



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

(etapa para asignar tutor/asesor y posteriormente director de trabajo recepcional)

## Protocolo de proyecto de titulación en modalidad de:

### “Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión”

La modalidad de titulación de *Solución a un problema específico en el campo de la profesión* está diseñada para estudiantes y egresados que pretenden abordar una problemática, analizarla y generar una propuesta de solución a través de un modelo de negocio, mejora de proceso, sistemática, innovación, manual, producto, servicio o plataforma tecnológica (alternativas no exhaustivas), con la que demostrarán sus conocimientos y habilidades adquiridas durante el programa de posgrado.

#### **Normatividad aplicable:**

Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, artículo 14, fracción III.

Reglamento General de Posgrados de la Universidad de Guadalajara, artículo 76, fracción II.

Reglamento Interno de Titulación del CUCEA, artículo 9, fracción III.

#### **Requisitos generales:**

- El proyecto deberá estar acorde al nivel del perfil de egreso, en este caso posgrado profesionalizante.
- Protocolo donde exponga el proyecto a realizar.

#### **Documento para iniciar el trámite de autorización de la Solución a un Problema Específico en el Campo de la Profesión:**

##### **1. El protocolo o documento deberá contener, al menos, la siguiente información (no exhaustivo).**

- Motivación por estudiar el problema (¿por qué quiero estudiar el problema?).
- Descripción de las particularidades del problema, donde se pueden incluir los antecedentes, estructura organizacional, funcional u operativa del problema a resolver (¿Cómo se originó?).
- Planteamiento del problema (¿cuál es la situación o fenómeno que se presenta?).
- Preguntas de investigación (¿qué quiero analizar y resolver con el estudio?).
- Objetivos de la investigación (respuestas hipotéticas a las preguntas de investigación. Nota: los objetivos inician siempre con un verbo en infinitivo).
- Cronograma de actividades.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MBA|Maestría en Administración de Negocios

## 2. Formato de autorización del tema.

Proceso para la aprobación de la “Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión”:

- Entregar el protocolo a la coordinación del MBA|Maestría en Administración de Negocios
- Revisión de expediente por la Junta Académica del programa de posgrado.
- En caso de ser aprobada la “*Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión*”, se asignará *el (la) director(a)* y se analizará la viabilidad de asignar *mentor (a)* en la etapa media o final de la integración del documento.

BORRADOR

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

(etapa final para generar trabajo recepcional)

Estructura del documento final de:

“Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión”

## 1. ÍNDICE

## 2. INTRODUCCIÓN

2.1. Justificación.

2.2. Planteamiento del Problema.

2.2.1. Preguntas de investigación.

2.2.2. Estado del Arte.

2.3 Hipótesis de Mercado (escenarios)

2.3.1 Factibles

2.3.2 Deseables

2.3.3 Viables

2.4. Objetivos de Investigación.

2.5. Contenido resumido del documento (se elabora al concluir el trabajo de investigación).

## 3. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

3.1. Descripción del contexto en que se inserta la solución al problema, así como las particularidades del propio problema que incluya la descripción de los antecedentes, así como la estructura organizacional, funcional y operativa del problema a resolver (en caso de que aplique). Se deben incluir los elementos que permitan hacer un análisis relacionado con el marco teórico y metodológico que se utilizará en el proyecto de investigación, así como el impacto que tendrán los resultados obtenidos por la naturaleza de la solución que se propone.

## 4. MARCO CONCEPTUAL

4.1. Describir los conceptos que se utilizarán como referentes para el análisis de los resultados que se obtengan de la investigación de campo. No es necesario utilizar referentes conceptuales desde el origen, por ejemplo, si el referente teórico será el marketing digital, no es necesario introducir el origen del marketing y la evolución teórica del concepto.

