



# **Universidad Autónoma de Baja California**

***Facultad de Enología y Gastronomía***

**Coordinación de Investigación y Posgrado**

**Manual de trabajo terminal**

**Maestría en Gestión de Negocios de  
Alimentos y Bebidas**

**Manual para el Desarrollo y la  
Elaboración de Trabajos  
Terminales**

## **I.Introducción**

Los posgrados de orientación profesional en los niveles de maestría tienen como objetivo, proporcionar al estudiante una formación ética y capacidades teóricas, técnicas y metodológicas para la solución de problemas específicos con una visión integral en su ejercicio profesional.

La Maestría en Gestión de Negocios de Alimentos y Bebidas (MGNAB) es un posgrado de tipo Unisede, con orientación profesional, que tiene como objetivo:

“Formar profesionales de alto nivel que posean conocimientos para gestionar y optimizar recursos de empresas de alimentos y bebidas para elevar su competitividad, que tengan la capacidad de desarrollar propuestas buscando el aseguramiento de la calidad, fomentando el rediseño de procesos para la optimización”

El presente Manual ha sido elaborado con el propósito de ser un marco de referencia para indicar las etapas en la elaboración de trabajos terminales. Por medio de este se establecen las características y los contenidos del Trabajo Terminal de los estudiantes (Estudio de caso, plan de negocios y proyecto de intervención o desarrollo de producto). Por último, presenta los requisitos de los estudiantes para obtener el grado de Maestro, según los lineamientos de redacción y formato establecidos por la Coordinación de Investigación y Posgrado de las Unidades Académicas que ofertan el programa, y el Comité de Estudios de Posgrado de la Maestría en Gestión de Negocios de Alimentos y Bebidas.

## II. Etapas en la Elaboración del Trabajo Terminal

El enfoque profesional de la Maestría en Gestión de Negocios de Alimentos y Bebidas implica que el trabajo terminal consiste en realizar para la obtención de grado, una de las siguientes opciones para su egreso:

**1.- Estudio de caso**, enfocado en un establecimiento de alimentos y bebidas, que aborde una problemática real que se presente en el sector;

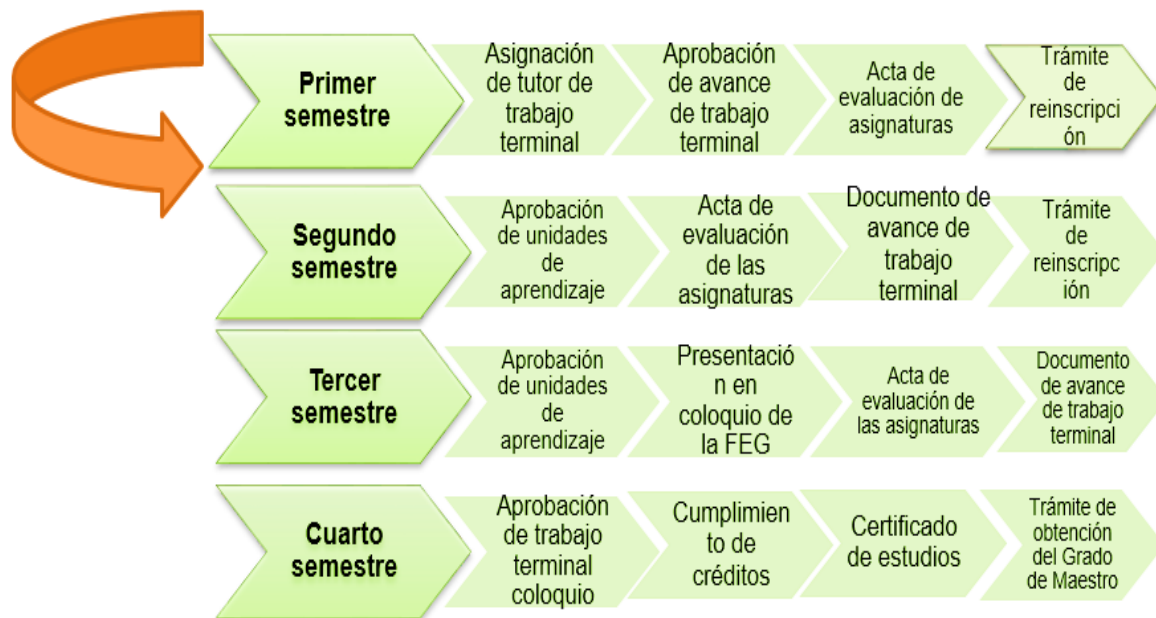
**2.- Plan de Negocios**, que permita determinar el grado de factibilidad de la creación de un nuevo emprendimiento, o bien, la transformación de uno ya existente, mediante el análisis del mercado actual e información técnico-financiera de una organización; y,

**3.- Proyecto de intervención o desarrollo de producto**, el cual evalúa la problemática actual de un establecimiento de alimentos y bebidas, institución o comunidad, propone y aplica un modelo de seguimiento de mejora.

