desde una formación tradicional a una integral, con equilibrio entre la teoría y la práctica, con inclusión del desarrollo de competencias blandas y el uso de herramientas tecnológicas.

Encontraron también que es relevante considerar alternativas pedagógicas que contemplen actividades de aprendizaje en espacios informales como el uso de las redes sociales y participación en eventos turísticos. Belhassen y Caton (2011) (citado en Castillo-Palacio et al., 2020) hacen énfasis en que la pedagogía de gestión crítica “genera teorías alternativas más creativas para el tratamiento de problemáticas en el ámbito de la gestión y se caracteriza por brindar resultados significativos en tres aspectos: libertad individual, justicia social y productividad en los negocios”.

Otro de los temas señalados en este estudio es la presencia de la sostenibilidad en los planes educativos en turismo y señalan la educación transformativa para la enseñanza de turismo sostenible como opción a incorporar el aprendizaje basado en valores, el pensamiento crítico y generar oportunidades a otros y a la comunidad.

Por otro lado, señalan que los planes de estudios en la formación turística deben migrar a alternativas orientadas a la solución de problemas en contextos complejos y desordenados. Para eso, se debe contemplar el currículo por competencias, el modelo de ejes temáticos y el modelo basado en los objetivos específicos, que se han venido desarrollando en Latinoamérica desde hace aproximadamente dos décadas (Collado et al., (2013) citado por Castillo-Palacio et al. (2020)). Además, se pueden considerar el currículum centrado en el alumno, la formación en la práctica y la incorporación de las tecnologías.

Parte de los resultados demuestran que las habilidades de un profesional del sector turístico deberían ser las siguientes: 1) administrar el destino: gestión de redes de trabajo, compartir conocimiento, trabajo con grupos de interés, entre otros; 2) éticas y políticas: comportamiento ético e integrar valores humanos en el lugar de trabajo; 3) gestión de recursos humanos: motivación y liderazgo, inteligencia emocional, entre otros; y 4) negocios

dinámicos: pensamiento crítico, innovación y emprendimiento, competencias interculturales, evitar problemas más que resolverlos, flexibilidad, uso óptimo del sentido común, identificación y control de riesgos, multitareas y habilidades de comunicación por medio de nuevas tecnologías multimedia (Sheldon et al., 2008).

La innovación, el emprendimiento, ética profesional y habilidades digitales son claves en los perfiles de egreso de los nuevos profesionales del turismo.

Por otra parte, Flores et al. (2020) definen a la Educación 4.0 como un enfoque ecléctico que busca el uso tecnológico para optimizar el aprendizaje, lo que permitirá solucionar problemas reales y complejos (citado en Testón et al., 2023).

En el estudio realizado por Testón et al. (2023) identifican los beneficios de implementar la educación 4.0 en los programas de formación profesional orientados al turismo, estas son: el pensamiento crítico, el trabajo en equipo, habilidades tecnológicas, la adaptabilidad en entornos cambiantes y la solución de problemas críticos. El reto más importante para las universidades frente a este tipo de educación es el referente a la infraestructura requerida para la interconectividad tecnológica.

Por ello, la Organización Mundial del Turismo (2022) emitió siete directrices para la educación en turismo, este documento es una referencia para los países miembros de dicho organismo internacional. Estas directrices son:

1. Aumentar el acceso a la educación turística mediante cursos, seminarios web y recursos digitales creadas y ofrecidas por la OMT o por instituciones asociadas.
2. Actualizar los planes de estudios turísticos para responder a la rápida evolución del sector turístico debido a la digitalización y a pandemias mundiales.
3. Integrar la educación turística en los planes de estudios de nivel secundaria.
4. Innovar en la formación turística de grado y postgrado.
5. Estandarizar las certificaciones profesionales en turismo.
6. Ampliar la garantía de calidad de la educación, formación e investigación en turismo.
7. Conectar a los titulados en turismo con las oportunidades de empleo.

El mismo organismo internacional creó la *Tourism Online Academy* junto con ocho entidades educativas. Su oferta formativa cuenta con 22 cursos flexibles en inglés y español atendiendo a más de 15.000 profesionales del sector. Entre la temática de los cursos destacan la globalización, la revolución digital, el marketing de viajes y la sostenibilidad.

1.1.9 Estudio de oferta y demanda de servicios educativos

1.1.9.1 Oferta de servicios educativos de nivel posgrado en el turismo

Las características de los programas de posgrado identificados son muy diversas: se imparten en instituciones educativas públicas y privadas; algunos programas son presenciales, otros semipresenciales y algunos a distancia; la duración varía de uno a tres años. El costo, de igual manera, es muy variable. Los enfoques de los programas se orientan hacia la investigación, como una preparación para el doctorado, mientras que otros son profesionalizantes, orientándose a formar capital humano para dirigir las organizaciones del sector. Las formas de titulación más frecuentes consisten en la presentación de reportes de investigación en formato académico, como tesis, tesinas y proyectos.

En relación con el contexto en el país y la región, en específico, se optó por realizar un análisis de los programas de estudio de maestrías que tienen enfoque en el turismo y negocios y que se ofertan en México. Así, se identificaron 40 instituciones de educación superior con oferta de posgrados, de las cuales se generó información de 43 programas de posgrados distintos. Todos los programas tienen un enfoque en el turismo, la mayoría en el área de desarrollo, negocios y sustentabilidad. Aunque hay algunos, la minoría, enfocados en turismo de la salud, gastronomía y agroindustria.

El perfil de egreso de la mayoría de los programas lleva como líneas de desarrollo áreas como: planeación, mercadotecnia, liderazgo, administración, dirección, gestión, sustentabilidad, finanzas e innovación.

De algunos de los programas no se tiene la información completa debido a que sus plataformas web no están actualizadas y/o tienen información incompleta. Pero de la información que se tiene, el 81% de los programas son presenciales mientras que el 19% está dividido entre semipresencial y en línea. El 68% son programas con orientación profesionalizante, y el 22% con orientación a la investigación. Los programas de maestría en la disciplina turística inscritos al Programa Nacional de Programas de Calidad (PNPC) CONACHyT en 2022 son nueve.

Se puede identificar que se ofrecen dos en estados de la región occidente, el programa de Maestría en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, de la Universidad de Guadalajara y la Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit. Sin embargo, ambos programas tienen una orientación a la investigación, lo que implica que el programa que aquí se propone se diferencia de lo que se está ofreciendo en la región.

Figura 15 Maestrías en turismo con reconocimiento CONAHCyT (2022)



Tabla 12 Posgrados en turismo con reconocimiento CONAHCyT

Programa de Maestría	Institución	Orientación	Entidad
Estudios Turísticos	Universidad Autónoma del estado de México	Investigación	Edomex
Gestión de la Gastronomía Tradicional Mexicana	Universidad Autónoma del estado de México	Profesional	Edomex
Ciencias: Gestión Sustentable del Turismo	Universidad Autónoma de Guerrero	Investigación	Gro
Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo	Universidad de Guadalajara	Investigación	Jal
Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo	Universidad Autónoma de Nayarit	Investigación	Nay
Gestión del Turismo	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Profesional	Pue
Territorio, Turismo y Patrimonio	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Investigación	Pue
Gestión de Turismo Regional sustentable	El Colegio de Tlaxcala, A.C.	Investigación	Tlax
Paisaje y Turismo Rural	Colegio de postgraduados	Profesional	Ver

Fuente: Elaboración propia

Para el año 2023, el CONAHCyT reconoce a 12 programas de maestría relacionados al turismo como parte del SNP con las siguientes características:

- a) 11 de los 12 programas son ofrecidos por Instituciones públicas.
- b) El 100% de los programas se encuentran bajo modalidad “Escolarizada”
- c) De los 12 programas inscritos en el Sistema Nacional de Posgrado, 11 se encuentran en el área de Ciencias Sociales y 1 en Humanidades y Ciencias de la Conducta.
- d) Ocho programas están orientados a la investigación y el resto profesionalizantes.

Tabla 13. Programas de Maestrías en Turismo en México inscritas en el SNP en 2023

Programa	Institución
Maestría en Ciencias en Estudios Ambientales y de la Sustentabilidad	Instituto Politécnico Nacional
Maestría en Administración e Innovación del Turismo	Instituto Politécnico Nacional
Maestría en Estudios Turísticos	Universidad Autónoma del Estado de México
Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario	Universidad Autónoma del Estado de México
Maestría en Gestión Sustentable del Turismo	Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo
Maestría en Ciencias: Gestión Sustentable del Turismo	Universidad Autónoma de Guerrero
Maestría en Gestión de Turismo Regional Sustentable	El Colegio de Tlaxcala AC
Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo	Universidad Autónoma de Nayarit
Maestría en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo	Universidad de Guadalajara
Maestría en Paisaje y Turismo Rural	Colegio de Postgraduados
Maestría en Territorio, Turismo y Patrimonio	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Maestría en Gestión del Turismo	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Fuente: Elaboración propia

En términos generales, a nivel nacional se identificaron 91 programas vinculados al turismo, de los cuales 11 son ofrecidos por instituciones públicas y 80 por parte de instituciones privadas. Al observar su distribución geográfica se identifica una alta concentración en el centro del país, específicamente en Puebla, Estado de México y la Ciudad de México que representan el 37% del total de programas vigentes al 2022. Otros 21 programas (23% del total) se concentran en la zona sureste del país (Chiapas, Yucatán, Tabasco y Quintana Roo). La duración de los mismos es variable, pero la mayoría oscila entre los 18 y 24 meses, y son divididos en periodos cuatrimestrales y/o semestrales, dependiendo la institución. Prevalecen los programas que son escolarizados, pero se identifica una relevante presencia de programas semiescolarizados denominados “ejecutivos” con clases sabatinas o dominicales. Aún es mínima la presencia de programas de posgrado en turismo que se ofrezcan con modalidad online asincrónica.

Figura 16 Maestrías del área de turismo en México



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la lista con los programas de posgrado en turismo que son ofrecidos por instituciones de educación superior privadas. Todos estos programas tienen una duración de entre los 18 y los 24 meses, la mayoría se ofrece bajo la modalidad escolarizada con horarios flexibles para que puedan ser cursadas por personas que se encuentran laborando.

Tabla 14 Maestrías del área turística ofrecidas por Instituciones de Educación Superior Particulares

Universidad	Nombre de la Maestría	Modalidad	Estado
Universidad del Golfo de California	Dirección de Organizaciones Turísticas	Escolarizada	Baja California Sur
Universidad Mundial	Turismo	Escolarizada	Baja California Sur
Universidad Internacional Iberoamericana	Dirección y Consultoría Turística	No escolarizada en línea	Campeche
Universidad Guadalupe Victoria	Gestión y Turismo Sustentable	No escolarizada	Campeche
Universidad del Mayab	Planeación y Dirección de Empresas Turísticas	Escolarizada	Campeche
C.E.S. de Contaduría y Administración	Desarrollo de Negocios Turísticos	Escolarizada	Chiapas
C. E. en Artes Culinarias y Enología	Dirección de Restaurantes y Hoteles	No escolarizada	Chiapas
Universidad del Valle de México	Mercadotecnia de Negocios Turísticos	Escolarizada	Chiapas
I. E. S. de Chiapas en Tapachula	Recreación y Tiempo Libre	Mixta	Chiapas
Universidad Regional del Norte	Desarrollo Turístico	No escolarizada	Chihuahua
Universidad Europea	Administración de Empresas Turísticas	Escolarizada	Ciudad de México
Escuela Bancaria y Comercial	Administración: Hotelería y Turismo	Escolarizada	Ciudad de México
Universidad Anáhuac	Alta Dirección de Hoteles y Restaurantes	En línea	Ciudad de México
C. E. S. de San Ángel	Desarrollo de Negocios y Dir. de Emp. Turísticas	Escolarizada	Ciudad de México

Univ. Tecnológica Latinoamericana	Dirección de Empresas Turísticas	En línea	Ciudad de México
Universidad La Salle	Gestión de Turismo de Salud	Escolarizada	Ciudad de México
Universidad Anáhuac del Sur	Gestión y Desarrollo Turístico	En línea	Ciudad de México
Universidad del Valle de México	Gestión Global de Negocios Turísticos	Escolarizada	Ciudad de México
Centro Universitario IESTUR	Planeación y Desarrollo Turístico	Escolarizada	Ciudad de México
Instituto de Estudios Superiores del Bajío	Alta Dirección en Gestión de la Hospitalidad	Escolarizada	Guanajuato
I. E. S. del Altiplano	Admón. de Negocios Turísticos y Gastronómicos	Escolarizada	Hidalgo
C. U. E. S. en Gastronomía y Turismo	Administración y Dirección Turística	Escolarizada	Hidalgo
Instituto de Desarrollo Local y Educación	Administración y Dirección Turística	Escolarizada	Hidalgo
Universidad Europea	Administración de Empresas Turísticas	Escolarizada	México
Universidad Anáhuac	Alta Dirección de Hoteles	Escolarizada	México
Universidad Bancaria de México	Alta Dirección de Hoteles y Restaurantes	Escolarizada	México
Universidad Tecnológica	Dirección de Empresas Turísticas	En línea	México

Latinoamericana

Universidad Anáhuac	Dirección de Hoteles	No escolarizada	México
Universidad Anáhuac	Gestión de Destinos Turísticos	Escolarizada	México
Universidad del Valle de México	Gestión Global de Negocios Turísticos	Escolarizada	México
Universidad del Medio Ambiente	Turismo Sostenible	Mixta	México
Univ. Centro Panamericano de Est. Sup.	Dirección y Consultoría Turística	No escolarizada	Michoacán
Universidad La Salle	Gestión Turística	Mixta	Michoacán
Univ. Centro Panamericano de Est. Sup.	Sostenibilidad Turística y Ecoturismo	No escolarizada	Michoacán
Universidad Europea	Administración de Empresas Turísticas	Escolarizada	Morelos
C. de Estudios Universitarios Xochicalco	Recreación y Tiempo Libre	Escolarizada	Morelos
Universidad Anáhuac	Alta Dirección de Hoteles	Escolarizada	Oaxaca
Universidad La Salle	Mercadotecnia Turística	Escolarizada	Oaxaca
Universidad Cuauhtémoc	Administración Turística	Escolarizada	Puebla
ISU Instituto Suizo	Alta Dirección de Hoteles y Restaurantes	No Escolarizada	Puebla
Universidad Leonardo Da Vinci	Desarrollo Turístico Internacional	Escolarizada	Puebla
Univ. Pop. Autónoma del Edo. de Puebla	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	Escolarizada	Puebla
Univ. de Ciencias y Desarrollo UDES	Dirección y Gestión de Empresas Turísticas	Mixta	Puebla

Universidad del Valle de Puebla	Gestión de la Industria de la Hospitalidad	Escolarizada	Puebla
Universidad ALVART	Gestión Empresarial Turística	Escolarizada	Puebla
ISU Instituto Suizo	Gestión Financiera para Hoteles y Restaurantes	No escolarizada	Puebla
Esc. de Medicinas Alt. y Terapias Comp.	Gestión Turística y Spa	Escolarizada	Puebla
Universidad del Valle de México	Gestión Global de Negocios Turísticos	Escolarizada	Puebla
Universidad del Valle de México	Mercadotecnia de Negocios Turísticos	Escolarizada	Querétaro
Universidad Anáhuac	Alta Dirección de Hoteles	Escolarizada	Quintana Roo
Universidad Americana de Europa	Dirección y Gestión Hotelera	No escolarizada	Quintana Roo
Universidad La Salle	Mercadotecnia Turística	Escolarizada	Quintana Roo
Universidad La Salle	Turismo y Dirección Hotelera	Escolarizada	Quintana Roo
Universidad del Valle de México	Mercadotecnia de Negocios Turísticos	Escolarizada	San Luis Potosí
Universidad Autónoma de Durango	Mercadotecnia Turística	Mixta	Sinaloa
Universidad Casa Blanca	Mercadotecnia y Gestión Turística	Mixta	Sinaloa
Universidad Kino	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	Mixta	Sonora
Universidad del Valle de México	Mercadotecnia de Negocios Turísticos	Escolarizada	Tabasco
Universidad Autónoma de Guadalajara	Productos Turísticos	Escolarizada	Tabasco
Universidad Popular de La Chontalpa	Turismo de Naturaleza	Escolarizada	Tabasco

Instituto Universitario de Tamaulipas	Dirección y Gestión Turística	Escolarizada	Tamaulipas
Universidad Internacional de América	Turismo	Escolarizada	Tamaulipas
Universidad Regional Miguel Hidalgo	Recreación y Administración del Tiempo Libre	No escolarizada	Tamaulipas
Universidad Jean Piaget	Dirección de Negocios Gastronómicos y Tur.	Escolarizada	Veracruz
Colegio de Est. Universitarios del Mayab	Administración Turística y Restaurantera	Escolarizada	Yucatán
Centro Educacional Evelio González M.	Dirección de Empresas Turísticas	Escolarizada	Yucatán
Centro Escolar Felipe Carrillo Puerto	Dirección y Logística de Eventos Turísticos	Escolarizada	Yucatán
Universidad de Valladolid Yucatán	Mercadotecnia Turística	Mixta	Yucatán
Universidad Anáhuac	Planeación y Dirección de empresas Turísticas	Escolarizada	Yucatán
Universidad de Valladolid Yucatán	Planeación y Gestión de Desarrollo Turístico	Mixta	Yucatán

Fuente: Elaboración propia a partir de SIRVOES (2024)

El PE de MEIT que busca ofrecer la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima, tiene como ventaja competitiva que es un programa mixto en línea y orientación profesionalizante a través del cual se pretende dar acompañamiento a cada estudiante desde el inicio de este.

1.1.10 Conclusiones de la pertinencia

La demanda de profesionales con habilidades específicas en turismo puede ser atendida de manera más amplia mediante un programa de posgrado en modalidad mixta en línea que pueda llegar a una audiencia diversa y dispersa geográficamente. Este tipo de programa educativo también incluye el desarrollo de habilidades digitales en el estudiantado para prepararlos para un entorno profesional cada vez más digitalizado, lo que sugiere la idoneidad de un programa en línea que pueda integrar efectivamente la tecnología en su currículo y metodología de enseñanza.

La Estrategia Nacional del Turismo del Gobierno de México destaca la importancia de la capacitación y profesionalización de trabajadores y prestadores de servicios turísticos. Esto justifica la creación de una maestría con modalidad mixta en línea que pueda llegar a un amplio espectro de profesionales en todo el país, permitiendo su formación sin la necesidad de desplazarse físicamente a un campus universitario.

Por su parte, la OMT emitió directrices para la educación en turismo, incluyendo la necesidad de innovar en la formación turística de pregrado y postgrado, así como aumentar el acceso a la educación turística mediante recursos digitales. La propuesta de la MEIT se alinea con estas directrices para ofrecer una formación actualizada y accesible a una amplia audiencia no solamente en México sino incluso en otros países.

El 60% de la población interesada en estudios de posgrado enfrenta limitaciones para acceder a la educación presencial debido a la distancia. Sin embargo, estaría dispuesta a participar en un programa con actividades semipresenciales o de medio tiempo, con modalidad en línea o a distancia. Una maestría mixta en línea representa la solución ideal para estas condiciones, permitiéndoles acceder a la educación desde cualquier ubicación y en cualquier momento. En la Universidad de Colima, los programas educativos mixtos contemplan al menos el 41% del total de horas en actividades con mediación docente (sincrónicas o asincrónicas) y el 59% restando se realiza con trabajo independiente.

1.2 Factibilidad

1.2.1 Recursos humanos

El programa de la MEIT contempla la participación de un colectivo docente con la formación académica adecuada y pertinente. En la tabla 16 se presenta la lista de docentes que cumplen con el perfil docente del PE. Con respecto al grupo de docentes de tiempo completo, el 100% de éstos integran el Cuerpo Académico (CA) del plantel, que está constituido por cinco miembros, una mujer y cuatro hombres, que participan, como docentes en los programas de licenciatura y posgrado. Actualmente, tres tienen el grado de doctorado y el resto de maestría. El colectivo docente tiene formación en los diplomados de Agentes TIC ofrecidos por la Universidad de Colima, cuyo objetivo es desarrollar las habilidades digitales del profesorado, esto coadyuva a una adecuada implementación del programa de posgrado en una modalidad mixta en línea, así mismo, se cuenta con personal docente con experiencia en la impartición de cursos a distancia y el diseño de material didáctico multimedia.

Tabla 15. Personal docente que participa en el programa educativo

Nombre	Género	Tipo de contratación	Formación	Institución en la que obtuvo el último grado académico	Antigüedad en la institución	Plantel de Adscripción
Amaya Molinar Carlos Mario	H	PTC	D. en Turismo, Derecho y Empresa	Universitat de Girona	23	Facultad de Turismo
Covarrubias Ramírez Rafael	H	PTC	D. en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad	Universidad de Guadalajara	26	Facultad de Turismo
Schmidt Cornejo Nel Enrique Cristian	H	PTC	D. en Gestión del Turismo	Universidad de Occidente	22	Facultad de Turismo
Ochoa Llamas Ileana	M	PTC	M. en Finanzas	Universidad de Colima	17	Facultad de Turismo
Zavala Cordero Mauricio	H	PTC	M. C. en Ciencias, Área Gestión Turística	Universidad de Alicante	17	Facultad de Turismo
Gutiérrez Guerra Elisa	M	PH	M. C. área Administración	Universidad de Colima	23	Facultad de Turismo
Aguirre Velázquez Sergio Armando	H	PH	M. en Administración	Universidad de Colima	18	Facultad de Turismo
Ballesteros Vega Mara	M	PH	M. en Administración	Universidad Aut. de Aguascalientes	16	Facultad de Turismo
Bracamontes Ceballos Isaías	H	PH	M. en Competitividad Turística	Universidad de Colima	15	Facultad de Turismo
Sosa Rodríguez Jesús Otoniel	H	PTC	D. de Estudios Científico-Sociales	ITESO	16	Fac. de Turismo y Gastronomía
Bautista Hernández Adriana del Carmen	M	PTC	D. en Desarrollo Regional	Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo	15	Fac. de Turismo y Gastronomía
Nuchnudee Chaisatit	M	PTC	D. en Relaciones Transpacíficas	Universidad Aut. del Estado de México	16	Fac. de Turismo y Gastronomía

Fuente: Elaboración propia

De los docentes enlistados, el Dr. Carlos Mario Amaya Molinar, el Dr. Nel Enrique Christian Schmidt Cornejo y el Dr. Rafael Covarrubias Ramírez cuentan con Nivel 1 del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII) de CONAHCYT, mientras que el Dr. Jesús Otoniel Sosa Rodríguez, la Dra. Nuchnudee Chaisatit y la Dra. Adriana del Carmen Bautista Hernández son candidatos (as) a Investigador en el mismo sistema.