4.2 Análisis del entorno.

Un conocimiento profundo de la empresa es fundamental para establecer un modelo de negocio u operación más sólido y competitivo, esto debido, a los cambios constantes en el mercado; por ejemplo, el aumento en la incertidumbre, las disrupciones en el mercado, las fluctuaciones económicas, etc., por lo cual, la comprensión de estos cambios abona significativamente a adaptar un modelo ante cualquier fuerza externa.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

Para entender mejor el diseño y la implementación de un plan de negocios, de operación o de innovación (mejora), es necesario abundar al menos en cuatro áreas importantes para un análisis del entorno: fuerza del mercado, fuerzas de la industria, tendencias clave y fuerzas macroeconómicas.

## 5. METODOLOGÍA

Planteamiento métodos y técnicas de investigación sugeridas (lista no exhaustiva ni mutuamente excluyente)

5.1. Identificación de variables de estudio.

5.2. Descripción de técnicas y/o métodos seleccionados (cualitativa, cuantitativa, lógicos, empíricos).

5.2.1. Definición de la muestra (cuantitativa).

5.2.2. Criterios de selección de los informantes (cuantitativa).

5.2.3. Técnicas de recolección de datos (ej. Observación y entrevista, técnicas cualitativas)

5.2.4. Métodos de investigación (ej. Lógico; analítico)

## 6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

**Análisis sugeridos** (no exhaustivos ni mutuamente excluyentes):

- Modelo de operación. (incluir KPI's)
- Modelo de negocio.
- Marco legal/normativo, medioambiental y ético.
- Mercado (os).
- Segmento (os).
- Clientes. (¿Quién se beneficia/satisface? ¿Quién paga por el servicio/producto? Nota: puede ser un cliente interno; por ejemplo, un proyecto que el área de ingeniería hace para el área comercial, el cliente es el área comercial)
- Benchmarking (análisis de la competencia, sustitutos o referentes de mercado).
- Diagnóstico interno.
- Diagnóstico externo. (presente y tendencias de entorno político y legal, micro y macroeconómico, social, demográfico, ambiental y tecnológico)
- Estrategia de implementación.
- Escenarios de mercado (financiero, ventas, oferta, demanda).
- Escenarios estratégicos (simulación de los supuestos y planes de acción en caso de cumplirse o no cumplirse)

6.1. Presentación de los resultados obtenidos a través de la investigación de campo (en caso de que aplique).

6.2. Contraste de los resultados obtenidos con los elementos teóricos y conceptuales que se utilizaron como referentes de la investigación.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo "Q" oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MBA|Maestría en Administración de Negocios

## 7. CONCLUSIONES

- 7.1. Confrontación de hipótesis (supuestos y/o escenarios). Utilizar los resultados obtenidos y retomar el planteamiento de hipótesis para demostrar si es nula o aceptada y/o analizar los resultados obtenidos en comparación con los supuestos iniciales.
- 7.2. Modelo de negocios y/o de operación anterior a la validación y modelo de negocio resultante. (en caso de que aplique)

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 8.1. Enlistar la totalidad de referencias consultadas utilizando el método APA y ordenándolas alfabéticamente.

## 9. ANEXOS

Evidenciar los experimentos realizados y sus resultados obtenidos. (elemento recomendado, no exhaustivo.)

BORRADOR

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MBA|Maestría en Administración de Negocios

## GLOSARIO

(Este apartado tiene el objetivo de proporcionar un contexto teórico inicial, el cual se complementa con los conceptos abordados en los distintos cursos del MBA, las aportaciones de los mentores, de los asesores académicos y de la investigación individual por parte de las y los que elaboran el documento. Su contenido no es exhaustivo y se actualiza periódicamente)

**Benchmarking:** Análisis de la competencia, sustitutos o referentes de mercado. Consiste en hacer una comparación entre tu negocio y la competencia (tanto directa como indirecta), así como con comercios líderes en otras industrias u otros mercados con la intención de descubrir y analizar cuáles son sus estrategias ganadoras y, de ser posible, aplicarlas en tu propia empresa.

**Cliente:** Persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. También puede usarse como sinónimo de comprador, el cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo utilice otra persona. Es el principal foco de atención de cualquier empresa, puesto que todas las planes y las estrategias de marketing deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en función del cliente.

**Estado del Arte** (state of the art): Se considera que el estado de arte es una investigación documental que tiene como propósito la identificación de los autores más relevantes, las teorías y modelos que enmarcan el objeto de estudio, los métodos y técnicas que han sido usados para abordar el tema, y las líneas de investigación tendencias y vacíos en el campo del conocimiento. En este sentido, el estado del arte proporciona la información necesaria para resolver una pregunta de investigación y da soporte al desarrollo de la investigación.

Fuente: (PDF) El estado del arte y el marco teórico en la investigación: una base para el desarrollo de trabajos de grado. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/340925528\\_El\\_estado\\_del\\_arte\\_y\\_el\\_marco\\_teorico\\_en\\_la\\_investigacion\\_una\\_base\\_para\\_el\\_desarrollo\\_de\\_trabajos\\_de\\_grado](https://www.researchgate.net/publication/340925528_El_estado_del_arte_y_el_marco_teorico_en_la_investigacion_una_base_para_el_desarrollo_de_trabajos_de_grado).

**Hipótesis:** Suposición de algo que se establece provisionalmente como base de una investigación que puede confirmar o negar la validez de aquella.

**Justificación:** Indicar los motivos y necesidades que llevan al investigador a seleccionar el tema para desarrollarlo, las cuales deben ser de orden externo u objetivo, y de orden interno o subjetivo. Justificar es la “Acción de respaldar o fundamentar una propuesta de un modo convincente”. Analizar hasta qué grado la inversión de tiempos y recursos se justifican de acuerdo con los intereses de la persona o de la institución que patrocina la investigación, realizando una evaluación de su importancia y posible justificación.

**Marco legal/normativo, medioambiental y ético:** Conjunto de leyes, normas y reglamentos que son aplicables a las funciones o actividades que se planea llevar a cabo y que deben ser identificados para que las actividades se realicen de manera armónica, sin incurrir en riesgos de tipo legal.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MBA|Maestría en Administración de Negocios

**Mercado:** En economía, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado nos hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, entre otros. El mercado contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación a las necesidades ilimitadas.

El mercado también es el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial con el fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

**Métodos:** Procedimientos que se siguen para tratar un problema o un conjunto de ellos. En el ámbito del conocimiento se les dan distintas connotaciones. El método científico permite la más adecuada expresión de los procesos del pensamiento a través de enunciados y argumentos que explican los fenómenos del universo, las relaciones internas entre sus elementos y sus conexiones con otros fenómenos mediante el raciocinio y la comprobación a través de la demostración y verificación.

**Modelo de negocio:** Herramienta previa al plan de negocio que permitirá definir con claridad qué se ofrece al mercado, cómo hacerlo, a quién venderlo, cómo venderlo y de qué forma generar ingresos. Es una herramienta de análisis para saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener.

**Modelo de operación:** Es un elemento de control que permite establecer estándares de operación organizacional, los cuales soportan el planear, el hacer, el verificar y el actuar del ciclo de gestión de una organización; logrando incorporar un enfoque sistémico que evidencie la integración y armonización entre los procesos, la misión, visión y objetivos organizacionales; logrando de manera óptima el cumplimiento de estos y la mejora continua.

**Objetivos:** Plantean hasta dónde queremos llegar con la investigación, las metas reales conseguidas deberían coincidir con los objetivos propuestos; sin embargo, por diversas razones a veces no se pueden alcanzar. El proceso de delimitación de los objetivos repercutirá en el proceso de la determinación de los aspectos y relaciones entre fenómenos que requieren investigarse. Los objetivos se redactan en términos de conductas observables.

**Pertinencia:** Significa ‘correspondencia’, ‘conveniencia’, ‘aquello que pertenece a alguien’, de la cual también se deriva el término “pertenencia”. Pertinente significa lo perteneciente o correspondiente a algo o a aquello que viene a propósito, lo que es apropiado o congruente con aquello que se espera. La pertinencia es la oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa. Es un criterio fundamental para la elaboración de un proyecto académico, de investigación, innovación, inversión, etc. En este sentido,

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MBA|Maestría en Administración de Negocios

establece el grado de necesidad e importancia del proyecto dentro del campo o disciplina en que se desarrolla, así como su adecuación e idoneidad para la realidad en que será aplicado. Un proyecto

pertinente es aquel que guarda relación de afinidad y eficacia con las necesidades formativas del entorno social y laboral, y por lo tanto es congruente con esas exigencias del medio externo.