1.2.2 Infraestructura

La Facultad de Turismo, está ubicada en el campus Villa de Álvarez; cuenta con diversos espacios para el desarrollo de las actividades propias del posgrado, tales como:

1. *Aulas.* Se cuenta con un total de ocho aulas ubicadas en un edificio de dos niveles. Cada aula tiene una capacidad instalada para atender hasta 40 estudiantes y está equipada con 20 mesas dobles y 40 sillas. Las cuatro aulas del segundo nivel están habilitadas con salida de emergencia. Además, cuentan con un escritorio, con una PC, acceso a la red alámbrica, proyector, pantallas, equipo de sonido, cuatro ventiladores y lámparas.
2. *Sala de usos múltiples:* destinada exclusivamente para la impartición de cursos del posgrado. Esta aula puede dividirse en dos salones más pequeños, por ejemplo, para el trabajo con las asignaturas optativas. Está habilitada con aire acondicionado, mesas de trabajo y sillas para 40 personas, además de dos escritorios y sillas para docentes, dos pintarrones, dos equipos de cómputo, dos proyectores para cuando se requiere la división del aula, así como equipo de sonido.
3. *Laboratorio de aplicaciones informáticas:* cuenta con 40 equipos para estudiantes y uno para la instrucción del profesor, proyector y sonido. El laboratorio cuenta también con 10 pantallas táctiles para programas específicos de turismo como los puntos de venta en A y B, y Sistemas de gestión de propiedad (PMS por sus siglas en inglés). El laboratorio cuenta con un área de administración, donde opera un encargado, quien cuenta con una PC y un servidor para la gestión de la red del aula, así como impresora.
4. *Laboratorio de Alimentos y Bebidas:* Ubicado en la parte sur del campus Villa de Álvarez, está organizado en dos partes: el área de montaje y el área de producción. Cuenta también con un almacén de vajillas y mantelería, de alimentos y utensilios, dos cubículos y una sala de juntas para uso del profesorado, sanitarios y un área de lockers.

En la Facultad de Turismo el profesorado del núcleo académico básico (NAB) cuentan con cubículos individuales, habilitados con escritorio, librero y equipo de cómputo conectado a una impresora en red para uso común de docentes por hora o visitantes. Además de lo

dispuesto en las aulas, se cuenta con una sala de maestros, equipada con dos equipos de cómputo, escáner e impresora para el trabajo académico del profesorado, tales como la planificación, la elaboración de material, revisión del trabajo académico, entre otras tareas, además de mobiliario para reuniones. Así, en total el plantel cuenta con 52 equipos para el uso del estudiantado, 37 para el uso del profesorado y 10 para uso administrativo.

En el campus también hay un área de *servicios estudiantiles* que cuenta con cuatro expendios de alimentos y bebidas, una papelería, un centro de copiado, una pequeña librería y servicios médicos.

Se cuenta también con el *Auditorio de Humanidades*, con una capacidad para 110 personas, en el que se realizan eventos con mayor audiencia, tales como conferencias, reuniones, etc.

En el campus Villa de Álvarez se ubica la Biblioteca de Humanidades, que cuenta con la siguiente infraestructura a disposición de la comunidad estudiantil y académica: dos cubículos grupales con capacidad para ocho personas cada uno, una sala de usos múltiples, con capacidad para 20 personas, un centro de cómputo con capacidad para 12 computadoras y una sala de consulta, con 15 mesas y tres muebles de estudio individual para atender a 71 estudiantes. Por lo tanto, la Biblioteca tiene una capacidad de atención para 119 usuarios (as) de forma simultánea, representando un 8.6% de la población total del campus.

La infraestructura física de la Facultad de Turismo es un elemento clave para garantizar la calidad del programa de posgrado, aun cuando este se imparta en línea. Contar con aulas equipadas con computadoras, proyectores y acceso a internet permite la producción de materiales didácticos digitales, la transmisión y grabación de las sesiones de clases. Asimismo, tanto los cubículos del profesorado como la sala de maestros ofrecen espacios adecuados para la planeación y coordinación de actividades académicas.

Además, disponer de instalaciones físicas facilita la organización de tutorías, asesorías de tesis y encuentros académicos presenciales cuando así se requiera. La sala de usos múltiples y los cubículos grupales de la biblioteca proporcionan un entorno propicio para estas interacciones. Asimismo, la presencia del Auditorio de Humanidades permite la realización de conferencias, seminarios, coloquios y defensas de tesis, complementando la formación en línea con espacios para la socialización del conocimiento.

El acceso a recursos bibliográficos y tecnológicos también es un factor determinante para fortalecer la formación del estudiantado del posgrado. La Biblioteca de Humanidades ofrece espacios de estudio, equipos de cómputo y fuentes de información especializadas que

pueden ser aprovechadas por aquellos que residan cerca del campus o que requieran apoyo documental. De igual manera, los laboratorios de aplicaciones informáticas y de Alimentos y Bebidas permiten desarrollar investigaciones aplicadas y pruebas experimentales, enriqueciendo el conocimiento generado en el programa.

La combinación de estos elementos fortalece la oferta educativa, asegurando que el estudiantado cuente con recursos físicos y tecnológicos que complementen su formación en línea.

1.2.3 Infraestructura tecnológica

Actualmente, el plantel cuenta con aulas, cubículos y laboratorios equipados para el desarrollo de las funciones básicas del posgrado con modalidad mixta en línea. Cada aula tiene una computadora conectada a internet, así mismo cada cubículo cuenta con un equipo de cómputo adecuado para realizar videoconferencias sincrónicas. La conectividad en el campus es de 1,000 MB/s. Todas las computadoras están vinculadas a un servidor HP con Windows 2008 server.

A la infraestructura académica institucional se suma el acceso a la planta turística estatal y nacional con la que se tienen convenios de colaboración, en la que se pueden desarrollar múltiples actividades de aprendizaje, principalmente relacionadas con la asignatura de Taller de Vinculación.

1.2.3.1 Plataforma EDUC

El programa se apoyará con la plataforma EDUC (<https://educ.ucol.mx>), que fue diseñada para la formación en línea por la Universidad de Colima, que integra herramientas para la gestión de contenidos, la gestión de usuarios, la comunicación e interacción entre participantes, así como para el seguimiento y evaluación del estudiantado. De manera específica, las herramientas de gestión de contenidos permiten estructurar actividades vinculadas con recursos educativos y materiales incrustados. La gestión de usuarios permite la inscripción por parte del profesor y la autoinscripción por parte del alumno.

Las herramientas de comunicación están compuestas por mensajes vía correo electrónico grupales e individuales; además de un chat con mensajes privados. El seguimiento se realiza por medio del envío y recepción de entregables de tipo adjunto o enlace, a los cuales

se les pueden hacer comentarios a manera de retroalimentación. La evaluación del estudiantado será con la herramienta de elaboración de exámenes en línea EvPraxis, la cual es una plataforma gratuita, segura y de fácil uso desarrollada por la Universidad de Colima, diseñada para la gestión y aplicación de exámenes en línea. Su interfaz intuitiva permite a docentes aplicar evaluaciones desde cualquier ubicación, lo que la convierte en una herramienta ideal para programas de posgrado en modalidad mixta. Una de sus principales ventajas es la optimización del tiempo y los recursos, ya que facilita la creación de reactivos reutilizables además de que automatiza la calificación de exámenes, permitiendo que los docentes se enfoquen en actividades de retroalimentación del aprendizaje.

1.2.3.2 Centro de datos y conectividad

La plataforma EDUC se encuentra alojada en un servidor del centro de datos de la Universidad de Colima, que se encuentra debidamente aislado y cuenta con acceso físico restringido, así como con las condiciones de temperatura, humedad, control de plagas y protección contra incendios ideales.

El servidor de la plataforma es suficientemente robusto y actualmente da servicio a 400 usuarios concurrentes y 15,000 usuarios semanales. Además, se puede escalar (ampliar en sus capacidades) en caso de que sea necesario hasta el doble de su capacidad de procesamiento actual. Su alimentación energética es redundante, por lo que ofrece una alta disponibilidad.

El centro de datos está protegido contra ataques informáticos, virus e intrusiones, gracias a un cortafuegos (firewall) de próxima generación conectado a los servidores. También se cuenta con una conexión a internet de 2 gbps (gigabits por segundo) simétricos, es decir, con la misma velocidad de carga y de descarga, lo cual garantiza que la plataforma EDUC brinde a sus usuarios una conectividad segura y adecuada.

1.2.3.3 Servicios por convenio

La Universidad de Colima cuenta con un convenio de licenciamiento con Microsoft; gracias a ello ofrece a la comunidad universitaria licencias de Windows, Office y OneDrive, tanto para los equipos de cómputo de la institución, como personales.

Asimismo, mantiene un convenio con Google que le permite brindar a la comunidad universitaria Google Workspace, que incluye gran variedad de herramientas en línea (Gmail,

Calendar, Docs, Meet, Forms, Classroom y Google Drive), accesibles de manera preferencial para el aprovechamiento de docentes y estudiantes mediante una cuenta de correo universitaria "@ucol.mx". Cabe resaltar que tales herramientas contribuirán al desarrollo de las materias que conforman el programa educativo al proporcionar un ecosistema digital robusto. Gmail, es un canal institucional confiable para la comunicación académica; Google Calendar facilita la organización de actividades, recordatorios y fechas clave de la operación del programa; Google Docs y Google Drive permiten la creación, edición y almacenamiento de documentos colaborativos en la nube, asegurando el acceso a materiales de estudio en cualquier momento y desde cualquier dispositivo; Google Classroom centraliza las actividades de enseñanza y aprendizaje, ofreciendo un espacio estructurado para la entrega de tareas, foros de discusión y acceso a materiales de estudio; Google Meet facilita sesiones síncronas, tutorías y debates académicos en tiempo real, promoviendo la interacción y el acompañamiento personalizado del estudiantado sin importar su ubicación geográfica; y Google Forms permite la aplicación de encuestas, autoevaluaciones y cuestionarios de manera ágil y sencilla, brindando retroalimentación inmediata sobre el progreso de cada estudiante.

En conjunto, estas herramientas optimizan la comunicación, organización y colaboración dentro del programa, garantizando una experiencia educativa dinámica y efectiva en un entorno de aprendizaje flexible y accesible.

1.2.3.4 Biblioteca virtual

Para este programa educativo en la modalidad mixta en línea, la comunidad universitaria cuenta con acceso a diferentes plataformas electrónicas con numerosos contenidos digitales (artículos de revistas, libros, entre otros) de diferentes áreas temáticas, que por su calidad apoyan a la formación académica y la investigación (<http://bvirtual.ucol.mx/>). También ofrece a docentes y estudiantes universitarios el acceso gratuito a revistas electrónicas y bases de datos de diferentes áreas temáticas, organizada de la siguiente manera:

A. Libros electrónicos

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| – Bibliotechnia | – Ebooks universitarios |
| – Colección eLibro Cátedra | – Proquest Ebook Central |
| – Directory of Open Access Book | – Publicaciones en línea de la |
| – EBSCO eBook Collection | Universidad de Colima |

B. Bases de datos con acceso parcial o contrato vigente

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| – Dialnet | – GALE Cengage Learning |
| – EBSCO Host Academic Search | – ScienceDirect |
| – EBSCO Host Business Source | – Scopus |
| – EBSCO Host Fuente Académica | – Springer |
| – ELSEVIER | – Thomson Reuters |
| – Emerald | – Wiley |

C. Acceso Abierto (Open Access Initiative - OAI)

- | | |
|---|--|
| – Biblioteca Digital de la OEI | – Catálogo de Publicaciones de la Universidad de Colima |
| – Biblioteca Digital Mundial | |
| – Biblioteca Regional de Cs. Sociales (CLACSO) | – Centro de Información de la ONU para México, Cuba y República Dominicana |
| – Biblioteca Miguel de Cervantes | – DOAJ |
| – Bibliotecas Digitales Universidades Españolas | – e-Ciencia (España) |
| – INEGI | – e-Revist@s |
| – LANIC | – Heritage Science |
| – Docenteteca | – Latindex |
| – Marinet | – OAIster |
| – Open DOAR | – Open Access Directory |
| – RECOLECTA | – Open Libra |
| – Repositorios Institucionales Españoles | – Publicaciones de la FAO |
| – OECD iLibrary | – REDALYC |
| – PORTAL ISSN | – Scielo |
| – PQDT OPEN | – ScienceOpen |
| – Revistas y Bases de datos | – Cybertesis |
| – Bireme BVS | – Tesis Doctorales en Red (TDR) |
| | – Tesis Digitales COLMEX |

1.2.3 Factibilidad financiera

Los costos de operación que tendrá la MEIT se representan por la infraestructura académica con la que cuenta la Universidad de Colima a través de la Facultad de Turismo. Al implementarse como un programa mixto con mediación tecnológica, se reducirán sustancialmente los costos relacionados con aulas y equipos. No obstante, cuenta con proyectores, centros de cómputo equipados para las asignaturas de tecnologías, así como

bibliotecas y centros de idiomas para el complemento a la formación.

La Facultad cuenta con el personal humano capacitado como docentes de tiempo completo, así como los de asignatura con grados de maestría y doctorados con perfil adecuado para impartir las asignaturas del plan de estudio. Para el caso de algunas asignaturas básicas y optativas se puede contar con docentes adscritos a otros planteles o visitantes, cuyos costos asociados serán los de pago de la asignatura.

Aunado a lo anterior el Contrato Colectivo de Trabajo de la Universidad de Colima en su cláusula 71 señala que los trabajadores tendrán beca de inscripción si cursan algún programa de la Universidad incluyendo el posgrado. Si bien esta condición afecta al programa pues se deja de percibir dicho ingreso. Aun así, el mercado meta de la MEIT son las personas que se encuentran actualmente laborando en organizaciones turísticas en cualquier parte del país.

1.2.4 Vinculación

El turismo es un sector que requiere de manera permanente una fuerte vinculación entre las organizaciones que lo componen con el objetivo de crear sinergias para el desarrollo de la actividad turística. La Facultad de Turismo, a través de su comunidad educativa, mantiene una constante colaboración con los sectores social, productivo y gubernamental, desde los diferentes niveles de gobierno como Ayuntamientos y Gobierno del estado, organismos empresariales como la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), empresas del sector turístico como hoteles, restaurantes y otros.

Esta vinculación es coordinada por la Dirección General de Atención al Sector Social y Productivo que ofrece orientación a los planteles para gestionar proyectos que atiendan las necesidades de los sectores. De manera paralela al esfuerzo anterior, el plantel busca el acercamiento con empresas y organismos a través del vínculo con egresados (as), el reconocimiento y la producción de docentes del programa, logrando atender proyectos solicitados por las organizaciones turísticas. A través de proyectos de investigación y cursos de capacitación se ha logrado fortalecer la actividad turística en la región con el desarrollo de algunas comunidades y la definición de algunas acciones en la agenda de los diferentes niveles de gobierno en materia de turismo.

La Facultad de Turismo cuenta con convenios con organizaciones de los diferentes subsectores del sector turístico (tabla 17), los convenios se han firmado principalmente para que estudiantes de pregrado tengan espacios para sus prácticas profesionales. Si bien estos

convenios se han establecido para el programa de pregrado, es factible ampliarlos para incluir al estudiantado de posgrado. Por otro lado, se prevé que el estudiantado que ingrese al programa de maestría y ya esté laborando en una empresa del sector turístico pueda realizar sus actividades de horas de trabajo profesional supervisado (Taller de vinculación) en la misma empresa, siempre y cuando sea posible garantizar que dichas actividades contribuyan a su formación profesional acorde al programa educativo. Además, se gestionarán convenios con las organizaciones turísticas en las que estén inmersas las personas estudiantes del posgrado, abriendo así una ventana de oportunidad para colaboraciones y proyectos de vinculación con el sector en diversas geografías del país y el mundo.

Tabla 16 Convenios de colaboración vigentes entre la Facultad de Turismo

Giro de la empresa/ Organización	Cantidad de Empresas/
Aerolíneas	1
Aeropuertos	1
Agencias de viaje	8
Bares	3
Centros de convenciones	2
Centros vacacionales	3
Hoteles	46
Organizaciones gubernamentales	3
Tour Operadores	3
Transportadoras turísticas	1
Parques temáticos	2
Restaurantes	9

Fuente: Elaboración propia

La Facultad de Turismo mantiene vinculación con diversos sectores de la entidad a través de la participación de proyectos que permiten al estudiantado crear redes de contacto

para la generación de futuros emprendimientos, innovaciones o para establecer lazos con profesionales del sector. En la tabla 18 se presentan los proyectos que vinculan a docentes, estudiantes y sector productivo.

Tabla 17 Proyectos de vinculación de la Facultad de Turismo

Sector Social	Proyectos de vinculación
Sector productivo	La dirección de la Facultad de Turismo ha creado sinergias con la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos CANACO SERVYTUR, y la CANIRAC, para la creación de proyectos en conjunto que fortalezcan la vinculación de estudiantes con las empresas agremiadas.
Sector público	Se mantiene una estrecha colaboración con la Subsecretaría de Turismo del Gobierno del estado de Colima ya que la Facultad forma parte del Subcomité Sectorial de Turismo. La Facultad participa como responsable del proyecto de Observatorio Turístico del estado de Colima.
Colectivos	Con el colectivo de cocineras tradicionales Mujeres del Fuego, a través de la creación de espacios presenciales y virtuales para el intercambio de ideas entre estudiantes, docentes y cocineras tradicionales a fin de trabajar en la inclusión, fomento del desarrollo comunitario y la cocina tradicional colimota.
Emprendimiento e innovación	Participación de estudiantes en el marco de la incubadora de negocios perteneciente a la Dirección General de Innovación de Cultura Emprendedora de la Universidad de Colima.

Fuente: Elaboración propia, 2024

1.2.5 Modalidad del programa

Se considera factible la implementación de la maestría que se propone en la modalidad mixta del tipo en línea. La modalidad educativa debe cambiar de Presencial a Mixta en línea, con al menos el 41% de las horas totales con mediación docente tanto sincrónica como asincrónica apoyada en la tecnología y el resto de las horas de trabajo independiente en plataformas educativas digitales o en escenarios reales. La principal característica de esta modalidad de acuerdo al Manual para el diseño y actualización de planes de estudio de

posgrado es “la combinación de la virtualidad en los procesos de aprendizaje autónomos y flexibles, y la mediación docente donde deben existir coincidencias temporales entre los actores educativos, a través de medios de comunicación sincrónicos, asincrónicos o actividades presenciales” (p. 33).

En el caso de las asignaturas que se imparten bajo modalidad mixta en línea, se cuenta con una planificación académica en la que se detalla la distribución de actividades sincrónicas y asincrónicas, el tiempo estimado de dedicación por parte del estudiantado en cada una de las actividades de aprendizaje y las herramientas tecnológicas requeridas para llevarlas a cabo. Esta modalidad busca garantizar la flexibilidad en el aprendizaje sin sacrificar la profundidad académica ni la interacción significativa entre docentes y estudiantes.

El proceso de planificación de las asignaturas en modalidad mixta en línea considera la definición de objetivos de aprendizaje, la selección de recursos didácticos digitales, la calendarización de actividades y evaluaciones, así como la determinación de los canales de comunicación y acompañamiento. Cada asignatura integra un plan de trabajo que favorece la autonomía del estudiantado y el desarrollo de competencias aplicadas.

En cuanto al diseño instruccional, las asignaturas en estas modalidades siguen un enfoque basado en resultados de aprendizaje, articulando contenidos, actividades y evaluaciones de manera coherente y progresiva. Se utilizan estrategias didácticas que fomenten el aprendizaje colaborativo y la aplicación práctica del conocimiento, apoyadas en la plataforma digital EDUC y en recursos digitales interactivos.

1.2.6 Conclusiones de la factibilidad

La factibilidad de un plan de estudios en turismo se fundamenta en la capacidad de la institución educativa para ofrecer un programa académico sólido que responda a las necesidades del mercado y a las expectativas del estudiantado. Aspectos como la disponibilidad de recursos humanos y tecnológicos, así como la viabilidad financiera del proyecto, son determinantes para asegurar el éxito y la sostenibilidad del programa. En este apartado, se examinaron aspectos cruciales para evaluar la viabilidad de la implementación y operación de la MEIT.

Respecto a los recursos humanos necesarios para poder ofrecer el posgrado, se identifica que se cumple el requisito de que el NAB esté compuesto por al menos seis docentes de tiempo completo y que al menos dos de ellos tengan estudios de doctorado. El NAB está conformado por ocho docentes de tiempo completo, de los cuales, cinco ostentan el grado de doctor. Sin embargo, no se cubre la cuota de ocho docentes pertenecientes al SNII que se señala como requisito en el

artículo 12 de los Lineamientos del SNP del CONAHCyT para que el programa sea susceptible de ofrecer becas a su estudiantado. Solamente se cuenta con cinco docentes con reconocimiento de SNII.

En lo relativo a la infraestructura, se tiene que la Facultad de Turismo y la propia Universidad de Colima cuentan con suficiencia en este rubro para ofrecer un posgrado con modalidad mixta en línea. En la facultad, se cuenta con una conexión a internet estable y PCs en los cubículos con las características adecuadas para realizar videollamadas. A esta infraestructura se debe agregar la institucional.

El programa será implementado principalmente en EDUC, plataforma para la formación en línea desarrollada por la Universidad de Colima, que integra herramientas para la gestión de contenidos, la gestión de usuarios, la comunicación e interacción entre participantes, así como para el seguimiento y evaluación del estudiantado. Esta plataforma se acompaña de la herramienta virtual de elaboración de exámenes en línea EvPraxis. Además, se complementará con otras herramientas digitales gracias a que la Universidad de Colima cuenta con un convenio de licenciamiento con Microsoft; gracias a ello ofrece a la comunidad universitaria licencias de Windows y Office y almacenamiento gratuito para los usuarios. Asimismo, mantiene un convenio con Google que le permite brindar a la comunidad universitaria Google Workspace, que incluye Gmail, Calendar, Docs, Meet, Forms, Classroom y almacenamiento en línea en Google Drive.