**Planteamiento del problema:** Significa reducirlo a sus aspectos y relaciones fundamentales a fin de poder iniciar su estudio intensivo; pero la reducción —vía el recurso de la abstracción— no significa simplificar el estudio científico de la realidad social. Esta operación mental es necesaria para poder plantear el problema en términos concretos, destacando aquellos elementos y vínculos que la teoría y la práctica señalan como importantes para una primera aproximación al estudio del mismo. Es el instrumento más adecuado para describir con mayor

Comprensión los objetivos, el contenido y el procedimiento de estudio. Proceso mediante el cual se fracciona la realidad en la mente a fin de dirigir la atención hacia una parte específica de la misma. En otras palabras, tenemos que ignorar los demás elementos y relaciones que en ese momento no resultan importantes para nuestro estudio.

**Preguntas de investigación:** Constituyen la articulación, de preferencia por escrito, de las ideas que al menos implican una relación entre variables. Funcionan como primer hilo conductor de la investigación. Para cumplir correctamente con su función, las preguntas deben tener, en cierta medida, cualidades de claridad, factibilidad y pertinencia. Una buena pregunta será una “pregunta verdadera” o una pregunta “abierta”, lo cual significa que varias respuestas diferentes deben ser posibles a priori y que no se tiene la certidumbre de alguna ya hecha. Abordará el estudio de lo que existe o existió y no de lo que aún no existe; no estudiará el cambio sin apoyarse en el examen del funcionamiento. Una pregunta de investigación no es una expresión declarativa como una hipótesis, sino una expresión de interés e intención claramente planteada.

**Resultados:** Refuerzan los descubrimientos de la investigación. Son una exposición coherente no una enumeración de proposiciones, se explica si la hipótesis fue comprobada o, en su caso, la hipótesis que fue validada, así como los hallazgos más importantes ya sea por el orden en que aparecen los capítulos o por orden de importancia.

**Sector productivo:** Distintas ramas o divisiones de la actividad económica, atendiendo al tipo de procesos que se desarrollan.

**Segmento:** Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que tienen características homogéneas y comunes para satisfacer una necesidad. También se puede decir que es el grupo de consumidores que muestra ciertos hábitos de compra muy parecidos, que le ayudan al marketing para planear estrategias que le permitan responder mejor a la satisfacción de la necesidad del consumidor. Elegir un adecuado segmento de mercado para una empresa es muy importante, ya que se convierte en el grupo de mercado objetivo, al cual debe dirigir sus propuestas de productos y todo el conjunto de estrategias de marketing.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

**Técnica:** Se refiere a actividades u operaciones prácticas aplicables con diferentes propósitos determinados por el método y la teoría. Arte o manera de reconocer el camino. Respuesta al “cómo hacer”, que permite la aplicación del método en el ámbito donde se aplica.

**Técnicas de análisis de la información:** Consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas y dificultades que desactualizan la planificación inicial del análisis de los datos. El análisis debe ser claro, comprensible y efectivo para poder interpretar la realidad que se investiga y tener resultados idóneos.

**Técnicas de recolección de datos:** Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos. Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común.

-Sitios web complementarios a glosario (no exhaustivo).

<https://economipedia.com/>, <https://www.iebschool.com/blog/glosario-marketing-digital/>,  
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/Empresas/>, <https://aprendeconadela.com/acronimos-empresariales-la-nueva-jerga-empresarial/>, <https://www.boardofinnovation.com/guides/validation-guide/>

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

(Etapa complementaria, para iniciar programa de *Mentorías MBA*©)

## Modalidad de Titulación para MBA|Maestría en Administración de Negocios: “Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión”

### Protocolo de anteproyecto, que tiene como objetivos:

- Verificar la pertinencia y vinculación de los intereses académicos de los estudiantes, con las necesidades del sector productivo y su impacto en la solución de problemáticas sociales/económicas.
- Conocer de manera general el proyecto o tema de trabajo recepcional (requisito para titularse) que le interesa al aspirante desarrollar a durante su trayectoria académica en el programa y al egreso del mismo.
- Sentar las bases para complementar el desarrollo de su proyecto.