En lo relativo al acceso a fuentes de información actualizada y confiable, la Universidad de Colima proporciona información desde su Biblioteca Virtual sobre diferentes plataformas electrónicas para realizar consultas de artículos de revistas, libros, entre otros materiales, que por su calidad apoyan a la formación académica y la investigación.

Se considera que la propuesta es viable financieramente ya que no se requiere contratar personal externo a la institución, ni adquirir equipamiento especializado extra a la infraestructura con la que ya se cuenta.

La Facultad de Turismo, a través de su comunidad educativa, mantiene una constante colaboración con los sectores social, productivo y gubernamental. Esa vinculación se refleja en una diversidad de convenios con organizaciones de los diferentes subsectores de la industria turística que permiten acceder al estudiantado a espacios para prácticas profesionales. Además, se cuenta con la participación del colectivo docente en proyectos de capacitación, investigación e innovaciones en el sector turístico.

En conjunto, los aspectos descritos en este apartado demuestran la factibilidad de la MEIT en modalidad mixta en línea y respaldan su potencial para ofrecer una formación de alta calidad y relevancia en el ámbito del turismo.

1.3 Proyecto formativo

Con base en los resultados del estudio de referentes internos y externos, se define el proyecto formativo que se presenta como una propuesta factible y requerida para el desarrollo del turismo en México, el PE Maestría en Emprendimiento e Innovación de Negocios Turísticos. Este programa, en congruencia con la misión, visión y valores de la institución y de los planteles que la presentan, se enfoca en la formación integral de posgraduados que desarrollen proyectos de innovación en la oferta turística y con ellos contribuyan a la competitividad del sector social y productivo a nivel nacional e internacional y a la transformación de la sociedad.

Las tendencias en el turismo se encaminan en encontrar nuevas formas de hacer turismo a partir de la experiencia del COVID-19, la urgente necesidad de respetar a la naturaleza desde una perspectiva estratégica y el deseo de los turistas por tener experiencias que sean trascendentes y diferentes a lo que se practica antes de la pandemia. Para ello, la innovación en el sector turístico debe fluir desde todos los tipos de organizaciones turísticas que lo componen: gobierno, iniciativa privada, organizaciones públicas y organizaciones civiles, lo que significa que la innovación debe estudiarse desde un punto de vista amplio y no solo de los negocios turísticos.

El modelo educativo propuesto por la institución le permite al PE tener un enfoque formativo en el que se busque el desarrollo de competencias en el estudiantado a través de cuatro estrategias pedagógicas, estas son: aprendizaje basado en proyectos, aprendizaje basado en retos y estudios de casos.

Al ser una maestría profesionalizante, se pretende que las competencias adquiridas por el estudiantado durante su trayectoria académica sean congruentes con las necesidades y tendencias del campo laboral. Por ende, se deben contemplar procesos de evaluación académica de los aprendizajes del estudiantado y de la pertinencia del posgrado.

Con base en el principio de la flexibilidad curricular, así como para atender intereses específicos de formación y/o especialización del estudiantado, se genera la oferta de materias optativas que abordan contenidos de Innovación social, nuevas economías en turismo, negocios gastronómicos y tendencias del turismo. Así mismo, el PE contempla que el estudiantado, en las medidas de sus interés y posibilidades, participen en el programa de movilidad académica en otras instituciones educativas del país o del extranjero. Otra característica respecto a la flexibilidad del PE, es que se contempla la asignatura denominada “Taller de vinculación”, en ella se incluyen horas de trabajo profesional supervisado, en la modalidad de estancia profesional que bien, podrá ser desarrollado en organizaciones

turísticas locales, nacionales o internacionales teniendo como producto un proyecto de innovación en formato tesis o de proyecto de intervención.

Tras el análisis histórico del desempeño de los programas de posgrado en la facultad, se identifica un bajo desempeño en lo correspondiente a la eficiencia en titulación. En el PE se contemplan asignaturas que permiten la integración de conocimientos, permitiendo la construcción de una estrategia personalizada a favor de alcanzar el grado en tiempo y forma (Seminario de Integración). En seguimiento, las asignaturas de seminario de titulación consideran abordar los avances en sus proyectos de innovación con el propósito de que, al finalizar la última asignatura del posgrado, cada estudiante tenga su documento de titulación en condiciones para comenzar su trámite de obtención de grado.

Por su parte, el Taller de vinculación incluye una estancia profesional, en la que el estudiantado del posgrado desarrolla su proyecto de intervención o tesis, ya sea para la innovación en un área de la empresa turística o para el desarrollo de su propuesta de negocio turístico. Considerando el punto anterior, se tiene contemplada la intervención de la incubadora de negocios de la Universidad de Colima que le permitan al estudiantado mejorar sus documentos recepcionales si optan por la vía del emprendimiento.

A lo largo del análisis de los referentes externos del campo del conocimiento del turismo se hace presente el señalamiento de que la innovación debe priorizarse como en la formación profesional del área turística, lo que a su vez se refleja en emprendimientos ya que ésta es considerada un factor estratégico para el desarrollo del capital humano, coadyuvando al posicionamiento de las organizaciones y el país en los indicadores mundiales de competitividad y productividad.

Además de la innovación, egresados (as) de los programas educativos de la facultad señalan las competencias para la gestión de su propio negocio como la principal necesidad a atender con los estudios de posgrado, agregándole a la opinión de empleadores (as), quienes refieren la necesidad de diversificar la oferta en los destinos de la región, permitiendo así el desarrollo competitivo de la actividad turística.

Desde la perspectiva de personas expertas y empleadoras, es necesario que quienes se formen en turismo cuenten con habilidades de dirección, trabajo en equipo, comunicación y liderazgo para incorporarlas en la cultura organizacional de los diferentes entes turísticos. Por ello, se contempla incluir estos contenidos actitudinales en el desarrollo de los proyectos de innovación desde el área de emprendimiento e innovación, así como en el eje metodológico.

Otro aspecto relevante es el relacionado con las habilidades digitales y las tecnologías

aplicadas al turismo, siendo parte importante del currículo pues se incluyó esta área con materias especializadas e integrándose como un elemento formativo de manera transversal en todo el currículo.

Adicionalmente, según lo señalado en la epistemología, un posgraduado con competencias en emprendimiento e innovación en turismo podrá, iniciar, desarrollar, o dirigir una organización turística análoga o digital.

Por otro lado, la mayoría de la plantilla docente se ha adaptado a estas nuevas estrategias y la comunidad estudiantil expresa su beneplácito ya que la mediación tecnológica les permite no tener que trasladarse desde su lugar de residencia hasta las instalaciones del plantel, permitiéndoles tener ahorros de recursos financieros y de tiempo.

Además, las sesiones de clase sincrónicas se grababan por lo que de manera automática tienen acceso a material didáctico para repasar los temas abordados en cada clase. Se plantea la posibilidad de implementar el posgrado en la modalidad educativa mixta en línea, con aproximadamente 41% de las horas por medio actividades sincrónicas y asincrónicas entre docentes y estudiantes por medio de la mediación tecnológica y el resto de horas con trabajo independiente utilizando plataformas educativas digitales, lo anterior con base en el análisis del plan de estudios actual.

El posgrado se ofrece en la modalidad mixta en línea, es decir, se realizan actividades sincrónicas y asincrónicas entre el personal docente y el estudiantado, pero sin la obligación de coincidir en el espacio, pues la actividad se desarrolla a través de canales de comunicación digitales que facilitan el acceso a contenidos especializados, la interacción con expertos en el área y la retroalimentación constante, aspectos fundamentales para fortalecer la profesionalización de los participantes. Esta modalidad beneficia especialmente a personas que se desempeñan en organizaciones turísticas ya que les permite empatar su formación académica con sus responsabilidades laborales, garantizando así una actualización continua y aplicada a las necesidades del mercado.

El posgrado se ofrece en la modalidad mixta en línea, lo que permite la realización de actividades sincrónicas y asincrónicas entre el personal docente y el estudiantado sin la necesidad de coincidir físicamente en un espacio determinado. Para ello, se emplean canales de comunicación digitales que facilitan el acceso a contenidos especializados, la interacción con expertos en el área y la retroalimentación constante, aspectos fundamentales para fortalecer la profesionalización de los participantes. Esta modalidad beneficia especialmente a personas que se desempeñan en el ámbito turístico o que buscan desarrollar proyectos en este sector, ya que les permite compatibilizar su formación académica con sus

responsabilidades laborales, garantizando así una actualización continua y aplicada a las necesidades del mercado.

Para la operación del programa se cuenta con una planta docente conformada por docentes de la Facultad de Turismo y de la Facultad de Turismo y Gastronomía, en total son diez docentes, ocho docentes de tiempo completo y dos docentes por horas de la institución; seis docentes cuentan con Doctorado y el resto con Maestría. Se considera necesario realizar capacitación docente en el rubro del diseño de materiales didácticos para modalidades en línea, tutoría y acompañamiento docente en ambientes virtuales de aprendizaje, así como en el manejo de plataformas educativas digitales y tutoría.

La MEIT es una propuesta innovadora, que garantiza que se atenderá la demanda de servicios de posgrado para el área turística de la región, particularmente porque en el SNP no se cuenta con ninguna maestría en el área con las características propuestas que se demandan en el mercado nacional e internacional.

Capítulo II. Perfil académico profesional

2.1 Líneas de generación y/o aplicación del conocimiento

Con el propósito de fortalecer el desarrollo de proyectos que coadyuven a la formación profesional de quien egresa de la MEIT, se plantea desarrollar la siguiente línea de generación y aplicación del conocimiento denominada: Emprendimiento e Innovación de negocios turísticos.

Tabla 18 de la MEIT

LGAC	Descripción	Docentes adscritos
Emprendimiento e Innovación del Turismo	Identifica aquellos factores y procesos que contribuyen al surgimiento, desarrollo y consolidación de empresas en el campo del sector turístico, atendiendo a factores estructurales como el ecosistema emprendedor, acceso al financiamiento, marco regulatorio, educación, condiciones de mercado, aspectos culturales e infraestructura tecnológica y de servicios. Asimismo, busca obtener información que permita identificar y comprender aquellos factores y procesos que favorecen la creación de iniciativas turísticas sustentables, perdurables y exitosos.	Docentes de Tiempo Completo: Dr. Carlos Mario Amaya Molinar Dr. Rafael Covarrubias Ramírez Dr. Nel Enrique Cristian Schmidt Cornejo Dra. Nuchnudee Chaisatit M.F. Ileana Ochoa Llamas Dr. Jesús Otoniel Sosa Rodríguez Mtro. Mauricio Zavala Cordero Dra. Adriana del Carmen Bautista Hernández Colaboradora: Dr. Isaías Bracamontes Ceballos

Fuente: Elaboración propia

2.2 Núcleo académico

El trabajo de docencia y asesorías de proyectos de titulación se realiza con los siguientes docentes integrantes del NAB:

Tabla 19 Integrantes del NAB de la MEIT

Nombre del Profesor(a)	Formación
Amaya Molinar Carlos Mario	Doctorado en Turismo, Derecho y Empresa
Bautista Hernández Adriana Del Carmen	Doctorado en Desarrollo Regional
Chaisatit Nuchnudee	Doctorado en Relaciones Transpacificas
Covarrubias Ramírez Rafael	Doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad
Ochoa Llamas Ileana	Maestría en Finanzas
Schmidt Cornejo Nel Enrique Cristian	Doctorado en Gestión del Turismo
Sosa Rodríguez Jesús Otoniel	Doctorado en Estudios Científico-Sociales
Zavala Cordero Mauricio	Maestría en Ciencias, Área de Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los lineamientos para el diseño, implementación y evaluación de planes de estudio de la Universidad de Colima, únicamente se consideran como requisito seis docentes de tiempo completo y que al menos dos de ellos tengan estudios de doctorado por lo que el NAB sugerido cumple con dichas características al estar conformado por ocho docentes de tiempo completo (cinco de la Facultad de Turismo y tres de la Facultad de Turismo y Gastronomía), de este grupo de docentes, cinco cuentan con el grado de doctor.

2.3 Misión y visión del programa

Misión

El Programa de Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo (MEIT) tiene como propósito formar maestras y docentes líderes, capaces de innovar y gestionar organizaciones turísticas sostenibles, incrementando la competitividad del sector tanto a nivel local como nacional e internacional. Mediante un enfoque multidisciplinario que integra la investigación aplicada, el diseño de productos turísticos sostenibles y la implementación de estrategias de gestión y marketing digital. En un entorno académico que promueve la creatividad, la responsabilidad social y la ética, adaptándose constantemente a los cambios del sector para influir positivamente en el entorno y generar valor para la sociedad.

Visión

En un horizonte de diez años, el Programa MEIT se posiciona como un referente nacional en la formación de profesionales líderes en emprendimiento e innovación en el turismo, aplicando conocimientos especializados en el ámbito turístico para proponer soluciones multidisciplinarias innovadoras que impulsen la sostenibilidad y competitividad del sector.

2.4 Metas del programa

- Actualizar las asignaturas cada semestre para incorporar las últimas tendencias en innovación y tecnología aplicadas al turismo, asegurando la relevancia y actualidad del contenido educativo.
- Publicar al menos 2 artículos científicos anuales en revistas indexadas por parte del NAB en colaboración con estudiantes del posgrado y en sintonía con la LGAC del PE, contribuyendo al avance del conocimiento en emprendimiento turístico, innovación y sostenibilidad.
- Garantizar que el 100% de los proyectos de intervención profesional o tesis del estudiantado incluyan un componente de responsabilidad social y ética, alineado con los valores del programa.
- Asegurar que todo el estudiantado participe en al menos un proyecto multidisciplinario durante su trayectoria académica en el programa, trabajando con profesionales de otras áreas para resolver problemas complejos en el sector turístico.
- Establecer convenios de colaboración con al menos 10 universidades y/u organizaciones turísticas, facilitando el intercambio de estudiantes, la realización de proyectos de intervención conjuntos o de estancias profesionales.

2.5 Objetivo curricular

Formar maestras y maestros en Emprendimiento e Innovación en Turismo, capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con el propósito de incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, a través del trabajo en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.

2.6 Perfil de egreso

La persona que egresa de la MEIT desarrollará las siguientes competencias específicas:

- Diseña productos turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.

- Dirige organizaciones turísticas mediante la aplicación de las herramientas de gestión digital contemporáneas con un enfoque estratégico para generar organizaciones altamente competitivas en el mercado global con sentido ético, responsabilidad social empresarial y enfoque de sostenibilidad.
- Diseña y evalúa proyectos de intervención profesional, aplicando de manera crítica teorías y metodologías de investigación específicas del turismo a partir de la analítica de datos con una perspectiva ética y socialmente responsable para generar soluciones innovadoras en su campo de especialización.
- Evalúa proyectos turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.
- Diseña estrategias de gestión y marketing digital para incrementar la eficiencia, productividad y ventas de las diferentes organizaciones turísticas.
- Toma decisiones con criterios de sostenibilidad con base en el proceso de análisis de datos con apoyo de plataformas digitales, inteligencia artificial y software especializado.

Asimismo, poseerá las siguientes competencias genéricas:

- a) Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.
- b) Resuelve problemas en interacción con otros profesionales.
- c) Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.
- d) Analiza información y la utiliza en la toma de decisiones fundamentadas.

2.7 Perfil del aspirante

La persona que desee ingresar al programa de posgrado debe contar con las siguientes características:

Habilidades

- Capacidad para trabajar en equipo, de manera organizada, con alto sentido de la responsabilidad
- Capacidad para interactuar y establecer vínculos con actores clave del ecosistema turístico
- Capacidad de análisis y de síntesis
- Capacidad de autogestionar su proceso de aprendizaje

- Manejo de las tecnologías de información y comunicación (plataformas educativas, mensajería instantánea, correo electrónico, word, excel y powerpoint).
- Capacidad para planear actividades de manera eficiente optimizando el tiempo disponible
- Transmisión de ideas e información de manera clara y concisa tanto de forma verbal como escrita
- Capacidad para mantener la calma en situaciones problemática o retadoras

Conocimientos

- Estudios de licenciatura preferentemente en las áreas de turismo y gastronomía, o de administración y negocios o, en su caso, experiencia laboral comprobable en las áreas mencionadas.
- Conocimientos básicos de metodología de investigación
- Comprensión de lectura en idioma inglés

Actitudes:

- Iniciativa para buscar oportunidades de aprendizaje, resolver problemas y tomar medidas para alcanzar las metas académicas.
- Mentalidad resiliente para enfrentar desafíos y superar obstáculos
- Adaptabilidad para ajustarse a cambios en el entorno académico.
- Curiosidad intelectual
- Actitud receptiva hacia nuevas ideas, enfoques y perspectivas, y disposición para cuestionar suposiciones previas y explorar nuevas formas de pensar y aprender.
- Compromiso con los estándares de ética y conducta profesional, incluyendo la honestidad académica y el respeto a sus semejantes.
- Interés por la innovación y el emprendimiento, manifestando disposición para participar en procesos de incubación de empresas turísticas

2.8 Campo ocupacional

La persona egresada de la MEIT puede desempeñarse en puestos directivos y de mandos intermedios en organizaciones públicas y privadas vinculadas directamente con la actividad turística, tales como:

a) Emprendimientos productivos o sociales en el sector turismo.

b) Organizaciones turísticas de los diferentes giros de actividad:

- Empresas de hospedaje
- Empresas de viajes
- Empresas de alimentos y bebidas
- Empresas de entretenimiento
- Operadoras turísticas
- Empresas de turismo alternativo
- Empresas de consultoría y asesoría

c) Dependencias sin fines de lucro, gubernamentales y no gubernamentales como:

- Dependencias de fomento al turismo de los gobiernos federales, estatales y municipales
- Fideicomisos de promoción turística
- Oficinas de congresos y convenciones

d) Organismos no gubernamentales vinculados con el turismo y la conservación del medio ambiente.

2.9 Requisitos de ingreso, egreso y obtención del grado

2.9.1 Requisitos de ingreso

Las personas aspirantes a estudiar el programa de la MEIT deberán cubrir los siguientes requisitos:

- Certificado y título universitario, acreditando un promedio mínimo 8.0, o su equivalente.
- Constancia de comprensión lectora del idioma inglés
- Presentar el Examen Nacional de Ingreso EXANI-III.
- Realizar una entrevista con el comité de selección
- Atender los demás requisitos que señale la convocatoria vigente.
- Cubrir los aranceles correspondientes.
- Los demás que marque el Reglamento Escolar de la Universidad de Colima vigente.
- Deseable haber colaborado en una organización turística por un periodo de al menos 400 horas en los dos años anteriores al inicio del programa.
- Deseable haber participado en la implementación de un nuevo programa o proyecto en una organización turística.

2.9.2 Requisitos de egreso

- Aprobar el 100% de los créditos del plan de estudios.
- No tener adeudos con la Universidad de Colima.
- Los demás que señale la normativa institucional vigente.

2.9.3 Requisitos de obtención del grado

Para tener derecho a solicitar el grado de maestría se requiere:

- I. Aprobar el total de créditos del plan de estudios;
- II. No tener adeudos en bibliotecas, plantel, centros de investigación u otras dependencias universitarias;
- III. Cumplir con las disposiciones establecidas para tal fin, de acuerdo con los Lineamientos de Titulación en Posgrado vigentes y,
- IV. Estar al corriente en el pago de aranceles.

2.9.3.1 Modalidades de obtención del grado

Al ser un programa orientado a la profesión, las principales modalidades de titulación que se promueven en la MEIT son el proyecto de intervención en el campo profesional y la tesis. El proyecto de intervención en el campo profesional o la tesis se desarrollará en las asignaturas de Seminario de Integración I y II, Seminario de Titulación I y II y en el Taller de vinculación; para este documento recepcional se deben contemplar las etapas de diagnóstico, diseño, aplicación, desarrollo, evaluación y reflexión en torno a la experiencia de dicha vinculación.

Para efectos de diferenciar al proyecto de intervención en el campo profesional de una tesis se cita a la letra lo estipulado en los artículos 15 y 16 del documento Evaluación del aprendizaje en Educación Superior, Titulación en posgrado, en el que se señala lo siguiente:

Artículo 15. La tesis es un trabajo escrito generado como producto de una investigación sobre un tema determinado del área del programa educativo. Para su desarrollo se deberán atender los lineamientos teóricos, metodológicos y técnicos propios de la disciplina, establecidos en las disposiciones institucionales específicas, considerando que:

- I. Las tesis como opción para obtener el diploma de especialidad o el grado de maestría o doctorado, orientado a la profesión, deberá ser un trabajo original que

demuestre la capacidad del sustentante para analizar y proponer alternativas de solución a problemas propios del campo disciplinario y profesional del programa.

Artículo 16. El proyecto de intervención en el campo profesional es una propuesta pertinente y factible para la mejora de procesos específicos de un campo de acción profesional, que se realiza con base en un diagnóstico y con el propósito de que inicie su funcionamiento en corto o mediano plazo. El documento para la obtención del grado bajo esta modalidad, supone el diseño de la propuesta y la ruta crítica para su posterior operación y evaluación, así como un proceso de reflexión en torno al área en que se propone realizar la intervención y los efectos que la misma pudiera tener.

En esencia, quienes se inclinan por desarrollar una tesis como opción de titulación deberán realizar una investigación aplicada y orientada hacia el emprendimiento o innovación en el turismo, mientras que el estudiantado que decida realizar el proyecto de intervención en el campo profesional formulará una propuesta innovadora que mejore la eficiencia de los procesos de una organización turística ya existente o en su caso, formular y evaluar un proyecto de emprendimiento de un producto o servicio turístico innovador.

Ambas opciones de titulación refieren a una innovación en el campo del turismo debidamente documentada en su origen, desarrollo y reflexión sobre los resultados; la temática la elegirá cada estudiante en función de lo más pertinente a su espacio laboral o a sus condiciones para emprender un proyecto de innovación empresarial.

Además, el estudiantado puede elegir de entre otras tres modalidades de titulación contempladas para las maestrías profesionalizantes en la Universidad de Colima: 1) Tesina, 2) Evaluación general de conocimientos y 3) Desempeño académico sobresaliente.

Se propone por lo tanto que, en el caso de la MEIT se privilegie la titulación mediante la integración de conocimientos para la obtención de grado con el desarrollo de un proyecto de intervención en el campo profesional o una tesis, cuyas características se encuentran en la normativa institucional de la Universidad de Colima.

Capítulo III. Organización y estructura curricular

3.1 Estructura, modalidad y áreas

El plan de estudios de la MEIT se cursa en cuatro cuatrimestres, con un total de 16 asignaturas, de las cuales 13 corresponden al núcleo base, 3 optativas, lo que equivale a 75 créditos y 1,200 horas. Las horas con mediación docente (HMD) son 492, lo que representa el 41% del total, mientras que las horas de trabajo independiente (HTI) suman 708, equivalentes al 59%.

Respecto a la distribución por cuatrimestre, todos contemplan cuatro asignaturas, en el primero son todas obligatorias y de segundo a cuarto se componen por tres obligatorias y una optativa. Es importante considerar que, en este caso, la asignatura de Taller de vinculación considera una estancia profesional de 150 horas con mediación docente implementando la figura de asesor(a) para dar seguimiento y asesoría al proyecto de intervención en el campo profesional que estará desarrollando cada estudiante, esta asignatura deberá ser acompañadas por un docente asignado a la materia y de un experto que guiará y apoyará las actividades de aprendizaje.

El presente plan de estudios está integrado por cuatro áreas de formación. A continuación, se describe cada una de ellas:

1. **Área de Emprendimiento e innovación:** con un total de cinco asignaturas (20 créditos), lo que representa el 25.6% del total de los créditos. Esta área tiene como propósito desarrollar las competencias en innovación, emprendimiento y gestión que fortalezcan la formación gerencial, funcional y sistémica de las organizaciones turísticas.

Tabla 20. Asignaturas del área de Emprendimiento e Innovación

Cuatrimestre	Asignatura	HD	HI	HT	Créditos
I	Emprendimiento e innovación	30	34	64	4
I	Gestión estratégica	28	36	64	4
II	Innovación de productos turísticos	28	36	64	4
III	Gestión del turismo para la sostenibilidad	28	36	64	4
IV	Formulación y evaluación de proyectos turísticos	30	34	64	4
	Total	144	176	320	20

2. **Habilidades digitales:** Con tres asignaturas (12 créditos) que equivalen al 15.4 % de los créditos del programa. Tiene como objetivo desarrollar habilidades digitales que permitan incidir en las organizaciones turísticas a partir de la implementación de soluciones tecnológicas encaminadas a la gestión organizacional, marketing y análisis de datos.

Tabla 21. Asignaturas del área de Habilidades Digitales

Cuatrimestre	Asignatura	HD	HII	HT	Créditos
I	Gestión digital	28	36	64	4
II	Analítica de datos	30	34	64	4
III	Marketing digital	28	36	64	4
	Totales	86	106	192	12

3. **Metodología:** con cinco asignaturas (34 créditos) que constituyen el 43.6% de los créditos. Su objetivo es dotar de los elementos teórico-metodológicos para la conclusión exitosa de un proyecto innovador (tesis o proyecto de intervención en el campo profesional) que integre los aprendizajes desarrollados por el estudiantado, además de poderle ser útil como opción de titulación.

Tabla 22. Descripción de las asignaturas del área de integración de proyectos

Cuatrimestre	Asignatura	HD	HI	HT	Créditos
I	Seminario de integración I	36	44	80	5
II	Seminario de integración II	36	44	80	5
III	Seminario de titulación I	40	40	80	5
IV	Seminario de titulación II	40	40	80	5
IV	Taller de vinculación	26	150	176	14
	Totales	162	182	544	34

En esta área se incluyen 150 horas de estancia profesional dentro de las actividades a realizar en la asignatura Taller de vinculación, la cual será un espacio en el que el estudiantado podrá desarrollar lo planteado en su proyecto innovador (tesis o proyecto de intervención en el campo profesional), lo cual permitirá un seguimiento oportuno al avance y conclusión de los proyectos presentados por el estudiantado para

así garantizar la obtención del grado de los mismos y contribuir al logro de los objetivos educativos.

4. **Optativas:** con tres materias (12 créditos), que representan el 15.4% del total de los créditos. Se ofrece para fortalecer la flexibilidad del currículo, permitiendo al estudiante elegir materias correspondientes a las áreas de: Innovación social y la de Negocios gastronómicos. Lo anterior permitirá al estudiantado optar por materias que profundicen en el área de su interés y contribuyan al fortalecimiento de su ejercicio profesional.

Tabla 23. Descripción de las asignaturas optativas

Cuatrimestre	Asignatura	HD	HTI	HT	Créditos
II	Optativa I	28	36	64	4
III	Optativa II	28	36	64	4
IV	Optativa III	28	36	64	4
	Totales	84	108	192	12

Como puede apreciarse, la distribución de asignaturas y carga horaria/créditos está fundamentada en las necesidades de formación y desarrollo de competencias que promueve el presente proyecto formativo, de tal manera que el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que el egresado posea, quedan estructuradas en distintas áreas del saber, que le permitirán satisfacer los requerimientos del mercado profesional.

3.2 Operatividad académica del programa

3.2.1 Gestión de las asignaturas

El desarrollo del programa de la MEIT se contempla que sea en periodos cuatrimestrales con 12 semanas efectivas de actividades académicas por cada periodo. En cada cuatrimestre se cursarán cuatro asignaturas bajo el siguiente esquema operativo:

- Las asignaturas del eje metodológico tendrán sesiones al principio y durante todo el cuatrimestre de forma intercalada entre cada una de las asignaturas del periodo

- Las asignaturas serán cursadas asignatura por asignatura
- Cada asignatura tendrá una duración de tres semanas
- Las sesiones sincrónicas serán una vez a la semana en formato flexible, es decir, se podrán ajustar a días y horarios de acuerdo con las necesidades del grupo de estudiantes o del docente de la asignatura (tres sesiones por asignatura). Estas sesiones serán grabadas y estarán disponibles en la nube (drive) para que pueda ser consultada por estudiantes que no hayan podido atender las sesiones sincrónicas o para quienes deseen repasar el contenido de la sesión.
- La carga horaria de actividades sincrónicas con mediación docente es de una hora por semana
- El resto de carga horaria docente se distribuye con actividades de acompañamiento en la elaboración de tareas y proyectos escolares.

De esta manera, la distribución de horas para el primer cuatrimestre se muestra en la Tabla 24.

Tabla 24. Distribución de la carga horaria de las asignaturas del primer cuatrimestre de la MEIT

Clave	Asignaturas o módulos	Mediación docente	HTI	TAA	CR
1	Emprendimiento e innovación	30	34	64	4
2	Gestión estratégica	30	36	64	4
3	Gestión digital	30	36	64	4
4	Seminario de integración I	36	44	80	5

A partir de dicha carga horaria el programa de sesiones a lo largo de las 12 semanas se ejemplifica en la Tabla 25

Tabla 25. Carga horaria del primer cuatrimestre de la MEIT

Semana	Asignatura	Horas de actividad sincrónica
1	Seminario de integración	1
2	Emprendimiento e innovación	1
3	Emprendimiento e innovación	1
4	Emprendimiento e innovación	1
5	Seminario de integración	1
6	Gestión estratégica	1
7	Gestión estratégica	1
8	Gestión estratégica	1
9	Seminario de integración	1
10	Gestión digital	1
11	Gestión digital	1
12	Gestión digital	1
12	Seminario de integración	1

3.2.1 Asignación de asesores (as) y coasesores (as)

Para la asignación de asesores (as) y coasesores (as) se seguirá lo establecido en los Lineamientos para la evaluación del aprendizaje en Educación Superior Titulación en posgrado de la Universidad de Colima vigentes.

En dicha normativa se establece que la asesoría para el trabajo de obtención de grado en las modalidades de tesis y proyecto de intervención en el campo profesional la dirección del plantel asignará un asesor al estudiante, por escrito (Art. 25). Esta asignación debe considerar tres aspectos: la propuesta del estudiante, la sugerencia de la comisión del programa de posgrado y la solicitud será viable siempre y cuando el académico acepte la encomienda (Art. 26).

De acuerdo con el artículo 27 los requisitos para poder fungir como asesor son:

- I. Contar como mínimo con el grado académico que ofrece el posgrado.
- II. Formar parte del personal académico de la Institución.
- III. Preferentemente formar parte del núcleo académico básico del posgrado.
- IV. Tener dominio del tema a desarrollar.
- V. Tener un máximo de cuatro asesorados de posgrado de manera simultánea.

De ser necesario, estudiante y asesor, podrán proponer la asignación de un co-asesor, [...] siempre y cuando cuente como mínimo con el grado académico a otorgar y tenga reconocimiento en investigación o profesional en el área correspondiente, según el tipo de posgrado (Art. 28).

Las funciones del asesor se señalan en el Artículo 29 y son las siguientes:

- I. Definir, de manera conjunta con el estudiante, el tema u objeto de estudio y el plan de trabajo, además de orientarlo en los aspectos teóricos, metodológicos y técnicos.
- II. Durante el desarrollo del trabajo por el estudiante, emitir recomendaciones de mejora, por escrito. En caso de que se cuente con co-asesor, éstas deben ser de común acuerdo.
- III. Evaluar el avance del proceso e informar al profesor responsable del seminario de investigación o equivalente, a la comisión del programa de posgrado o al director del plantel, según lo que proceda, sobre el cumplimiento del plan de trabajo.
- IV. Avalar [...] el trabajo de obtención de grado. Para ello, deberá informar que está concluido y cumple con los requerimientos académicos establecidos. El aval se emitirá por escrito y se remitirá al director del plantel, con copia para el interesado.

Por su parte, en el Artículo 30 se establecen las funciones del co-asesor, las cuales son:

- I. Contribuir al desarrollo del trabajo de obtención de grado, en aspectos puntuales o específicos de su particular competencia, ya sean de carácter disciplinar o metodológico.
- II. Dar el visto bueno al trabajo, en los aspectos que le competen, cuando así proceda.

En caso de que se requiera, podrá haber cambio de asesor o de estudiante asesorado si alguna de las figuras involucradas con base a lo establecido en los artículos 31 y 32 de los lineamientos en cuestión.

3.2.2 Estructura de los seminarios de integración, seminarios de titulación y taller de vinculación

Con la intención de que se dé un adecuado seguimiento a los proyectos de innovación (tesis o proyecto de intervención en el campo profesional) que habrán de constituir la modalidad de titulación del estudiantado al egresar, se ha determinado el nivel de avance que se espera que el

estudiantado logre en cada una de las asignaturas del área de formación metodológica.

a) *Seminario de integración I*: El estudiantado conocerán los principios científicos de la investigación empresarial, sus alcances y diseño. Al final de la materia cada estudiante deberá entregar un documento en el que se plasme la propuesta de proyecto de innovación (tesis o proyecto de intervención en el campo profesional) que servirá como insumo para su proyecto de titulación. El estudiantado construirá la planeación de su proyecto de intervención, que deberá ser aprobado por el núcleo académico básico del posgrado.

b) *Seminario de integración II*: El estudiantado conocerá las metodologías de investigación para el diseño de análisis cualitativos y cuantitativos, así como estudios de mercado. De tal manera que el estudiantado será capaz de diseñar los instrumentos de recolección de datos para su proyecto de innovación, así como para construir un informe del análisis de los datos recabados. Al final de la materia cada estudiante deberá entregar un informe de análisis de datos, ya sea de una investigación documental, encuesta, entrevistas, grupos de enfoque, estudio de mercado, entre otras metodologías de recolección de datos que servirá como insumo para el proyecto de titulación.

c) *Seminario de Titulación I*: El estudiantado deberá definir un proyecto de titulación, ya sea de investigación (tesis) o de intervención en el campo profesional conforme los Lineamientos para la evaluación del aprendizaje en Educación Superior Titulación en posgrado vigentes en la Universidad de Colima, que le permita plasmar: una propuesta de valor, elemento diferenciador, mercado objetivo, canales de distribución y mercadotecnia, los costos de producción y operación y los generadores de ingresos. En el caso de que sea un proyecto de investigación (tesis), el estudiantado debe definir su proyecto con base en la estructura contemplada en la normativa vigente de la institución que le permita plantear el problema de investigación, describir su metodología y presentar los resultados. Esta asignatura estará bajo la conducción de un profesor titular y un asesor del NAB por cada proyecto. Al final de este curso el estudiantado deberá entregar un documento que incluya todos los elementos definidos en la metodología del proyecto de intervención en el campo profesional o de la estructura de la tesis hasta los resultados preliminares. Además, deberán hacer una presentación de sus avances en un foro en el que participen el colectivo docente, estudiantes de pregrado y actores del sector turístico tanto públicos como privados.

d) Taller de vinculación. En el transcurso de La estancia profesional busca enlazar los aprendizajes teóricos adquiridos en el campo académico con la estancia profesional en organizaciones turísticas. Se considera conveniente que el estudiantado realice su estancia en organizaciones turísticas del ramo afines con sus intereses de aprendizaje y relacionadas directamente con su proyecto de titulación. En esta asignatura se propone que la incorporación

de cada estudiante mediante la estancia profesional se realice en puestos de nivel de mandos intermedios o gerenciales, en organizaciones turísticas con las que se han firmado convenios de cooperación y estableciendo con toda claridad las características de su participación, misma que se realizará con la asesoría y seguimiento del docente de la asignatura y asesor de proyecto de titulación. Entre las actividades propuestas para el estudiantado se propone la investigación para el diseño de soluciones innovadoras a problemas específicos de la organización turística a partir de la aplicación de las competencias desarrolladas a lo largo del PE. La organización, el puesto y las actividades específicas a realizar durante la estancia profesional se determinarán en función de las características y necesidades del proyecto de titulación de cada estudiante, a fin de establecer una vinculación efectiva entre los planteamientos teóricos y la realidad concreta en el campo laboral. De manera genérica, las actividades a realizar contemplan el diagnóstico de una problemática en la organización turística y el diseño de una solución innovadora que movilice las competencias que el estudiantado ha desarrollado en las asignaturas precedentes. En este programa, la estancia profesional será de 150 horas.

El Taller de vinculación constituye un componente clave en la articulación entre la formación académica y la práctica profesional dentro de la MEIT. Su alcance se define como el espacio formativo en el que el estudiantado aplica, en un contexto real de organizaciones turísticas, las competencias, metodologías y enfoques trabajados tanto en las asignaturas del área turística como en los Seminarios de Integración y Seminarios de Titulación. En este sentido, el taller no opera de manera aislada, sino como un eslabón en la secuencia metodológica del programa, permitiendo que los conocimientos teóricos y las habilidades adquiridas en las fases previas se consoliden mediante la resolución de problemas reales y el diseño de soluciones innovadoras en el entorno laboral.

La vinculación entre el taller y los seminarios se establece en dos direcciones. Por un lado, los Seminarios de Integración y el Seminario de Titulación I proporcionan al estudiante las bases conceptuales, metodológicas y técnicas necesarias para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas relevantes en las organizaciones turísticas, así como para formular propuestas iniciales de innovación o investigación. Por otro lado, el Taller de vinculación retroalimenta el proceso de titulación al generar insumos y experiencias prácticas que fortalecen la fase de validación desarrollada posteriormente en el Seminario de Titulación II.

De esta manera, el alcance del Taller de vinculación trasciende la mera realización de una estancia profesional, ya que se concibe como un ejercicio integrador que moviliza las competencias adquiridas a lo largo del programa educativo y las orienta hacia la generación de resultados tangibles en el proyecto de titulación. A través de su estructura, el taller garantiza que la experiencia profesional no solo complemente la formación académica, sino que también contribuya de manera sustantiva al logro de los objetivos de investigación o intervención definidos

en los seminarios, fortaleciendo así la pertinencia, aplicabilidad y calidad de los trabajos de titulación del estudiantado.

e) *Seminario de Titulación II*: Durante este curso, el estudiantado tomará como insumo, el documento terminado de su proyecto de intervención en el campo profesional por lo que deberá realizar la validación y evaluación de la propuesta innovadora desarrollada, cabe señalar que esta validación y evaluación se realiza con el acompañamiento de profesor titular de la materia y el asesor del proyecto siguiendo la metodología definida para proyectos de emprendimiento. En el caso de que sea un proyecto de investigación (tesis), en esta asignatura se desarrollarán la validación de sus resultados, así como las conclusiones del estudio realizado para la validación o rechazo de sus hipótesis. También se realiza con apoyo del docente titular de la asignatura y de quién asesore el proyecto de investigación.

3.2.3 Procedimiento para la selección de optativas

El estudiantado podrá cursar materias optativas de segundo a cuarto, asumiendo que la elección de las optativas responderá a su interés y motivación en alguna de las dos áreas: Innovación social y Negocios gastronómicos. Cabe señalar que si bien las asignaturas optativas, han sido clasificadas en áreas, estas no condicionan la especialización del estudiantado. El estudiantado podrá cursar optativas pertenecientes a diferentes áreas durante el trayecto de sus estudios, en función de las que aporten más al desarrollo de sus proyectos. Ninguna materia optativa requerirá conocimientos previos.

La promoción de las asignaturas optativas se llevará a cabo mediante un diagnóstico para identificar las asignaturas optativas más demandadas, considerando la capacidad instalada en cuanto a infraestructura y recursos humanos, posteriormente se ofrecerá al estudiantado las optativas para su elección, su apertura está condicionada al tamaño del grupo generacional y a los recursos humanos y financieros disponibles en la institución.

A continuación, se presenta el listado de asignaturas optativas distribuidas por área.

Tabla 26. Asignaturas optativas clasificadas por área

Área de optativas	Asignaturas
Negocios gastronómicos	Alimentación, gastronomía y culinaria
	Industria alimentaria y gastronómica
	Innovación en organizaciones gastronómicas
Innovación social	Tendencias turísticas
	Innovación social en turismo
	Gestión integral de riesgos y turismo
	Desarrollo Comunitario y Turismo

3.2.4 Papel del docente y usos de la tecnología

En el contexto dinámico de la educación actual, los posgrados mixtos – en línea, se han convertido en una alternativa atractiva para la formación continua de profesionales. Estos programas combinan la flexibilidad y el alcance de la educación a distancia con la interacción y el dinamismo de las actividades sincrónicas, aprovechando las ventajas de las TICs para enriquecer el proceso de aprendizaje.

El rol del docente cobra una importancia fundamental para garantizar el éxito del posgrado. El facilitador no solo es un transmisor de conocimientos, sino que se convierte en un guía, mentor y motivador que acompaña al estudiantado en su camino de aprendizaje.

El docente en la MEIT, que es un posgrado mixto en línea desempeña una serie de funciones clave que contribuyen al logro de los objetivos del programa:

1. Diseño y Planificación del Aprendizaje:

- Planificación de las actividades de aprendizaje: El facilitador diseña y planifica las actividades de aprendizaje, considerando los objetivos del programa, las características del estudiantado y las posibilidades que ofrecen las TIC.
- Selección de recursos y herramientas tecnológicas: Elige las herramientas tecnológicas más adecuadas para cada actividad, considerando la plataforma educativa de la Universidad de Colima y otras herramientas disponibles a partir de los convenios con Google y Microsoft.

- Creación de materiales de aprendizaje: Desarrolla materiales de aprendizaje de calidad, utilizando diferentes formatos y recursos multimedia.

2. Facilitación del Aprendizaje:

- Guía y mentoría: Acompaña al estudiantado en su proceso de aprendizaje, brindándoles orientación, apoyo y retroalimentación constante a través de los diferentes medios de comunicación que contempla el programa.
- Moderación de foros y debates en línea: Promueve la discusión y el intercambio de ideas entre estudiantes en los ambientes de aprendizaje mediados con tecnología.
- Dinamización de las videoconferencias: Crea un ambiente de aprendizaje interactivo y participativo durante las sesiones en línea en la plataforma de videoconferencia.

3. Evaluación del Aprendizaje:

- Diseño de instrumentos de evaluación: Elabora instrumentos de evaluación que permitan medir el progreso y el logro de los objetivos del aprendizaje.
- Evaluación continua: Realiza una evaluación formativa constante para identificar las necesidades del estudiantado y ajustar las estrategias de enseñanza si es necesario.
- Retroalimentación: Brinda retroalimentación oportuna y constructiva al estudiantado sobre su desempeño individual y grupal.

La plataforma educativa de la Universidad de Colima (EDUC) puede ser utilizada para:

- Compartir materiales de aprendizaje: El facilitador puede compartir materiales de aprendizaje, como presentaciones, documentos y videos, con el estudiantado a través de la plataforma.
- Foros de discusión: El estudiantado puede utilizar los foros de discusión para interactuar entre sí y con el facilitador.
- Entrega de tareas: El estudiantado puede entregar sus tareas a través de la plataforma.
- Calificaciones y retroalimentación: La persona facilitadora puede publicar las calificaciones y la retroalimentación para cada estudiante en la plataforma.

3.2.5 Estancia profesional

Durante la trayectoria académica del estudiantado en el programa de posgrado, se debe realizar una estancia profesional de 150 horas en el marco de la asignatura Taller de vinculación para el desarrollo de su proyecto de intervención o tesis, ya sea para la innovación en un área de la

organización turística (intraemprendimiento) o para el desarrollo de su propuesta de innovación turística (emprendimiento). Considerando el punto anterior, se tiene contemplada la intervención de incubadoras de negocios, incluida la incubadora de la Universidad de Colima que le permitan al estudiantado mejorar sus proyectos de intervención (proyecto de titulación) si optan por la vía del emprendimiento.

Se contemplan dos figuras para atender las actividades durante la estancia profesional, por parte del posgrado será el docente a cargo de la asignatura y por parte de la organización turística se elige a una persona experta preferentemente con un cargo directivo en el área de intervención del estudiante. Lo anterior no es excluyente de que cada estudiante tenga comunicación o reuniones con su asesor del proyecto de titulación a través de correo electrónico, videollamadas o la plataforma EDUC.

La estancia profesional busca enlazar los aprendizajes teóricos adquiridos en el campo académico con la experiencia profesional en organizaciones turísticas. Se considera conveniente que el estudiantado realice su estancia en organizaciones turísticas del ramo afines con sus intereses de aprendizaje y relacionadas directamente con su proyecto de titulación. En esta asignatura se propone que la incorporación de cada estudiante mediante la estancia profesional se realice en puestos de nivel de mandos intermedios o gerenciales, en organizaciones turísticas con las que se han firmado convenios de cooperación.

3.2.6 Coloquios de presentación de avances de proyectos de titulación

Como parte de las actividades de las asignaturas del eje metodológico se propone realizar un coloquio al finalizar cada cuatrimestre con el objetivo de que cada estudiante presente los avances de sus proyectos de titulación al resto de la comunidad estudiantil, núcleo académico, asesores (as) y coasesores (as) internos o externos.