### El anteproyecto deberá considerar por lo menos los siguientes elementos:

- Datos generales de la o el alumno (a) o egresada (o).
- Nombre del anteproyecto.
- Justificación. (el “por qué” del proyecto, motivación propia, terceros beneficiados)
- Planteamiento del problema. (qué problema/necesidad podría resolver)
- Objetivo general. (¿cuál sería el entregable final del proyecto?; ej. un modelo de negocio, un producto, la mejora de un proceso, un servicio, una innovación, una invención, una plataforma tecnológica, una aplicación tecnológica)
- Preguntas de investigación. (aquellas que me ayuden a desagregar, entender y resolver el problema, así como el logro del objetivo)
- Posibles respuestas a las preguntas de investigación. (aquellas que me ayuden a identificar cómo lograré el objetivo)
- Hipótesis o escenarios proyectados.

### Datos generales de alumna/alumno:

- 1) Datos generales de la o el alumno (a) / egresada o egresado:  
Nombre completo; Código de alumno; Correo electrónico; Teléfono; Perfil de [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) (link):  
Ejemplo: [https://www.linkedin.com/profile/preview?locale=en\\_US&trk=prof-0-sb-preview-primary-button](https://www.linkedin.com/profile/preview?locale=en_US&trk=prof-0-sb-preview-primary-button) **NOTA:** si no se tiene perfil de “Linked-In” es indispensable crearlo.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. mba.cucea.udg.mx

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO  
MBA|Maestría en Administración de Negocios

- 2) Breve currículum, resumido en dos cuartillas. (últimos 10 años):  
Experiencia laboral; Periodo de tiempo; Nombre de la empresa; Domicilio; Web; Puesto desempeñado;  
Principales responsabilidades; Idiomas y Certificaciones (Puede descargar el PDF de su perfil en Linked-In)

## Procedimiento para la aprobación del anteproyecto:

- Enviar el protocolo de anteproyecto a la coordinación del MBA vía [mentoriasMBA@ucea.udg.mx](mailto:mentoriasMBA@ucea.udg.mx) , con copia a [mba.egresados@ucea.udg.mx](mailto:mba.egresados@ucea.udg.mx) .
- El equipo del MBA revisará expediente con todos los datos proporcionados.
- En caso de ser aprobado y previo registro en *Mentorías MBA*® (se enviará link en convocatoria), iniciará proceso de match para asignar *mentor/mentora externa(o)* (Nota: consultar sección “¿Sabes qué es *Mentorías MBA*®?” para conocer cómo apoya un/una mentor a diferencia de tutoría y asesoría académica) como complemento en la guía en la investigación dentro del campo de la profesión relacionado al proyecto.
- En paralelo, se continua con la figura de *tutor/tutora* para apoyo metodológico en el desarrollo del proyecto.  
(Nota: revisar en “brochure” del programa de *Mentorías MBA*®, las características de cada figura de apoyo.  
Link de acceso: <http://mba.ucea.udg.mx/?q=mentoriasMBA>).
- Una vez finalizado el proceso de “match” se notificarán siguientes pasos.

Periférico Norte 799, Núcleo Universitario Los Belenes, Módulo “Q” oficina 304. C.P. 45100  
Zapopan, Jal., México. Tel: 01 (33) 3770 3300 Ext. 25302. [mba.ucea.udg.mx](mailto:mba.ucea.udg.mx)

Última actualización: 15 octubre 2021

Equipo colaborador: Mtra. Aurora Araceli Carbajal Silva | Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz | Lic. Indira Ahmed Fernández | Lic. María José Orozco Aramiz  
Lic. Ana Laura Santana Aguilar. Validaciones: Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí | MBA. Omar Briseño Arellano.