El evento será en modalidad sincrónica en línea a través de la plataforma Google Meet. Durante la transmisión se harán las presentaciones de avances con una duración de máximo 15 minutos por participante y 10 minutos de comentarios de retroalimentación. La participación en este evento será obligatoria y formará parte de los criterios de evaluación de las asignaturas del área de metodología.

3.3 Mapa curricular y tira de materias

Figura 17 Mapa curricular

 UNIVERSIDAD DE COLIMA																																															
Facultad de Turismo																																															
Nombre del programa: Maestría en Emprendimiento e Innovación del turismo										Clave:		Fecha de Aprobación:																																			
Cuatrimestre	Asignaturas													Créditos																																	
I	Emprendimiento e Innovación				Gestión estratégica				Gestión digital				Seminario de integración I				17																														
	E 30 34 64 4				E 28 36 64 4				HD 28 36 64 4				M 36 44 80 5																																		
II	Innovación de Productos Turísticos				Optativa I				Analítica de datos				Seminario de integración II				17																														
	E 28 36 64 4				O 28 36 64 4				HD 30 34 64 4				M 36 44 80 5																																		
III	Gestión del turismo para la sostenibilidad				Optativa II				Marketing digital				Seminario de Titulación I				17																														
	E 28 36 64 4				O 28 36 64 4				HD 28 36 64 4				M 40 40 80 5																																		
IV	Formulación y Evaluación de Proyectos				Optativa III				Taller de vinculación				Seminario de Titulación II				24																														
	E 30 34 64 4				O 28 36 64 4				M 26 150 176 11				M 40 40 80 5																																		
Clave de las Áreas de Formación o Ejes Curriculares <table><tr><td>E</td><td>Emprendimiento e Innovación</td></tr><tr><td>M</td><td>Metodología</td></tr><tr><td>HD</td><td>Habilidades digitales</td></tr><tr><td>O</td><td>Optativas</td></tr></table> Simbología <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>															E	Emprendimiento e Innovación	M	Metodología	HD	Habilidades digitales	O	Optativas																									
E	Emprendimiento e Innovación																																														
M	Metodología																																														
HD	Habilidades digitales																																														
O	Optativas																																														
Total de créditos													75																																		

Tabla 27. Tira de materias

FACULTAD DE TURISMO PLAN DE ESTUDIOS DE LA MAESTRÍA EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN TURISMO CLAVE: M486 VIGENCIA A PARTIR DE AGOSTO DE 2025							
TOTAL DE CRÉDITOS MÍNIMOS REQUERIDOS: 75 CRÉDITOS DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS: 63 CRÉDITOS MÍNIMOS DE ASIGNATURAS OPTATIVAS: 12							
ASIGNATURAS Y MÓDULOS OBLIGATORIOS							
CLAVE	ASIGNATURAS O MÓDULOS	MEDIACIÓN DOCENTE			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
01	Emprendimiento e innovación	12	0	18	34	64	4
02	Gestión estratégica	12	0	16	36	64	4
03	Gestión digital	12	0	16	36	64	4
04	Seminario de integración I	12	14	10	44	80	5
05	Innovación de productos turísticos	12	0	16	36	64	4
06	Analítica de datos	12	0	18	34	64	4
07	Seminario de integración II	12	14	10	44	80	5
08	Gestión del turismo para la sostenibilidad	12	0	16	36	64	4
09	Marketing digital	12	0	16	36	64	4
10	Seminario de titulación I	12	14	14	40	80	5
11	Formulación y evaluación de proyectos	12	0	18	34	64	4
12	Taller de vinculación	0	16	10	150	176	11
13	Seminario de titulación II	12	14	14	40	80	5

ASIGNATURAS Y MÓDULOS OPTATIVOS							
CLAVE	ASIGNATURAS O MÓDULOS	MEDIACIÓN DOCENTE			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
14	Alimentación, gastronomía y culinaria	12	0	16	36	64	4
15	Industria alimentaria y gastronómica	12	0	16	36	64	4
16	Innovación en organizaciones gastronómicas	12	0	16	36	64	4
17	Tendencias turísticas	12	0	16	36	64	4
18	Innovación social en turismo	12	0	16	36	64	4
19	Gestión integral de riesgos y turismo	12	0	16	36	64	4
20	Desarrollo comunitario y turismo	12	0	16	36	64	4

CARGA ACADÉMICA POR TIPO DE MATERIA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITO S
Obligatorias	1008	63
Optativas	192	12

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	CLAVE	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS
Horas con mediación docente	HMD	492	30.75
Horas de trabajo independiente	HTI	708	44.25
Total de horas de aprendizaje	THA	1200	75

3.3.1 Flexibilidad educativa

El programa de la MEIT contempla diversas estrategias de flexibilidad educativa en su operación:

- El uso de la plataforma educativa EDUC y otras herramientas digitales para el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje en la modalidad mixta en línea permite al estudiantado organizar sus tiempos para poder atender tanto su formación académica como su desarrollo profesional, pues la mayor parte de las actividades didácticas serán desarrolladas de forma asíncrona, además de que esta modalidad facilita el acceso a las sesiones de clase sin tener que trasladarse al campus universitario.
- La MEIT contempla la posibilidad de movilidad académica de estudiantes lo que le permitirá tomar otros cursos o asignaturas ya sea en otro programa de la propia Universidad de Colima o de otra IES con la que se tenga convenio de cooperación académica vigente, cuidando que dicha movilidad abone al perfil de egreso de la MEIT y que sea en la misma modalidad en línea o a distancia para que el estudiantado no tenga la necesidad de movilizarse a un lugar distinto del que reside.
- En la asignatura Taller de vinculación se contempla una estancia profesional de 150 horas, dicha estancia puede ser realizada en cualquier tipo de organización turística, preferentemente en la que cada estudiante realiza su quehacer profesional.
- El programa de estudios contempla cursar tres asignaturas optativas que serán elegidas por cada estudiante de acuerdo con sus intereses o según el perfil del proyecto de investigación o de intervención en el campo profesional que se encuentre desarrollando como opción de titulación. Se contemplan asignaturas de las áreas de negocios gastronómicos, innovación social y habilidades digitales.

En resumen, la MEIT ofrece un enfoque educativo flexible, además promueve una experiencia formativa enriquecedora y pertinente para profesionales del sector preparándolos para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades emergentes en el turismo.

3.4 Estrategias didácticas y experiencias de aprendizaje

El plan de estudios que se propone se enmarca en el enfoque por competencias, por lo que las estrategias didácticas se refieren al conjunto de procedimientos apoyados en técnicas de enseñanza que tienen por objeto llevar a buen término la acción docente para lograr el saber, saber hacer, saber ser en el estudiantado.

La implementación de este plan de estudios con un enfoque por competencias se

realizará sensibilizando y capacitando de manera gradual a los principales actores que intervienen en el proceso de enseñanza- aprendizaje, donde los roles son:

- El alumno, como protagonista de su aprendizaje, activo y autónomo, desarrolla sus habilidades cognitivas y metacognitivas.
- El profesor, es quien guía, dinamizador y mediador de aprendizajes.

Ausubel y Bruner, entre otros autores, señalaron que el aprendizaje más adecuado no es aquel donde lo que debe ser aprendido se presenta en su forma final, sino aquel en que debe ser descubierto por el que aprende, quien ocupa un rol más activo que en los enfoques tradicionales.

Específicamente, Bruner propone que es un proceso activo donde la actividad de procesamiento de la información implica que el que aprende debe construir y reorganizar el conocimiento en su estructura cognitiva por medio de los diferentes niveles de representación. Esto significa que aprende cuando transforma la información según las reglas con las que se representa su propia experiencia. De allí la importancia del aprendizaje experiencial.

Es necesario que el docente como parte de su labor, se apoya en estrategias didácticas con la finalidad de lograr lo que de acuerdo con Tobón (2003) son aspectos deseables en la educación, esto es:

- Desarrollar el pensamiento crítico y creativo,
- Fomentar la responsabilidad en el estudiantado frente a su formación,
- Capacitar al estudiantado para buscar, organizar, crear y aplicar la información, promover el aprendizaje cooperativo mediante técnicas y actividades que permitan realizar labores en grupo con distribución de tareas, apoyo mutuo, complementación de conocimientos y retroalimentación.
- Autorreflexión sobre el aprendizaje en torno al qué, por qué, para qué, cómo, dónde, cuándo y con qué.

Para lograrlo, algunas estrategias didácticas sugeridas son:

- Aprendizaje por proyectos, que consiste en la elaboración de un proyecto con base en una problemática acorde al área de la asignatura, debe incluir la planeación, ejecución y resultados.
- Aprendizaje Basado en Retos: A partir de un problema planteado por el o la docente, las personas estudiantes deberán, mediante la simulación de un escenario real, interpretar la

situación, argumentar posibles alternativas y proponer una solución, así como anticipar las probables consecuencias de su implementación.

- Estudio de casos: Se aborda un caso concreto que se haya suscitado y la manera en la que se resolvió.

Aunado a lo anterior cada estudiante realizará diferentes tipos de prácticas como complemento del aprendizaje de algunas materias, por lo que no incrementa el número de horas de trabajo para la maestría, ya que son actividades derivadas de los contenidos vistos en clase, dentro de estas se contemplan:

- Prácticas de simulación, se desarrollan con apoyo de software especializado.
- Prácticas de observación, realizadas por el estudiante de manera independiente en visitas a organismos relacionados a la actividad turística.
- Prácticas de profesionalización, donde el maestrando se inserta en una organización turística con la finalidad de realizar una estancia que le permita la generación de un proyecto de intervención.

En el posgrado, la implementación de estrategias didácticas basadas en el enfoque por competencias considera el uso de herramientas tecnológicas y metodologías que favorecen el aprendizaje autónomo, colaborativo y aplicado a situaciones reales del campo turístico. La combinación de actividades sincrónicas y asincrónicas permitirá que el estudiantado desarrolle habilidades profesionales sin necesidad de estar físicamente en un aula, aprovechando plataformas digitales, software especializado y entornos virtuales de aprendizaje.

Para la aplicación de estrategias como el aprendizaje por proyectos, se utilizan aulas virtuales donde el estudiantado diseña propuestas de intervención turística basadas en problemáticas reales. Los proyectos se desarrollan en equipo mediante herramientas colaborativas como Google Docs y Drive, y su seguimiento puede realizarse a través de videoconferencias programadas con docentes.

El aprendizaje basado en retos se implementa mediante simulaciones y escenarios virtuales que planteen problemáticas del sector turístico. A través de plataformas digitales el estudiantado podrá analizar información, interpretar datos y proponer soluciones argumentadas en foros interactivos o debates virtuales en Google Meet o Zoom.

El estudio de casos se facilita mediante el uso de bases de datos y repositorios digitales

que permitan el acceso a información actualizada sobre situaciones relevantes en la industria turística. Los docentes proporcionan materiales en diversos formatos, como artículos, videos y reportes, posteriormente se promueve el análisis crítico a través de sesiones en línea donde el estudiantado presenta sus reflexiones y conclusiones del caso de estudio.

Con esta metodología, la MEIT fomenta una formación integral, combinando la flexibilidad del aprendizaje en línea con experiencias prácticas que permitan al estudiantado aplicar sus conocimientos en situaciones reales del ámbito turístico, impulsando así su profesionalización y desarrollo de competencias.

3.5 Evaluación de aprendizajes

En la MEIT se privilegian tres estrategias didácticas: el aprendizaje basado en retos, el aprendizaje por proyectos y el estudio de casos, de tal forma que se contemplan los instrumentos de evaluación acordes a dichas estrategias. A continuación, se describen los mecanismos específicos para cada estrategia de evaluación.

Para el aprendizaje basado en retos, el proceso de evaluación debe valorar tanto el proceso como el producto final de la resolución del reto. En este caso, se utilizan rúbricas digitales disponibles en plataformas como Google Classroom o EDUC, que proporcionen criterios específicos para evaluar la calidad de la solución propuesta, tanto desde el punto de vista del contenido como de las habilidades blandas y los temas transversales del currículo. Para facilitar la discusión y argumentación sobre las soluciones presentadas, se podrán organizar foros en EDUC o sesiones sincrónicas en Google Meet. De esta forma, se logra la retroalimentación y se favorece el análisis crítico. También, se incentivará a cada estudiante para que presente sus soluciones en forma de videos o presentaciones interactivas usando herramientas como Canva permitiendo una evaluación asincrónica del desempeño.

En el aprendizaje por proyectos, la evaluación se enfoca en el proceso y el producto final. Para ello, se utilizarán herramientas como rúbricas y listas de verificación, las cuales permiten establecer y verificar los criterios de calidad definidos para el proyecto. El estudiantado tendrá la posibilidad de organizar y registrar el progreso de su proyecto mediante portafolios digitales, utilizando Google Drive o EDUC. Además, el seguimiento del trabajo colaborativo se llevará a cabo mediante reuniones virtuales periódicas en Google Meet o Zoom, en las cuales los docentes proporcionarán retroalimentación sobre el avance de los proyectos.

Para el estudio de casos, la evaluación se realizará a través de exámenes en línea con preguntas abiertas o problemas contextualizados, diseñados en plataformas como EvPraxis. Estos exámenes evaluarán la capacidad del estudiantado para aplicar sus conocimientos en situaciones reales. Además, se promoverá el uso de portafolios digitales en Google Drive, donde cada estudiante podrá recopilar informes de análisis y reflexiones sobre los casos trabajados. Las discusiones en foros de Google Classroom o EDUC permitirán a cada estudiante argumentar sus soluciones y aprender de las perspectivas de sus compañeros (as).

Además de las estrategias de evaluación de los aprendizajes, es necesario implementar un seguimiento integral de la trayectoria académica del estudiantado. Esto incluirá la realización de coloquios virtuales al final de cada cuatrimestre, donde cada estudiante presentará los avances de sus proyectos de titulación o de intervención profesional. Estos coloquios se llevarán a cabo a través de Google Meet o Zoom, y serán evaluados mediante rúbricas digitales que permitirán valorar la claridad en la exposición, la relevancia del problema y la metodología propuesta. Asimismo, se fomentará el trabajo colaborativo entre los docentes mediante reuniones virtuales en Google Meet, donde se discutirán las mejores prácticas pedagógicas y se atenderán las necesidades del estudiantado con dificultades. En cuanto al seguimiento de la trayectoria académica, la coordinación del posgrado, en conjunto con tutores y asesores (as), utilizará herramientas como Google Sheets para hacer un seguimiento detallado de los indicadores académicos, como la aprobación de asignaturas, tasas de deserción y avances en la titulación.

La implementación de estas estrategias de evaluación en la MEIT en la modalidad mixta en línea permite aprovechar las herramientas digitales de manera eficaz para evaluar tanto los procesos como los productos del aprendizaje. El uso de rúbricas, foros de discusión, presentaciones en video, simulaciones y portafolios digitales, en conjunto con un seguimiento académico constante, permitirá garantizar la calidad del posgrado, asegurar la permanencia de cada estudiante y promover una titulación exitosa.

Capítulo IV. Gestión del currículo

4.1 Implementación

La temporalidad de apertura será anual. La unidad académica que gestiona el programa es la Facultad de Turismo.

Los aspectos académico-administrativos para la implementación de la MEIT son los siguientes:

- El PE se organiza en cuatro cuatrimestres por lo que se requiere emular las adecuaciones en los procesos de administración escolar y del personal docente de otros programas de la Universidad de Colima con esta organización temporal.
- Antes de la implementación de las asignaturas deberá ser revisada para su validación en el cumplimiento de las horas con mediación docente, las estrategias didácticas y los criterios de evaluación
- El diseño instruccional de las asignaturas y la producción de recursos educativos digitales sean acordes con el contenido y la competencia que se busca desarrollar en el alumnado.
- El uso de la plataforma EDUC y de las herramientas tecnológicas pertinentes para entablar la comunicación con el estudiante.
- El uso de las herramientas de comunicación incluidas en los convenios de licenciamiento, que brindan acceso institucional a las aplicaciones de Microsoft y de Google Workspace será obligatorio.

4.1.1 Organización del personal

El NAB del programa está integrado por un total de diez docentes adscritos a la Universidad de Colima, todos de tiempo completo. Además, se cuenta con dos docentes de tiempo parcial como colaboradores. El 66.6% de los Docentes del Núcleo Académico Básico tienen grado de doctor, y el 33.3 % son miembros del Sistema Nacional de Investigadores en nivel I y el 100% cuenta con la distinción académica de perfil PRODEP.

El 70% de los docentes tienen una estrecha vinculación con el sector empresarial que se refleja en una relación actual contractual, de consultoría o asesoría, e incluso algunos con negocios relacionados en el ámbito turístico y gastronómico, lo cual es una fortaleza para realizar proyectos de innovación o emprendimiento durante su trayectoria en el programa.

En la Facultad de Turismo se cuenta con una coordinación del programa, apoyo

administrativo, secretarial y de servicios generales para el buen funcionamiento administrativo y operativo del programa. Al ser una modalidad mixta en línea, la atención a estudiantes será personalizada, con la coordinación del programa brindando orientación académica a través de comunicación constante por correo electrónico y sesiones virtuales. El equipo administrativo gestionará aspectos logísticos como inscripciones y pagos mediante plataformas en línea, llamadas telefónicas y correos electrónicos, mientras que el apoyo secretarial se encargará tanto de la agenda de citas como de los recordatorios a estudiantes con trámites pendientes.

El cuerpo académico vinculado al programa es el UCOL-CA-60 “Estudios de Turismo y Competitividad” quienes trabajan la LGAC “Competitividad turística”. El CA cuenta con trabajo colaborativo con la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Desarrollo y Sustentabilidad (RITURDES), la Red de Cuerpos Académicos en la Línea de Desarrollo Regional Sustentable del Pacífico Medio, Latin American Studies Association, entre otros.

También desarrollan proyectos de colaboración inter o multidisciplinaria en red, vinculando el sector académico con el profesional o laboral, como lo son:

- Determinación del potencial del patrimonio natural y cultural del estado de Colima para su inscripción en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
- El desarrollo de proyectos turísticos sustentables como estrategia para la superación de la pobreza en el medio rural y en zonas marginadas.
- Determinantes de competitividad en proyectos turísticos basados en la comunidad.

Seguirá en funcionamiento el Colegio académico del programa de posgrado, que será conformado por docentes del programa, y que tiene como función el proponer al Consejo Técnico la creación, reestructuración, actualización o liquidación de los programas, propuestas de mejora académica, proyectos de vinculación, incorporación de nuevas materias, opinar sobre la conformación de la planta académica, proponer comités tutoriales o revisores de trabajos de titulación u obtención de grado, proponer comisiones para los procesos de admisión y emitir recomendaciones sobre la emisión de tutores.

4.1.2. Gestión del personal docente

Considerando las características del programa de estudios de la MEIT, se puede considerar conveniente, en un momento dado y con la intención de fortalecer a la planta académica del programa, invitar a personal docente de la institución en las siguientes disciplinas:

- Tecnologías de información y comunicación orientadas al sector turismo.
- Mercadotecnia digital, con orientación a los servicios turísticos.

- Métodos de investigación cuantitativa: expertos en estadística, en manejo de software para fines de investigación académica y de mercado.
- Métodos de investigación cualitativa y el empleo de software para fines de investigación.
- Gestión y certificación de establecimientos de servicio de alimentos y bebidas.
- Docentes visitantes expertos en el área de formación turística

4.1.3. Gestión de la infraestructura y equipamiento

Actualmente, el plantel cuenta con aulas, cubículos y laboratorios equipados para el desarrollo de las funciones básicas del posgrado con modalidad mixta en línea. Cada aula tiene una computadora conectada a internet, así mismo cada cubículo cuenta con un equipo de cómputo adecuado para realizar video conferencias sincrónicas. Los convenios institucionales con Microsoft y Google permiten contar herramientas digitales que facilitan los procesos de comunicación, de enseñanza y de aprendizaje. Aunado a ello, se cuenta con la plataforma educativa institucional EDUC para la gestión de las asignaturas en línea.

A la infraestructura académica institucional se suma el acceso a la planta turística estatal y nacional con la que se tienen convenios de colaboración, en la que se pueden desarrollar múltiples actividades de aprendizaje, principalmente relacionadas con la asignatura de Taller de Vinculación.

4.1.4 Servicios de apoyo a la formación

4.1.4.1 Estrategias de apoyo académico

El estudiantado de la MEIT contará con servicios complementarios de apoyo al aprendizaje que, si bien son opcionales, son fundamentales para su desarrollo, estos son:

- a) Vinculación: el estudiantado realiza actividades de vinculación encaminadas a la innovación y/o desarrollo de productos turísticos en las cuales se cuenta con la participación de líderes empresariales, sociales y gubernamentales, a través del desarrollo de su estancia profesional.
 - b) Eventos académicos: el estudiantado participa en actividades de corte académico, las cuales contribuyen al fortalecimiento de su formación profesional. Estas actividades, que pueden incluir conferencias, seminarios, talleres, coloquios, congresos y simposios, tienen como objetivo brindar al estudiantado la oportunidad de interactuar con expertos en el área, compartir experiencias y aprender de las mejores prácticas profesionales.
- Plataformas educativas: el uso de las plataformas educativas en el PE de la MEIT como herramienta de mediación del aprendizaje en el desarrollo de contenidos:
 - EvPraxis: plataforma desarrollada por la Universidad de Colima que permite evaluar los contenidos aprendidos.

- EDUC: plataforma desarrollada por la Universidad de Colima para la gestión educativa que permite un acompañamiento virtual de aprendizaje de los contenidos.
 - Microsoft Teams: plataforma que permite crear equipos de trabajo y realizar videollamadas
 - Google Classroom y Meet: Plataforma educativa que permite gestionar clases virtuales, videollamadas y trabajo colaborativo de documentos.
- c) Servicios de Google: la plataforma Google se ha integrado a los servicios del sistema educativo de la Universidad de Colima, con gran variedad de herramientas y aplicaciones permiten que el proceso de enseñanza aprendizaje se acompañe con tecnologías de información: Gmail, Google Drive, Documents, Calendar, Traductor y Formularios.
- d) DreamSpark Campus Agreement: de manera institucional la Universidad de Colima tiene un convenio con Microsoft a través del cual se suministra software educativo a las diferentes escuelas y facultades, durante la trayectoria escolar de los alumnos. La plataforma permite descargar las aplicaciones e instalarlas sin generar el cobro de una licencia.

4.1.4.2 Estrategias para favorecer la permanencia

El estudiante del posgrado contará con una estructura que permita su permanencia dentro del programa a través de las siguientes acciones:

- a. Asesoría: En principio contará de manera permanente con la Coordinación de posgrado, quien le guiará en cuestiones académicas para la resolución de dudas al respecto. De igual manera contará con el apoyo de un asesor en el desarrollo de su proyecto de titulación, quien apoyará su proceso y retroalimentará aspectos del área disciplinar que posibiliten la conclusión exitosa de su proyecto y garantice su titulación en tiempo y forma.
- b. Acompañamiento: Asimismo, el estudiantado del programa contará con apoyo académico por parte de la coordinación del posgrado durante su estancia en la institución para favorecer su permanencia, de esta manera se pretende, por un lado, conocer y atender las formas de adquisición de conocimientos y así aplicarlo en cada tipo de asignatura considerando fortalezas y debilidad de los alumnos, para así proponer estrategias acordes a su nivel de aprendizaje. Y por otro lado, promover actitudes positivas que coadyuven al desarrollo profesional y profesional de nuestros estudiantes. Lo anterior se llevará a cabo a través de entrevistas personales por videollamada y comunicación vía correo electrónico que permita identificar las necesidades académicas de cada estudiante.

4.1.4.3 Estrategias de apoyo a la formación integral

Diversas estrategias estarán encaminadas a fortalecer la formación a través de actividades que fortalecen la formación integral, tales como:

- a. Vinculación: A través de la estancia profesional ubicada en el cuarto semestre, los alumnos de la maestría podrán realizar actividades relacionadas con la innovación y/o desarrollo de productos turísticos, para lo cual, se contará con la participación de líderes de organizaciones del ramo.
- b. Servicios bibliotecarios: Todo estudiante con inscripción vigente en la Universidad de Colima, cuenta con el derecho de hacer uso de cualquiera de las once bibliotecas enfocadas a nivel superior, eligiendo a su conveniencia el área de conocimiento, de igual manera, contarán con el apoyo para consulta y acceso a libros, además de tener a su disposición la biblioteca virtual con materiales multimedia, libros digitales y artículos de revistas arbitradas.
- c. Conectividad: Los edificios desde donde se impartirá la maestría cuenta con la infraestructura adecuada para compartir contenidos en línea y trabajar en su respectiva aula, así como hacer uso de las plataformas que sean necesarias para el desarrollo de las clases.

4.2 Gestión de proyectos de vinculación

En este apartado se presentan estrategias para el fortalecimiento de las actividades de vinculación, tomando en cuenta que la Facultad de Turismo en consonancia con las políticas institucionales de Universidad de Colima, consideran a la vinculación como el eje transversal de las funciones sustantivas que realiza (docencia, investigación y extensión), y propicia la interacción de la comunidad universitaria con los sectores público, social y productivo, mediante el desarrollo de acciones y proyectos de cooperación.

En este contexto, la Universidad valora a la vinculación como factor determinante para lograr el objetivo principal de contribuir a que los planes y programas de estudio sigan un modelo que fortalezca la formación teórico-práctica del estudiantado; acerque al profesor-investigador y estudiantes con los diferentes sectores, involucrándolos en el análisis y la solución de los problemas.

Así, el proceso de vinculación se materializa a través del Comité de Extensión, el cual tiene como fin, fortalecer los procesos de extensión y vinculación, actuando como medio de

enlace con el sector turístico y sectores afines, fomentando sinergias que compartan un fin común en torno a la generación de ideas y propuestas que eleven la pertinencia académica, e impulsen el desarrollo social y de los sectores de la economía estatal, nacional e internacional.

Su propósito es ser un órgano colegiado comprometido con el desarrollo de la sociedad a través de las actividades relacionadas con el turismo que actúe como grupo de enlace, consulta, gestión, divulgación y promotor de transformaciones dentro y fuera de la Universidad de Colima. La finalidad del Comité se establece a partir de los intereses y necesidades de la sociedad e instancias académicas, para contribuir de manera armónica al logro de los objetivos institucionales, y al desarrollo sustentable de la entidad en materia de turismo. El Comité mencionado tendrá una vinculación directa con los CA y con el Colegio Académico del programa de Posgrado.

El objetivo general del Comité será fortalecer las habilidades y competencias en el estudiantado desde el ámbito de la vinculación, fungiendo como enlace entre los programas académicos y los sectores social, público y productivo, para enriquecer su pertinencia y con ello ampliar y fortalecer su capacidad de generar y aplicar conocimientos; así mismo propiciar proyectos multidisciplinarios que aporten alternativas, respuestas y soluciones a problemas específicos que contribuyan al desarrollo económico estatal, regional y nacional con indicadores de calidad.

Dentro de los objetivos estratégicos del Comité podemos mencionar:

- Fortalecer las relaciones de colaboración con organismos e instituciones de los sectores público, social y productivo, a través de acciones de extensión, que impulsen líneas estratégicas de beneficio recíproco en la formación académica, que dan cumplimiento a la responsabilidad social universitaria.
- Fortalecer la pertinencia del PE a través de estrategias de vinculación de la universidad con su entorno, considerando las necesidades de los diversos sectores.
- Impulsar acciones de colaboración para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica.
- Fomentar la vinculación a través de la oferta, promoción y gestión de los servicios y productos que ofrece la institución.
- Crear líneas estratégicas de acción para fortalecer el perfil emprendedor con asesorías, apoyos y estrategias para vincular a los alumnos con los sectores productivos.
- Participar de una manera colegiada en la evaluación y revisión de los esquemas y procesos universitarios de vinculación.
- Propiciar la vinculación estudiantil con organizaciones turísticas por medio de convenios de colaboración.

- Ofertar áreas de oportunidad identificadas en los sectores productivos, que permitan fortalecer el conocimiento de estudiantes y docentes de la Universidad de Colima.

Se busca por medio de la vinculación, ser instancia de consulta y asesoría de carácter operativo, actuando como medio de enlace entre la academia y el sector turístico, fungir como un organismo multidisciplinario de apoyo a la sociedad en general en la gestión y promoción de los productos turísticos. Así mismo, se busca impulsar y promover alianzas estratégicas entre la academia y los sectores (cámaras empresariales, colegios de profesionistas, organizaciones sociales y no gubernamentales).

También dentro de la vinculación se buscará el intercambio académico y estancias profesionales entre docentes y estudiantes en proyectos de investigación aplicada, redes académicas y en proyectos interdisciplinarios para fortalecer la coasesoría de proyectos de titulación, así como la difusión del conocimiento (libros, artículos, capítulos, etc.) entre pares de la Universidad de Colima con los pares académicos de las Redes Académicas.

La inserción de estudiantes en proyectos tanto de investigación como de intervención en el campo profesional en el sector turístico buscará mejorar la calidad de vida de los habitantes de los destinos turísticos, generar innovación en procesos y la generación de emprendedores o proyectos rentables, utilizando la transferencia de tecnología.

4.2.1 Normativa complementaria

Para conducir la operación del currículo de la MEIT es necesario considerar la normatividad institucional que garantice el óptimo funcionamiento del programa desde las perspectivas académica y administrativa. Los documentos que componen a considerar son:

- Ley Orgánica de la Universidad de Colima;
- Modelo Educativo;
- Plan Institucional de Desarrollo 2022-2025
- Reglamento de educación de la Universidad de Colima
- Reglamento escolar de la Universidad de Colima.

La institución cuenta también con lineamientos que detallan la operación de las funciones que deben considerarse como elementos del programa:

- Evaluación del aprendizaje en Educación Superior. Trayectoria escolar de posgrado
- Evaluación del aprendizaje en Educación Superior. Titulación en posgrado
- Conformación y funcionamiento de las Academias
- Criterios para el manejo del trabajo independiente del estudiantado de nivel superior

- Reglas para la elaboración de la planta docente.
- Normas técnicas para obtención de grado o diploma en posgrado.

Además de la normatividad institucional, el programa requiere contar con normatividad complementaria ya existente que oriente a estudiantes, docentes y administrativos en el quehacer diario del PE como:

- Criterios para la realización de la estancia profesional:

- Formular un catálogo de empresas en las que el estudiantado podrá realizar su estancia profesional, atendiendo a temas como calidad y nivel de la organización, disposición para recibir estudiantes en las áreas y funciones que se requiere, apoyo para la realización de documento de titulación y para contribuir con el desarrollo del programa.
- Llevar un seguimiento mediante la participación de cuerpos colegiados sobre el desempeño de cada estudiante en la estancia profesional realizada en las diversas organizaciones, la calidad de la organización, evaluando su pertinencia, las actividades realizadas y la relación con el documento de titulación. Además, la valoración de crear nuevos convenios con las organizaciones turísticas en las que se encuentren inmersas las personas estudiantes del posgrado para favorecer el desarrollo de sus proyectos de titulación aplicando sus conocimientos en el puesto laboral actual.

- Criterios para la designación de asesores (as) de estudiantes:

- Asignar asesores (as) para los proyectos de titulación de acuerdo con su perfil y experiencia de investigación, consultoría o emprendimientos.
- Atender asuntos como las relaciones entre asesores (as) y estudiantes, evitando la rotación entre ambas categorías de actores.
- Equilibrar la asignación de estudiantes entre el colectivo docente del programa.

- Criterios sobre las características de los trabajos académicos de estudiantes:

- Establecer criterios comunes mínimos para los trabajos académicos para todas las asignaturas, a fin de garantizar su calidad evitando prácticas de deshonestidad académica.
- Fomentar la redacción de trabajos académicos como artículos académicos, capítulos de libros y ponencias para congresos de investigación.

- Criterios para el empleo de plataformas informáticas de apoyo a la docencia:

- La impartición de las asignaturas se apoyará en el uso de una plataforma tecnológica para la docencia, a elegir entre EDUC, Google Classroom, Moodle o Blackboard.
- El empleo de plataformas de este tipo permite la integración de portafolios de trabajos

académicos de estudiantes y docentes (as) que pueden ser consultados por los cuerpos colegiados y por los coordinadores (as) del programa para fines de evaluación y seguimiento del desempeño.

- Criterios para la evaluación continua del desempeño del programa:
- Establecer un procedimiento de evaluación permanente del funcionamiento del programa, a fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos académicos y detectar situaciones que pudieran poner en riesgo su continuidad.

4.3 Evaluación del currículo

Con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades, así como proponer actividades de mejora continua que involucre a diversos actores que aseguren siempre la calidad del programa. Para la evaluación de la MEIT, se consideran dos grandes momentos.

4.3.1 Evaluación interna

Considera el análisis de los siguientes elementos:

- a. Seminario de seguimiento: Realizar cuatrimestralmente seminarios de evaluación que permitan analizar en profundidad los resultados obtenidos en los diversos grupos y asignaturas entre los actores participantes, tales como docentes, personal administrativo, colegio de posgrado y coordinadores (as).
- b. Personal académico: Se analiza si el personal docente es suficiente para atender el perfil del posgrado, esto a través de un análisis de la formación docente, capacitación continua y participación en eventos académicos.
- c. Selección de aspirantes: El estudiantado adscrito al programa de posgrado, conforman un factor imprescindible para evaluar de manera interna el posgrado, así pues, es importante considerar si los mecanismos de selección de alumnos han sido adecuados para cursar el posgrado, en concordancia con la fundamentación del PE. Además, la evaluación realizada en el proceso de selección permite diagnosticar las áreas de oportunidad que tiene el estudiantado y así poder intervenir con estrategias de seguimiento y acompañamiento académico por parte del colectivo docente y administrativo del plantel.
- d. Trayectoria escolar: La coordinación de la MEIT en conjunto con docentes, tutores (as) y asesores (as), llevarán a cabo el seguimiento a la trayectoria académica del estudiantado,

concentrándose en indicadores básicos de rendimiento académico, analizando las materias con mayor reprobación y dando seguimiento continuo a ellas. Para atender el riesgo de deserción se pretende identificar con anterioridad a aquellos (as) estudiantes que son más vulnerables a abandonar sus estudios una vez que se hayan incorporado de manera formal al posgrado para así implementar estrategias de apoyo académico.

4.3.2 Evaluación externa

El PE será sometido a evaluación externa por la instancia nacional correspondiente, con fines de ingresar a lo que se le conoce como el Sistema Nacional de Posgrado (SNP). Conforme a los criterios establecidos en la convocatoria correspondiente, antes de realizar la solicitud de registro se realizará un autoestudio a cargo de un Comité de Pares académicos afines al área del posgrado, con el fin de generar un informe de autoevaluación el cuál es relevante para la evaluación del proceso.

Por otro lado, para la implementación del estudio de seguimiento de egresados (as): Se utiliza como base el modelo de seguimiento de egresados (as) de la Universidad de Colima, el cual consiste en la aplicación anual de una encuesta a las personas egresadas para ubicarlas en sus puestos laborales actuales, así como su nivel de satisfacción de los estudios realizados. Además, se propiciará la participación de egresados (as) en foros, paneles o charlas dirigidas al estudiantado desde la cuál compartan sus experiencias durante su trayectoria académica.

Paralelamente, se establecerán estrategias de retroalimentación que contemplen la participación activa de otros dos grupos clave: empleadores (as) y personas expertas del sector. Con las personas empleadoras, se realizarán mesas de trabajo para identificar las competencias más demandadas y evaluar el grado en que el programa educativo las desarrolla. Para captar la opinión de personas expertas en el sector, se organizarán foros y paneles especializados que permitan analizar tendencias emergentes, innovaciones y cambios normativos que deban incorporarse en el currículo.

Los resultados derivados de estos procesos se traducirán en ajustes curriculares específicos tanto en la actualización de contenidos como en la incorporación de diferentes estrategias de enseñanza aprendizaje. Este ejercicio se hará de manera anual para asegurar la vigencia y pertinencia de los contenidos, metodologías y enfoques formativos del programa académico.

Bibliografía

- Baum, T., & Szivas, E. (2008). HRD in tourism: A role for government? *Tourism management*, 29(4), 783-794.
- Berastain, L. (2009). *Aprender a innovar en una pyme*. España: Paidós.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism Information technology for strategic tourism management* (Primera ed.). Harlow, Essex, Reino Unido: Pearson Education.
- Castells, M. (2005). *Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto mundial*. Chile: Fondo de Cultura Económica Chile.
- CONAET (2016). "Universo de Trabajo". Recuperado de: <https://www.conaet.net/universo-detraabajo/>
- Costa, C., Carvalho, I., Caçador, S., & Breda, Z. (2012). Future Higher Education in Tourism Studies and the Labor Market: Gender Perspectives on Expectations and Experiences. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, XII(1), 70-90. doi:10.1080/15313220.2012.650095
- Croes, R., & Rivera, M. (2015). *Poverty alleviation through tourism development: A comprehensive and integrated approach*. Florida: CRC Press
- Consejo Nacional Empresarial Turístico. Universidad Anáhuac. (2018). *Panorama de la Actividad Turística en México*. Año 9, N.º 25.
- DATATUR (2017). "Ranking Mundial del Turismo Internacional". Recuperado de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- Diario Oficial de la Federación (2015). "Acuerdo para instrumentar la política de fomento a la gastronomía nacional". Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_to_doc.php?codnota=5405996
- Didou, S. (1992). *Los profesionistas egresados de la UAEM y su zona de primer empleo*, Toluca, Edo. de México, UAEM.
- Egger, R., & Buhalis, D. (Eds.). (2008). *eTourism Case Studies Management and Marketing Issues*. Oxford, Oxfordshire, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- García, J. y Rodríguez, J. (2010). *El ABC de la innovación. Principales definiciones, modelos y conceptos*. España: Netbiblio, S. L.
- Gobierno de la República (2013). "Plan Nacional de Desarrollo de México 2013- 2018". Recuperado en febrero de 2019, de: https://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/MarcoJuridico/PND_20132018.pdf
- Goeldner, Charles R. & Ritchie, J. R. Brent (2009). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Eleventh Ed. John Wiley & Sons, Inc. U.S.A.

- Gómez Nieves, S. (2010). La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(1), 139-156.
- Gómez, A. y Calvo, J. (2010). *La innovación: Factor clave del éxito empresarial*. Madrid, España: RaMa.
- Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Editorial Patria.
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, XXXI(1), 1-12. doi:10.1016/j.tourman.2009.08.012
- Hjalager, A.-M. (2015). 100 Innovations That Transformed Tourism. *Journal of Travel Research*, LIV(1), 3-21. doi:10.1177/0047287513516390
- Huang, Y.-C., Backman, K. F., Backman, S. J., & Chang, L. L. (2016). Exploring the Implications of Virtual Reality Technology in Tourism Marketing: An Integrated Research Framework. *International Journal of Tourism Research*, XVIII(2), 116-128. doi:10.1002/jtr.2038
- Huang, Y.-C., Backman, S. J., Backman, K. F., & Moore, D. (2013). Exploring user acceptance of 3D virtual worlds in travel and tourism marketing. *Tourism Management*, XXXVI, 490-501. doi:10.1016/j.tourman.2012.09.009
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2014). *Censos económicos 2014, la industria restaurantera en México*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 83 p.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2017). "Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística (ITAT)" 2017. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/itat/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2019). "INEGI. Encuestas de Viajeros Internacionales". Serie mensual de agosto 2018 a enero 2019. Cifras preliminares. Recuperado en febrero 2019, de: <https://www.inegi.org.mx/temas/turismo/default.html#Tabulados>
- INEGI. (2014). *Censos Económicos 2014: Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI. Retrieved Febrero 25, 2016
- Ismail, S., Malone, M. S., & Van Geest, Y. (2014). *Exponential Organizations: Why new organizations are ten times better, faster, and cheaper than yours (and what to do about it)*. New York, New York, United States: Diversion Books.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27(1), 159-170.
- López Ojeda, a., Favila Cisneros, h. (2014). "De Gastronomía y Gastrónomos ¿es necesario un observatorio gastronómico?". *Culinaria revista virtual especializada en Gastronomía*, 8, 41-51. Recuperado de: <http://www.uaemex.mx/culinaria>.
- López, M. y Grandio, A. (2005). *Capital Humano como fuente de ventajas competitivas. Algunas reflexiones y experiencias*. España: Netbiblio.

- Malagón Plata I. (2007). Currículo y pertinencia en la educación superior. Tolima, Colombia.
- Malagón, P. L. (2003), "La pertinencia en la educación superior: Elementos para su comprensión". Revista de la Educación Superior, Vol. XXXII, núm. 127. Recuperado de: http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista127_S4A1ES.pdf
- Meged, J. W., & Christensen, M. D. (2017). Working Within the Collaborative Tourist Economy: The Complex Crafting of Work and Meaning. In D. Dredge, & S. Gyimóthy (Eds.), Collaborative Economy and Tourism: Perspectives, Politics, Policies and Prospects (First ed., pp. 203-222). Gewerbestrasse, Cham, Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Muñoz Muñoz, I., Tamayo Salcedo, a., Hernández Heredia, C. (2012). "Formación profesional de la gastronomía en instituciones públicas en México". Revista electrónica Actualidades investigativas en educación, 12(3), 1-18. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44723985008>
- Oppenheimer, A. (2017). ¡Crear o morir!: La esperanza de América Latina y las cinco claves de la innovación. Barcelona, España: Debate.
- Oppenheimer, A. (2018). ¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajo en la era de la automatización. Barcelona, España: Debate.
- Organización Mundial del Turismo (1999). "Código Ético Mundial para el Turismo". Santiago de Chile. Recuperado de: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>
- Organización Mundial de Turismo (2017). "3er. Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT, San Sebastián". España. Recuperado de: <http://affiliatemembers.unwto.org/es/event/3er-foro-mundial-de-turismogastronomico-de-la-omt>
- Organización Mundial del Turismo (2018). "Panorama OMT del turismo internacional Edición 2018". Recuperado en febrero de 2019 de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). "Acerca de la OMT". Recuperado en febrero de 2019, de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Panosso, A. (2007). Filosofía del turismo. Teoría y epistemología. México: Trillas.
- Peñaloza, L. (2001). Formación Profesional y Campo Ocupacional del Licenciado en turismo de la UAEM (Tesis de grado), Toluca México.
- Peñaloza, L., Medina, J., Herrera, A. y Vargas, R. (2011). "La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica". Revista de la educación superior, 40(160), 95-118. Recuperado el 23 de marzo de 2019, de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602011000400005&lng=pt&tlng=es

- Rial Sánchez, A. (2008). Referentes para diseñar y planificar la formación para el trabajo en un enfoque de competencias. En García Fraile, J. y Tobón, S. (Coord.), Gestión del currículum por competencias. Una aproximación desde el modelo sistémico complejo (-). Perú: A.B. Representaciones Generales S.R.L.
- Robinson, R. N., Martins, A., Solnet, D., & Baum, T. (2019). Sustaining precarity: critically examining tourism and employment. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18. doi:10.1080/09669582.2018.1538230
- Roura, J. R. C., & Morales, J. M. L. (2011). El turismo: un sector clave en la economía española. *Papeles de Economía española*, 128, 2-20.
- Sancho, A. (. (1998). Introducción al turismo. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Santana Turégano, M. Á. (2005). Turismo, empleo y desarrollo. *Papers: revista de sociología*, (77), 0079-104.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Observatorio Laboral. (2019). "Expectativas laborales para el futuro". Recuperado en febrero de 2019, de: https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/Expectativas_laborales.html
- Secretaría de Turismo, Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2015). Política Nacional Gastronómica 2015-2018 (16 p.). México: Secretaría de Turismo, Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Secretaría de Turismo. (2006). Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México. México: Fondo de cultura económica.
- Secretaría de Turismo. DATATUR (2018a). "Compendio Estadístico del Turismo en México 2017". Recuperado en febrero de 2019, de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- Secretaría de Turismo. DATATUR (2018b). Venta Satélite del Turismo de México 2017. En línea. Recuperado en febrero de 2019, de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- Sladogna, M.G. (1999). La recentralización del diseño curricular. El perfil profesional y la definición de competencias profesionales. Buenos Aires: Instituto Nacional de Educación Tecnológica.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, XXIV(3), 638-657.
- Tribe, J. (2004). Knowing about tourism Epistemological issues. In J. Phillimore, & L. Goodson (Eds.), *Qualitative Research in Tourism Ontologies, epistemologies and methodologies*(First ed., pp. 46-62). London, London, England: Routledge.
- Tribe, J. (Ed.). (2009). *Philosophical Issues in Tourism*. New York, New York, USA: Channel View

Publications.

Tribe, J., & Liburd, J. J. (2016). The tourism knowledge system. *Annals of Tourism Research*, LVII, 44-61. doi:10.1016/j.annals.2015.11.011

Universidad Autónoma del Estado de México. (2000). *Curriculum de la Licenciatura en Gastronomía*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Universidad de Colima (2016). "Lineamientos para el diseño, implementación y evaluación de planes de estudio". Recuperado el 11 septiembre de 2017, de:

https://www.ucol.mx/documentos-normateca/ver/lineamientos/lineamiento_10/#book5/pagina1

Universidad de Colima (2019). "Manual para el diseño y actualización de planes de estudio de nivel superior". Recuperado de:

https://portal.ucol.mx/content/docrevista/documento_1125.pdf

Villanueva M. (2003). *Propuesta metodológica para el diseño de documentos curriculares con base en estudios de pertinencia y factibilidad*. maestría. Universidad de Colima, Facultad de Pedagogía.

Veal, A. J. (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism*(Fifth ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Wanhill, S. (2000). Small and medium tourism enterprises. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 132-147.

World Economic Forum (2017). *The Global competitiveness Report 2016-2017*.

World Economic Forum (2017). "The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future". Recuperado de:

http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

World Tourism Organization (2012). *Global Report on Food Tourism*, UNWTO, Madrid.

World Tourism Organization (2017), "Affiliate members report, volume sixteen – second global report on gastronomy tourism", UNWTO, Madrid. Recuperado de:

<https://www.conacyt.gob.mx/index.php/becas-y-posgrados>

Anexos

Anexo 1. Programas sintéticos de las asignaturas

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Emprendimiento e innovación					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a			
12	18	0	34	64	4
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X		Optativa:
Área de formación a la que pertenece: Emprendimiento e Innovación					
Propósito general de la materia:					
Implementar estrategias emprendedoras e innovadoras para la intervención en el sector turístico a través de la identificación de oportunidades, el desarrollo de habilidades creativas, y la gestión efectiva del riesgo, con el objetivo de contribuir al crecimiento sostenible y estratégico en la industria.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en retos, Aprendizaje basado en proyectos, Estudios de casos, Foro de discusión

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado es capaz de aplicar conceptos de emprendimiento, creatividad e innovación para el diseño, evaluación e implementación de modelos de negocios innovadores y sostenibles en el sector turístico, utilizando metodologías creativas.	1. Emprendimiento, creatividad e innovación. 2. Metodologías y enfoques para la resolución creativa. 3. Tipos de Innovación. 4. Modelos de negocios. 5. Innovación Empresarial en negocios turísticos. 6. Emprendimiento social, ecoemprendimiento y otras tendencias.	Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras (https://autodiagnosticos.ipyme.org/emprendedores) https://canvanizer.com/ Emprendimiento Social explicado con peras y manzanas EDGAR IVAN TRUJILLO CHAVEZ (https://edpuzzle.com/media/65318681a48f43401ecac98d) Casos prácticos sobre emprendimientos turísticos exitosos	Correo electrónico Plataforma EDUC	Proyecto final Participación en foro de discusión Portafolio de aprendizaje Presentaciones académicas

Bibliografía:

Christensen C. (2024). The Innovator's Dilemma, with a New Foreword: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press.

Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship (2006). Harper Busines.

Hisrich, R. D., Peters, M. P. y Shepherd D. A. (2023). Entrepreneurship, 12a edición. McGraw Hill.

Lockwood, T. (2009). Design Thinking. Integrating Innovation, Customer Experience, And Brand Value. Allworth Press.

Osterwalder y Pigneur. (2015). Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Editorial Planeta.

Osterwalder y Pigneur. (2016). Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Editorial Planeta.

Ries, E. (2017). El método Lean Startup : cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Editorial Planeta.

Universidad de Colima
Coordinación General de Investigación
Dirección General de Posgrado
PROGRAMA SINTÉTICO
(No escolarizado)

Datos generales del programa educativo

Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo

Nombre del plantel: Facultad de Turismo

Datos de identificación de la materia

Nombre de la materia:

Gestión Estratégica.

Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:

Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial.

Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			

Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:

Obligatoria:	X		Optativa:	
---------------------	----------	--	------------------	--

Área de formación a la que pertenece: Emprendimiento e Innovación

Propósito general de la materia:

Desarrollar la capacidad del estudiantado para comprender, diseñar e implementar estrategias empresariales efectivas en el sector turístico, fomentando el pensamiento estratégico, la toma de decisiones informada, la gestión eficiente de recursos humanos y la promoción de prácticas sostenibles, con el fin de potenciar el éxito y la competitividad en entornos turísticos cambiantes.

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:**Aprendizaje basado en proyectos y Estudios de casos**

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado analiza el contexto de la gestión estratégica para el diseño e implementación de estrategias organizacionales en el sector turístico mediante procesos de mejora continua y aprendizaje organizacional.	Contexto de la Gestión Estratégica Diseño Estratégico Empresarial Implementación Estratégica en Turismo Evaluación y Ajuste de Estrategias Mejora Continua y Aprendizaje Organizacional	Casos prácticos de gestión estratégica Videotutorial sobre la conformación de estrategias en los diferentes niveles de una organización turística. Gestión estratégica niveles de estrategia (https://www.youtube.com/watch?v=oorcCPLM500) Quizziz sobre los métodos de evaluación de estrategias, mejora continua y aprendizaje organizacional.	Plataforma Educ Correo electrónico Google Meet	Rúbrica de Estudio de Casos. Informe de Simulación Empresarial. Presentación de Tendencias en Turismo.

Bibliografía:

David, F. R. (2017). Conceptos de administración estratégica. (Decimoquinta edición). Pearson educación.

Dawar, N. (2019). Tilt: Shifting Your Strategy from Products to Customers.

De Toni, J. (2019). Planificación estratégica del gobierno.

Hamel, G., & Zanini, M. (2020). Humanocracy: Creating Organizations as Amazing as the People Inside Them.

Heffernan, M. (2020). Uncharted: How to Navigate the Future.

Hill, C. W. L., & Schilling Melissa A. (2019). Administración Estratégica: Teoría y casos un enfoque integral. (Décima). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Hill, C. W. L., Schilling, M. A., & Jones, G. R. (2020). Strategic Management An Integrated Approach Theory & Cases (13a ed.). Cengage Learning, Inc.

Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (2019). Estrategia en acción.

Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (2019). Mapas estratégicos: Cuadro de mando integral.

Markides, C. (2019). En la estrategia está el éxito.

Porter, M.E. (2019). Estrategia competitiva.

Schaefer, M. (2019). Return On Influence: The Revolutionary Power of Klout, Social Scoring, and Influence Marketing.

Spender, J.C. (2019). Business Strategy: Managing Uncertainty, Opportunity, and Enterprise.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Gestión Digital					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Habilidades Digitales					
Propósito general de la materia:					
Al finalizar la asignatura, el estudiantado habrá desarrollado un conjunto integral de conocimientos, habilidades y actitudes que les permitirán liderar y participar activamente en procesos de transformación digital, fomentando la innovación y el emprendimiento en entornos empresariales.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en proyectos y Estudio de Casos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado aplica los fundamentos de la transformación digital para el diseño de estrategias organizacionales que considere la adopción de tecnologías de la información e inteligencia artificial en los procesos clave de una organización turística.	Fundamentos de la Transformación Digital 2. Inteligencia Artificial y Emprendimiento Digital 3. Tecnologías de la Información y Estrategias Empresariales	Inteligencia Artificial IA en el Sector TURISMO y VIAJES (https://www.youtube.com/watch?v=PvhQ1oko1Z0) https://www.travelicious.app/ https://wonderplan.ai/ Presentaciones interactivas en genially sobre ejemplos del uso de las tecnologías de la información en organizaciones turísticas	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Análisis de Casos (Rúbrica). Simulación Empresarial (Informe Individual y Presentación Oral). Rúbrica de Evaluación de Proyecto de Innovación Empresarial

Bibliografía:

Baños, P. (2018). Así se domina el mundo.

Bughin, J., & Chui, M. (2018). Digital McKinsey: Insights.

Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson Education.

Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World.

Iansiti, M., & Lakhani, K. (2020). Competing in the Age of AI.

Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2017). Achieving Digital Maturity.

Kreutzer, R. T., Neugebauer, T., & Pattloch, A. (n.d.). Digital Business Leadership: Digital Transformation, Business Model Innovation, Agile Organization, Change Management. Springer.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). Management Information Systems: Managing the Digital Firm (17th ed.). Pearson.

Mazzucato, M. (2018). The Value of Everything.

McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). Machine, Platform, Crowd.

Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2019). Designed for Digital.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Seminario de Integración I					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	44	80	5
12	10	14			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Metodología					
Propósito general de la materia:					
Al finalizar la asignatura, el estudiantado construye una propuesta de proyecto de intervención o de investigación que fungirá como base para su trabajo de titulación					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:**Aprendizaje basado en proyectos**

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado define tema para su proyecto de intervención profesional o de investigación (tesis), selecciona la metodología de investigación apropiada y redacta un protocolo de investigación con el uso correcto del formato de citación APA.	Definición del tema para el proyecto de investigación empresarial (proyecto de intervención o tesis). Revisión de las diferentes metodologías aplicables a la investigación. Diseño de la investigación. Elaboración y entrega de protocolo de investigación. Citación APA	El portal de la tesis de la Universidad de Colima https://recursos.ucol.mx/tesis/ elicit.com https://researchrabbitapp.com/home Videotutoriales sobre los apartados de un documento de titulación para posgrado (proyecto de intervención profesional y tesis) Protocolos de investigación de estudiantes de	Plataforma Educ Correo electrónico Google Meet	Proyecto final Portafolio de evidencias Presentaciones académicas

		generaciones anteriores		
		Aplicación mendeley		

Bibliografía:

APA: American Psychological Association. (2020). Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. APA: United States of America.

Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism Management*, 64, 55-63.

Easterby-Smith, M., Jaspersen, L., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and Business Research* (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3740303/management-and-business-research-pdf> (Original work published 2021)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.

Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100408.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Zhong, Y. Y. S., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.

BIBLIOGRAFÍA

COMPLEMENTARIA

Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Kumaraswamy, A., Garud, R., & Ansari, S. (2018). Perspectives on disruptive innovations. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1025-1042.

O'Cass, A., & Sok, P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: Understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. *Tourism Management*, 51, 186-200.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Innovación de Productos Turísticos					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Emprendimiento e Innovación					
Propósito general de la materia:					
El estudiantado domina el proceso de innovación en el modelo de negocios en el ámbito del turismo					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en retos, Estudio de caso, Aprendizaje basado en proyectos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado diseña la innovación de un producto o experiencia turística a partir de la implementación del proceso de innovación en el modelo de negocios.	Conceptos y componentes del producto turístico innovador Tipología y tendencias en la innovación de productos turísticos Planificación y desarrollo de productos turísticos innovadores Diferenciación entre productos y experiencias turísticas Proceso de innovación en el modelo de negocios	MOOC de Innovación turística (https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/product/innovacion-turistica) Casos de estudio sobre productos turísticos innovadores	Plataforma EDUC Correo electrónico	Proyecto final Participación en foro de discusión Portafolio de aprendizaje Presentaciones académicas

Bibliografía:

Custodio-Santos et al. (2020). A Model for the Development of Innovative Tourism Products: From Service to Transformation. Sustainability 2020, 12 , 4362; doi:10.3390/su12114362

European Travel Commission & UNWTO (2012). A Handbook on Tourism Product Development. UNWTO, Madrid.

Gabor et al. (2023) Innovative Tourism Products as Sustainable Solutions for Emerging Economies. Doi: 10.2478/eoik-2023-0007

Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico (2014): Manual para el desarrollo de productos turísticos.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Analítica de datos					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	34	64	4
12	18	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Habilidades Digitales					
Propósito general de la materia:					
Él o la estudiante domina las técnicas de análisis de datos, así como las herramientas digitales para realizar análisis estadístico y visualización de datos.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en proyectos, Estudios de casos (tipo Harvard)

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado aplica técnicas de estadística descriptiva e inferencial para fundamentar la toma de decisiones en una organización turística y comunica sus resultados con visualizaciones de datos efectivas utilizando software especializado como Power BI.	Cultura del dato Estadística descriptiva Predicción y pronósticos con regresión lineal y múltiple Series de tiempo Visualización de datos Storytelling with data Power BI	Bases de datos de estadística turística de ONU Turismo (https://www.unwto.org/tourism-statistics-tourism-statistics-database) Canal de Youtube @storytellingwithdata • https://www.youtube.com/@storytellingwithdata/videos Manual y videotutoriales de Power BI, Excel y SPSS	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Portafolio de evidencias

Bibliografía:

Díaz Mata, Alfredo (2012). Estadística Aplicada la Administración y Economía. Mc Graw Hill.

Field, A (2016). Discovering statistics using IBM SPSS statistics

Nussbaumer Knafllic, C. (2017). Storytelling with data. John Wiley & Sons.

Organización Mundial del Turismo (2008). Handbook on Tourism Forecasting Methodologies

Panneerselvam, R. (2023) Business Statistics Using Excel. A Complete Course in Data Analytics. Routledge

Salkind, Neil (2018). Statistics for people who (Think They) hate statistics. SAGE Publications

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Seminario de Integración II					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	44	80	5
12	10	14			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Metodología					
Propósito general de la materia:					
Proporcionar a las y los estudiantes las herramientas metodológicas aplicables para sus proyectos de investigación de intervención o de investigación					
Estrategias de enseñanza-aprendizaje:					
Aprendizaje basado en proyectos, Estudios de casos (tipo Harvard), Foro de discusión					

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado diseña la metodología de su proyecto de titulación a partir de las necesidades y características específicas del tema seleccionado.	Estudios de caso como herramienta metodológica. Construcción de datos cualitativos y/o cuantitativos: técnicas y métodos. Estudio de mercado/Fase de campo Informe del análisis de datos.	Portal de la tesis ucol (https://recursos.ucol.mx/tesis/) Informes de estudios de mercado Videotutoriales y presentaciones interactivas sobre métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas	Plataforma EDUC Correo electrónico	Proyecto final Portafolio de evidencias Presentaciones académicas

Bibliografía:

APA: American Psychological Association. (2020). Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. APA: United States of America.

Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism Management*, 64, 55-63.

Easterby-Smith, M., Jaspersen, L., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and Business Research* (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3740303/management-and-business-research-pdf> (Original work published 2021)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.

Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100408.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Zhong, Y. Y. S., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.

BIBLIOGRAFÍA

COMPLEMENTARIA

Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Kumaraswamy, A., Garud, R., & Ansari, S. (2018). Perspectives on disruptive innovations. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1025-1042.

O'Cass, A., & Sok, P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: Understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. *Tourism Management*, 51, 186-200.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Gestión del turismo para la sostenibilidad					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Emprendimiento e Innovación					
Propósito general de la materia:					
Implementar estrategias innovadoras de gestión turística que conduzcan a la sostenibilidad en la actividad turística, mediante una comprensión avanzada de la gestión del turismo desde los diversos sectores que lo integran.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en retos, Aprendizaje basado en proyectos, Estudios de casos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado desarrolla una iniciativa de emprendimiento o innovación social considerando la gestión del turismo para la sostenibilidad.	Marco teórico y conceptos de turismo, gestión y sostenibilidad, El rol de la innovación en la sostenibilidad Enfoques sectoriales al turismo y la sostenibilidad Emprendimiento e innovación social en el turismo Instrumentos y estrategias de gestión del turismo para la sostenibilidad Criterios globales para la gestión del turismo para la sostenibilidad Planificación y gestión estratégica de soluciones innovadoras Evaluación y monitoreo de la sostenibilidad	Medición de la sostenibilidad en el turismo (https://www.unwto.org/es/estadisticas-turismo/medicion-de-sostenibilidad-en-turismo) How to save tourism from itself por Doug Lansky TEDxStockholmSalon (https://www.youtube.com/watch?v=Imbj0F-gUSw&t=30s) Casos prácticos sobre productos turísticos sustentables y medición de la sustentabilidad del turismo	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Estudio de casos Participación en foro de discusión Portafolio de aprendizaje Presentaciones académicas

Bibliografía:

Buhalis, D., & Costa, C. (Eds.). (2020). Tourism management, marketing, and development: Performance, strategies, and sustainability. Springer.

Global Sustainable Tourism Council (). Industry and Destination Criteria. (gstcouncil.org)

Haid, M. et al. (2021). Sustainability implementation in destination management. Journal of Cleaner Production 312. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127718>

Jamal, T., & Scherer, C. W. (Eds.). (2020). Tourism governance: Critical perspectives on governance and sustainability. CABI.

Luo, W. (2019). Evaluating Tourist Destination Performance: Expanding the Sustainability Concept. Sustainability 2018, 10, 516; doi:10.3390/su10020516

Milano, C. et al (2019) Overtourism and Tourismophobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns, Tourism Planning & Development, 16:4, 353-357

Morrison, A. M. (2019). Marketing and Managing Tourism Destination (2nd Ed). Routledge

Ratten V., Braga, V., Álvarez-García, J. & Río-Rama, M. (Editors) (2020). Tourism Innovation, Technology, Sustainability and Creativity. Routledge.

World Tourism Organization (2022), Measuring the Sustainability of Tourism – Learning from Pilots, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424061>

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Marketing Digital					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Habilidades Digitales					
Propósito general de la materia:					
Al finalizar el curso, el estudiantado habrán desarrollado un sólido conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que les permitirá diseñar, implementar y gestionar estrategias de marketing digital efectivas y éticas. Estarán capacitados para enfrentar los desafíos del entorno digital, aprovechar					

las oportunidades emergentes y contribuir al crecimiento sostenible de las organizaciones en el turismo.

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Estudio de caso (interactivo), taller práctico en plataforma digital y Aprendizaje basado en proyectos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado desarrolla estrategias de marketing digital efectivas con apoyo de técnicas de analítica de datos en marketing	1. Fundamentos del Marketing Digital 2. Estrategias y Tácticas en Marketing Digital 3. Analítica y Optimización en Marketing Digital	Canal de youtube Cyberclick • Marketing Digital @cyberclicknet (https://www.youtube.com/@cyberclicknet) Plantillas de Excel para el cálculo de KPIs del marketing digital Páginas de redes sociales como Facebook business, whatsapp business, instagram y tik tok	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Evaluación continua (estudios de caso). Evaluación de desempeño en el taller. Rúbrica de desempeño (proyecto).

Bibliografía:

Baer, J. (2021). Youtility. Portfolio.

Cancel, D., & Gerhardt, D. (2019). Conversational Marketing. Wiley.

Eyal, N. (2021). Hooked. Penguin Books.

Gil, C. (2019). The End of Marketing. Kogan Page.

Glass, R., & Callahan, S. (2021). The Big Data-Driven Business. Wiley.

Miller, D. (2021). Building a Story Brand. HarperCollins Leadership.

Pulizzi, J. (2021). Epic Content Marketing. McGraw-Hill Education.

Schaefer, M. W. (2019). Marketing Rebellion. McGraw-Hill Education.

Sheridan, M. (2019). They Ask, You Answer (2nd Edition). Wiley.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Seminario de Titulación I					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	40	80	5
12	14	14			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Metodología					
Propósito general de la materia:					
El estudiantado aplica los métodos y formas de investigación en el desarrollo del proyecto de titulación.					
Estrategias de enseñanza-aprendizaje:					
Aprendizaje basado en proyectos					

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado redacta el apartado de análisis de resultados o equivalente para integrarlo en su proyecto de titulación y socializa sus descubrimientos de forma oral y dominio del tema.	Estructura de un proyecto de intervención y de un documento de tesis Análisis de resultados Presentación de avances de resultados Escritura académica-científica	Presentación sobre las opciones de titulación con base en los lineamientos para la evaluación del aprendizaje en Educación Superior Titulación en posgrado. Cuadro comparativo de las estructuras del documento de proyecto de intervención profesional y del documento de tesis. Videotutoriales de software de análisis cualitativo (Atlas.ti) y de análisis cuantitativo (Excel y SPSS). Consejos para el examen	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Presentaciones académicas

		profesional. Humberto Gutiérrez. Consejos Imagen (https://www.youtube.com/watch?v=4ELaosle9aE) Software Mendeley		
--	--	--	--	--

Bibliografía:

APA: American Psychological Association. (2020). Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. APA: United States of America.

Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism Management*, 64, 55-63.

Easterby-Smith, M., Jaspersen, L., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and Business Research* (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3740303/management-and-business-research-pdf> (Original work published 2021)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.

Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100408.

Universidad de Colima. Lineamientos para la titulación en educación superior, Posgrado

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Zhong, Y. Y. S., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Kumaraswamy, A., Garud, R., & Ansari, S. (2018). Perspectives on disruptive innovations. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1025-1042.

O'Cass, A., & Sok, P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: Understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. *Tourism Management*, 51, 186-200.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Formulación y Evaluación de Proyectos					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	34	64	4
12	18	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Emprendimiento e innovación					
Propósito general de la materia:					
Construir planes de negocios (diseño, planificación y evaluación), ya sea para emprendimientos de nueva creación o para la implementación de innovaciones en negocios turísticos existentes, con la aplicación de conocimientos teóricos, habilidades prácticas y actitudes emprendedoras necesarias para liderar proyectos turísticos sostenibles.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en retos, Aprendizaje basado en proyectos, Estudios de casos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado formula y evalúa un proyecto turístico para determinar su viabilidad, factibilidad y sostenibilidad	Del modelo de negocios al plan. Diseño del producto, servicio o implementación. Estrategia Empresarial Estudio técnico. Estudio de mercado. Evaluación Financiera. Estudios de impacto social, ambiental y plan de contingencia.	Plantillas de Excel para la evaluación financiera del proyecto. Canvanizer https://canvanizer.com Videotutoriales sobre el diseño de formularios online para estudios de mercado Páginas web de las dependencias gubernamentales y otras instancias privadas involucradas en la tramitología específica de cada proyecto propuesto por el estudiantado, por ejemplo: CFE, SCT,	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Participación en foro de discusión Portafolio de aprendizaje Presentaciones académicas

Bibliografía:

Alcaráz, R. (2020). El emprendedor de éxito. México: Mc Graw-Hill.

Osterwalder y Pigneur. (2015). Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Editorial Planeta.

Ries, E. (2017). El método Lean Startup : cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Editorial Planeta.

Rodríguez, F. (2018). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. (Primera edición). Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Taller de vinculación					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Dirige negocios turísticos mediante la aplicación de las herramientas de gestión contemporáneas y tecnologías de la información con un enfoque estratégico para generar empresas altamente competitivas en el mercado global con sentido ético y responsabilidad social empresarial. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	150	176	11
0	10	16			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Metodología					

Propósito general de la materia:				
Enlazar los aprendizajes teóricos adquiridos en el campo académico con la práctica profesional en las organizaciones del ramo turístico.				
Estrategias de enseñanza-aprendizaje:				
Aprendizaje basado en proyectos, Aprendizaje basado en retos				
Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado analiza el entorno de las organizaciones negocios turísticos desde su experiencia durante una estancia profesional que le permita movilizar sus competencias para la resolución de problemas o retos de la organización.	Entorno de los negocios turísticos. Tendencias en el mercado. Oportunidades de disrupción en el turismo. Competitividad empresarial. Sectores en turismo: empresarial, gubernamental y social.	Guía de memoria de la estancia en la organización turística	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Portafolio de evidencias Presentaciones académicas

Bibliografía:

APA: American Psychological Association. (2020). Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. APA: United States of America.

Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism Management*, 64, 55-63.

Easterby-Smith, M., Jaspersen, L., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and Business Research* (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3740303/management-and-business-research-pdf> (Original work published 2021)

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.

Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100408.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Zhong, Y. Y. S., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Seminario de Titulación II					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla modelos de negocios turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	40	80	5
12	14	14			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:			X	Optativa:	
Área de formación a la que pertenece: Metodología					
Propósito general de la materia:					
El estudiantado finaliza su documento recepcional para fines de titulación además de divulgar los					

principales hallazgos del mismo en eventos académicos o dirigidos a la sociedad en general.

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en proyectos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado divulga los resultados de su proyecto de intervención o tesis a través de la redacción de artículos de investigación o ponencias. Además, defiende su proyecto de intervención o tesis frente a un sínodo.	Redacción de conclusiones Formato oficial del documento recepcional Examen de grado Trámites de titulación Escritura de ponencias, artículos de investigación y capítulos de libro	Guía de preguntas para la redacción de conclusiones Guía de estilo y formato del proyecto de intervención y de tesis. Infografía y diagrama de flujo sobre los trámites de la titulación del programa de posgrado. Consejos para el examen profesional. Humberto Gutiérrez. Consejos Imagen (https://www.youtube.com/)	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Proyecto final Presentaciones académicas

		watch?v=4ELa osle9aE)		
Bibliografía:				
APA: American Psychological Association. (2020). Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. APA: United States of America. Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. <i>Tourism Management</i>, 64, 55-63. Easterby-Smith, M., Jaspersen, L., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). <i>Management and Business Research</i> (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from https://www.perlego.com/book/3740303/management-and-business-research-pdf (Original work published 2021) Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In <i>Managing sustainable business</i> (pp. 323-346). Springer, Dordrecht. Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. <i>Journal of Destination Marketing & Management</i>, 100408. Universidad de Colima. Lineamientos para la titulación en educación superior, Posgrado Yin, R. K. (2018). <i>Case Study Research and Applications: Design and Methods</i> (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. Zhong, Y. Y. S., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. <i>Tourism Analysis</i>, 22(2), 201-217. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>. Kumaraswamy, A., Garud, R., & Ansari, S. (2018). Perspectives on disruptive innovations. <i>Journal of Management Studies</i>, 55(7), 1025-1042. O'Cass, A., & Sok, P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: Understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. <i>Tourism Management</i>, 51, 186-200.				

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Alimentación, gastronomía y culinaria					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla proyectos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:				Optativa:	x
Área de formación a la que pertenece: Optativa					
Propósito general de la materia:					
Reconoce la relación socio-histórica que influye en las prácticas y culturas alimentarias. Identifica las principales diferencias entre los conceptos de gastronomía y culinaria. Reconoce el papel que la gastronomía juega en el entorno turístico					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:				
Aprendizaje basado en problemas, Estudios de casos				
Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado comprende la evolución de la alimentación así como su relación con el diseño de productos turísticos	Historia y evolución de la alimentación Cultura y alimentación Gastronomía y culinaria Binomio turismo - gastronomía	Casos prácticos sobre la evolución de la gastronomía y su vinculación al turismo Videos sobre rutas gastronómicas exitosas como la ruta del vino y del queso en Querétaro. Infografías sobre el origen de platillos, ingredientes y tradiciones en las diferentes regiones de México	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Participación en foros de discusión Presentaciones académicas Reportes de lectura de artículos Resolución de estudio de casos Proyecto final
Bibliografía:				
Contreras, J (1993) Antropología de la alimentación Madrid. Eudema Basque Culinary Center. (2019) Future of Food Report for .2050 (en línea), disponible en: https://static1.squarespace.com/static/620f7a4cfdc6716b3de7ab18/t/64074b622bc05f51a966e4ae/1678199682040/FUTURE_FOOD_REPORT_2050-Reduced+%281%29.pdf UNWTO Guía para el desarrollo del turismo gastronómico (2020) UNWTO.				

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Industria alimentaria y gastronómica					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla proyectos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:				Optativa:	x
Área de formación a la que pertenece: Optativa					
Propósito general de la materia:					
Identifica la participación de la industria alimentaria en el ámbito social y económico. Desarrolla una idea más clara del panorama gastronómico y su relación con el territorio y la localidad. Identifica los elementos del turismo gastronómico y sus expresiones como parte del patrimonio.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:				
Aprendizaje basado en problemas, Estudios de casos, Foros de discusión				
Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado analiza la relación existente entre la gastronomía, el patrimonio y el territorio para intervenir en la creación o innovación de productos turísticos basados en la gastronomía.	La industria alimentaria en el mundo El desarrollo de la industria gastronómica en México y el mundo Alimentación, territorio y localidad Patrimonio y gastronomía Turismo gastronómico	Cocina Mexicana 2: Patrimonio de la humanidad Fundación HERDEZ (https://www.youtube.com/watch?v=mEssXLx29zk&list=PLxNdh5eKd46FZxkEmPW2a9lyWYFtU6gg&index=2) Presentaciones interactivas con ejemplos de ingredientes y platillos ubicándolos por región de México y productos turísticos basados en ellos.	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Estudio de casos (Rúbrica) Portafolio de evidencias Reportes de lectura.

Bibliografía:				
Bak-Geller, S., Matta, R. y Edouard, C. [Coord] (2019). Patrimonios alimentarios. Entre consensos y tensiones. El Colegio de San Luis. México Holt-Gimenez, E. (2017). El capitalismo también entra por la boca . Food first Books. New York Hueber , L (2002) Consumo, cultura e identidad en un mundo globalizado. Estudios de caso de los Andes. Instituto de Estudios Peruanos Licone,E. y Cortés, A. [Coord]. (2017) Alimentación, cultura y espacio. Acercamientos etnográficos. BUAP				

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Innovación en organizaciones gastronómicas					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Desarrolla proyectos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social. Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:				Optativa:	x
Área de formación a la que pertenece: Optativas					
Propósito general de la materia:					
Identificar cómo se presenta el valor de vinculación en las experiencias gastronómicas y la percepción del valor en esta industria en sus diferentes canales. Reconocer diferentes expresiones de innovación en el sector culinario y aplicarlos en el desarrollo de proyectos y/o investigaciones					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Aprendizaje basado en proyectos, Estudio de casos

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado desarrolla propuestas de intervención en negocios gastronómicos con el propósito de implementar innovaciones en dichas organizaciones turísticas.	Gastronomía y posmodernidad Gestión de empresas de A&B Calidad y seguridad alimentaria I+D en gastronomía	Casos de estudio sobre innovaciones gastronómicas exitosas Videos explicativos sobre experiencias gastronómicas desarrollados en edpuzzle		Casos prácticos Redacción de ensayos académicos Proyecto final

Bibliografía:

Ayora,S. Cocina,(2018). Gastronomía y modernidad:hacia una definición de lo gastronómico. Diario de Campo 2(4).INAH

Basque Culinary. I Foro Mundial Gastronómico: 10 Conclusiones <http://www.gastroeconomy.com/2015/05/i-foro-mundial-del-turismo-gastronomico-10-conclusiones-y-los-mensajes-de-los-ponentes/>

Biolchini,A. y Agnes,M. (2010).TRIBU GOURMET. El marketing posmoderno y el significado del consumo.Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 19, núm. 6, 2010, pp. 1053-1071 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina

Díaz,E. (2000). Posmodernidad. Biblos. Argentina

Saucedo,G.(2020). Amantes de la comida- consumo y gusto posmoderno. Alimentación para la salud. <https://alimentacionysalud.unam.mx/wp-content/uploads/2020/12/Amantes-de-la-comida-Consumo-y-gusto-posmoderno.pdf>

Universidad de Colima Coordinación General de Investigación Dirección General de Posgrado PROGRAMA SINTÉTICO (No escolarizado)					
Datos generales del programa educativo					
Nombre del programa educativo: Maestría en Emprendimiento e Innovación en el Turismo					
Nombre del plantel: Facultad de Turismo					
Datos de identificación de la materia					
Nombre de la materia:					
Tendencia turística					
Competencias del perfil de egreso a las que contribuye la materia:					
Es creativo e innovador en la producción de conocimientos y la confrontación teórica. Evalúa modelos de negocios turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica. Analiza información y la utiliza en la toma de decisiones fundamentada Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.					
Horas de mediación docente			Horas de trabajo independiente	Total de horas	Valor en créditos
Docente	Facilitador/a	Asesor/a	36	64	4
12	16	0			
Tipo de materia de acuerdo a su clasificación:					
Obligatoria:				Optativa:	X
Área de formación a la que pertenece: Optativas					
Propósito general de la materia:					
Comprender el fenómeno socio-económico actual para conocer la tendencia del negocio turístico y es capaz de desarrollar actividades turísticas innovadoras de acuerdo con las necesidades de los turistas.					

Estrategias de enseñanza-aprendizaje:

Exposición del profesor, exposición del estudiantado, análisis y síntesis de artículos, estudios de casos sobre investigaciones, mesa redonda, investigación de ejemplos.

Elemento de competencia o resultado de aprendizaje	Contenidos	Materiales de estudio y/o recursos educativos digitales	Herramientas de comunicación	Criterios de acreditación y/o evaluación
El estudiantado identifica las oportunidades profesionales o de negocios que generan las nuevas tendencias en el mercado del turismo.	Turismo posmoderno y la globalización Industria cultural y el ocio El poder de Soft Power sobre el consumo turismo Turismo basado en la economía creativa (economía naranja) Mercantilización y comercialización del producto turístico	Casos de estudio de productos turísticos innovadores en el mundo.	Plataforma EDUC Correo electrónico Videoconferencia	Casos prácticos Proyecto final

Bibliografía:

López, A. y Marín, G. (2010). Turismo, Capitalismo y Producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudio de historia y sociedad*, 31(123), 219-258. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008

Morin, E. y Adorno, T. (1967). *La industria cultural*. Galerna

Ortega, L. (2009). Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Revista Culturales*. 5(10). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912009000200002

Richards, G. (2017a). Creative tourism: ¿Opportunities for small places? *Tourism & Management Studies*. DOI: 10.18089/tms.2019.15SI01

Richards, G. (2017b). El consumo de turismo en la posmodernidad o en la modernidad líquida. *Oikonomics. Revista de economía, empresa y sociedad*



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Ficha Técnica

Nombre del programa:	Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo
Plantel o planteles:	Facultad de Turismo.
Campo disciplinario:	Administración y negocios
Campo específico:	Administración y gestión
Clave:	M486
Inicio de vigencia:	2025.
Duración:	4 cuatrimestres.
Modalidad:	Mixto – en línea.
Orientación:	Profesionalizante.
Créditos requeridos:	75.

Presentación:

A pesar de las afectaciones causadas por la pandemia de COVID-19, el sector del turismo no sólo se ha recuperado, sino que, además, está dando claras muestras de que continuará creciendo en los próximos años y consolidándose como uno de los sectores económicos globales más grandes, que amplía las opciones para la creación de oportunidades para innovar y emprender, generar empleos, crea condiciones para que grupos sociales mejoren sus condiciones de vida y se preserve el patrimonio biocultural de los territorios.

En ese contexto, México ha sido uno de los destinos turísticos con mayor afluencia de turistas internacionales en la última década. Esta realidad ha llevado a la Universidad de Colima, en particular a la Facultad de Turismo de Villa Álvarez, a ofrecer un Programa de Posgrado de nivel maestría orientado al Emprendimiento e Innovación en Turismo, con el objetivo de formar profesionales capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con apoyo de herramientas digitales para incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, con la habilidad de trabajar en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.

Objetivo curricular:

Formar maestras y maestros en Emprendimiento e Innovación en Turismo, capaces de crear y gestionar organizaciones turísticas innovadoras y sostenibles, con el propósito de incrementar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional, a través del trabajo en equipos multidisciplinarios con actitud creativa, responsabilidad social y ética.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia

Dirección General de Posgrado

Perfil del aspirante:

La persona que desee ingresar al programa de posgrado debe contar con las siguientes características:

Habilidades

- Capacidad para trabajar en equipo, de manera organizada, con alto sentido de la responsabilidad
- Capacidad para interactuar y establecer vínculos con actores clave del ecosistema turístico
- Capacidad de análisis y de síntesis
- Capacidad de autogestionar su proceso de aprendizaje
- Manejo de las tecnologías de información y comunicación (plataformas educativas, mensajería instantánea, correo electrónico, word, excel y powerpoint).
- Capacidad para planear actividades de manera eficiente optimizando el tiempo disponible
- Transmisión de ideas e información de manera clara y concisa tanto de forma verbal como escrita
- Capacidad para mantener la calma en situaciones problemática o retadoras

Conocimientos

- Estudios de licenciatura preferentemente en las áreas de turismo y gastronomía, o de administración y negocios o, en su caso, experiencia laboral comprobable en las áreas mencionadas.
- Conocimientos básicos de metodología de investigación
- Comprensión de lectura en idioma inglés

Actitudes:

- Iniciativa para buscar oportunidades de aprendizaje, resolver problemas y tomar medidas para alcanzar las metas académicas.
- Mentalidad resiliente para enfrentar desafíos y superar obstáculos
- Adaptabilidad para ajustarse a cambios en el entorno académico.
- Curiosidad intelectual
- Actitud receptiva hacia nuevas ideas, enfoques y perspectivas, y disposición para cuestionar suposiciones previas y explorar nuevas formas de pensar y aprender.
- Compromiso con los estándares de ética y conducta profesional, incluyendo la honestidad académica y el respeto a sus semejantes.
- Interés por la innovación y el emprendimiento, manifestando disposición para participar en procesos de incubación de empresas turísticas



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado

Perfil de egreso:

La persona que egresa de la MEIT desarrollará las siguientes competencias específicas:

- Diseña productos turísticos sostenibles mediante la innovación e investigación aplicada para el aprovechamiento de los bienes naturales y culturales del territorio con sentido de responsabilidad social.
- Dirige organizaciones turísticas mediante la aplicación de las herramientas de gestión digital contemporáneas con un enfoque estratégico para generar organizaciones altamente competitivas en el mercado global con sentido ético, responsabilidad social empresarial y enfoque de sostenibilidad.
- Diseña y evalúa proyectos de intervención profesional, aplicando de manera crítica teorías y metodologías de investigación específicas del turismo a partir de la analítica de datos con una perspectiva ética y socialmente responsable para generar soluciones innovadoras en su campo de especialización.
- Evalúa proyectos turísticos innovadores con base en la investigación de las necesidades del mercado para generar una oferta diferenciada en el sector con visión estratégica.
- Diseña estrategias de gestión y marketing digital para incrementar la eficiencia, productividad y ventas de las diferentes organizaciones turísticas.
- Toma decisiones con criterios de sostenibilidad con base en el proceso de análisis de datos con apoyo de plataformas digitales, inteligencia artificial y software especializado.

Asimismo, poseerá las siguientes competencias genéricas:

- a) Es creativo(a) e innovador(a) en la producción de conocimientos y la confrontación teórica.
- b) Resuelve problemas en interacción con otros profesionales.
- c) Influye de manera propositiva en el mejoramiento de su entorno.
- d) Analiza información y la utiliza en la toma de decisiones fundamentadas.

Campo ocupacional:

La persona egresada de la MEIT puede desempeñarse en puestos directivos y de mandos intermedios en organizaciones públicas y privadas vinculadas directamente con la actividad turística, tales como:

- a) Emprendimientos productivos o sociales en el sector turismo.
- b) Organizaciones turísticas de los diferentes giros de actividad:
 - Empresas de hospedaje
 - Empresas de viajes
 - Empresas de alimentos y bebidas
 - Empresas de entretenimiento
 - Operadoras turísticas
 - Empresas de turismo alternativo
 - Empresas de consultoría y asesoría
- c) Dependencias sin fines de lucro, gubernamentales y no gubernamentales como:
 - Dependencias de fomento al turismo de los gobiernos federales, estatales y municipales
 - Fideicomisos de promoción turística
 - Oficinas de congresos y convenciones
- d) Organismos no gubernamentales vinculados con el turismo y la conservación del medio ambiente.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia

Dirección General de Posgrado

Requisitos de ingreso:

Las personas aspirantes a estudiar el programa de la MEIT deberán cubrir los siguientes requisitos:

- Certificado y título universitario, acreditando un promedio mínimo 8.0, o su equivalente.
- Constancia de comprensión lectora del idioma inglés
- Presentar el Examen Nacional de Ingreso EXANI-III.
- Realizar una entrevista con el comité de selección
- Atender los demás requisitos que señale la convocatoria vigente.
- Cubrir los aranceles correspondientes.
- Los demás que marque el Reglamento Escolar de la Universidad de Colima vigente.
- Deseable haber colaborado en una organización turística por un periodo de al menos 400 horas en los dos años anteriores al inicio del programa.
- Deseable haber participado en la implementación de un nuevo programa o proyecto en una organización turística.

Requisitos de egreso:

- Aprobar el 100% de los créditos del plan de estudios.
- No tener adeudos con la Universidad de Colima.
- Los demás que señale la normativa institucional vigente.

Requisitos de titulación:

Para tener derecho a solicitar el grado de maestría se requiere:

- I. Aprobar el total de créditos del plan de estudios;
- II. No tener adeudos en bibliotecas, plantel, centros de investigación u otras dependencias universitarias;
- III. Cumplir con las disposiciones establecidas para tal fin, de acuerdo con los Lineamientos de Titulación en Posgrado vigentes y,
- IV. Estar al corriente en el pago de aranceles.

Líneas de generación y aplicación del conocimiento:

Con el propósito de fortalecer el desarrollo de proyectos que coadyuven a la formación profesional de quien egresa de la MEIT, se plantea desarrollar la siguiente línea de generación y aplicación del conocimiento denominada: Emprendimiento e Innovación del turismo.

Identifica aquellos factores y procesos que contribuyen al surgimiento, desarrollo y consolidación de empresas en el campo del sector turístico, atendiendo a factores estructurales como el ecosistema emprendedor, acceso al financiamiento, marco regulatorio, educación, condiciones de mercado, aspectos culturales e infraestructura tecnológica y de servicios. Asimismo, busca obtener información que permita identificar y comprender aquellos factores y procesos que favorecen la creación de iniciativas turísticas sustentables, perdurables y exitosos



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia
Dirección General de Posgrado



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Plan de estudio de: Maestría en Emprendimiento e Innovación en Turismo

Vigencia: Septiembre de 2025

Clave: M486

Total de créditos mínimos requeridos: 75

Créditos de asignaturas obligatorias: 63

Créditos mínimos de asignaturas optativas: 12

Asignaturas y módulos obligatorios

Clave	Nombre	Mediación docente			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
01	Emprendimiento e innovación	12	0	18	34	64	4
02	Gestión estratégica	12	0	16	36	64	4
03	Gestión digital	12	0	16	36	64	4
04	Seminario de integración I	12	14	10	44	80	5
05	Innovación de productos turísticos	12	0	16	36	64	4
06	Analítica de datos	12	0	18	34	64	4
07	Seminario de integración II	12	14	10	44	80	5
08	Gestión del turismo para la sostenibilidad	12	0	16	36	64	4
09	Marketing digital	12	0	16	36	64	4
10	Seminario de titulación I	12	14	14	40	80	5
11	Formulación y evaluación de proyectos	12	0	18	34	64	4
12	Taller de vinculación	0	16	10	150	176	11
13	Seminario de titulación II	12	14	14	40	80	5

Asignaturas y módulos optativos

Clave	Asignaturas o módulos	Mediación docente			HTI	TAA	CR
		HD	HA	HF			
14	Alimentación, gastronomía y culinaria	12	0	16	36	64	4
15	Industria alimentaria y gastronómica	12	0	16	36	64	4
16	Innovación en organizaciones gastronómicas	12	0	16	36	64	4
17	Tendencias turísticas	12	0	16	36	64	4
18	Innovación social en turismo	12	0	16	36	64	4
19	Gestión integral de riesgos y turismo	12	0	16	36	64	4
20	Desarrollo comunitario y turismo	12	0	16	36	64	4



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Coordinación General de Docencia

Dirección General de Posgrado

Carga académica por tipo	Total de horas	Créditos
Obligatorias	1008	63
Optativas	192	12

Actividades de aprendizaje	Clave	Total de horas	Créditos
Horas con mediación docente	HMD	492	30.75
Horas de trabajo independiente	HTI	708	44.25
Total de horas de aprendizaje	TAA	1200	75

REFERENCIAS:

- Cada hora de actividad de aprendizaje equivale a 0.0625 de crédito.
- El total de créditos del plan de estudios resulta de la suma de los créditos de HMD y HTI.
- HMD: Horas/semestre en donde existe mediación docente, incluye las horas de docencia (HD); de asesoría (HA) y de facilitación (HF).
- HTI: Horas/semestre de trabajo independiente
- TAA: Total de horas.
- Para obtener el certificado de estudios de la **Maestría en emprendimiento e innovación en turismo** necesario cubrir como mínimo **75** créditos.
- Para obtener el grado de **Maestro(a) en emprendimiento e innovación en turismo**, el aspirante deberá cumplir con los requisitos señalados en el Reglamento vigente.

Estudia * Lucha * Trabaja
Colima, Colima., 18 de agosto de 2025



DR. CHRISTIAN JORGE TORRES ORTIZ ZERMEÑO

RECTOR

UNIVERSIDAD
DE COLIMA
RECTORIA

DRA. SUSANA AURELIA PRECIADO JIMÉNEZ
COORDINADORA GENERAL DE DOCENCIA