Para fomentar y facilitar la elaboración del mismo, el Plan de Estudios está conformado por nueve materias obligatorias y seis materias optativas que dan un total de ochenta créditos, mismos que apoyan de manera directa la realización del trabajo terminal.

Esta línea directa de seguimiento de la elaboración de su trabajo terminal que contempla 4 materias obligatorias: Diagnóstico Administrativo en Empresas de Alimentos y Bebidas, Gestión por Procesos en la Industria Gastronómica, Innovación en el Sector de Alimentos y Bebidas; y Taller de Trabajo Terminal Siguiendo con los objetivos de las materias y el Plan de Estudios, el estudiante realizará el trabajo terminal de acuerdo a la siguiente ruta crítica:

Fase	Actividad	Producto
Ingreso	Presentación de anteproyecto	Documento de anteproyecto Dictamen de presentación
	Proceso de selección	Documentación Resultados del proceso de selección
	Proceso de inscripción	Alta en sistema



### **III. Selección de Técnicas de recolección de datos para Trabajos Terminales**

La selección de las técnicas para los trabajos terminales, debe incluir un diagnóstico que represente un análisis crítico del impacto del proyecto de intervención y datos que son recogidos a través de técnicas de investigación de corte cuantitativo y/o cualitativo (estudio de mercado, valoración de la opinión de los clientes, factibilidad técnica), para sustentar el objeto de estudio y asegurar que la decisión de la intervención y su posterior implementación; está surgiendo de datos. Al momento de evaluar por parte del jurado se deberá presentar estudios exploratorios de corte cuantitativo y/o cualitativo, con determinadas técnicas, tamaño de muestra, márgenes de error, estratificación, etc.

### **IV. Características, organización y contenido del Proyecto de Trabajo Terminal**

El proyecto terminal debe ser enfocado a un establecimiento de alimentos y bebidas, que aborde una problemática real que se presente en el sector público o privado. En cuanto su estructura deberá contar con los siguientes puntos desarrollados:

#### **Portada**

El documento se presenta en formato de empastado y la información se repite en la primera hoja del escrito. Se incluyen los siguientes elementos:

- Nombre de la Universidad (Centrado, letras mayúsculas y negritas, tamaño 18).
- Nombre de la Facultad (Centrada, letras mayúsculas y negritas, tamaño 14).
- Escudo de la Universidad y de la Facultad (Centrado).
- Título del Trabajo Terminal (Centrado, letras mayúsculas y negritas, tamaño 14).
- Grado al que aspiran (Mayúsculas, centrado y negritas, tamaño 14).
- Nombre completo del autor (Mayúsculas, centrado, letras negritas, tamaño 14). Sin incluir el grado que tiene o que va a obtener el alumno.
- Nombre completo del director del trabajo terminal (Mayúsculas, alineado a la derecha, letras negritas, tamaño 14).

- Lugar y Mes/Año que se presenta el examen de grado (Mayúsculas y minúsculas y con letras negritas, tamaño 14) (Ejemplo: véase el Anexo).

### **Constancia de aprobación**

Esta hoja se titula como tal: Constancia de Aprobación. Contiene el nombre del Director del Trabajo Terminal, los dos lectores, el nombre del alumno y el título del trabajo presentado (Ejemplo: véase Anexo). Documento que acredite la aprobación del Comité de Trabajo Terminal (Director y/o Co-director, dos sinodales).

### **Dedicatoria dirigida a familiares y amigos.**

Agradecimientos a personas e instituciones vinculadas al proyecto.

**Resumen y abstract:** El resumen debe ser escrito en párrafo moderno, aunque el alumno utilice el párrafo ordinario en el resto del Trabajo Terminal. Es importante porque constituye el primer contacto del lector con su trabajo; su propósito es reseñar el trabajo realizado con un máximo de 200 palabras. Seccionado en introducción, objetivo, metodología, resultados y conclusión. Realizar traducción de resumen al idioma inglés.

**Palabras clave:** Definir cuatro palabras claves con las que se identifique fácilmente el proyecto.

**Tabla de contenido:** La tabla de contenido debe estar compuesta por una lista de las divisiones y subdivisiones que constituyen cada uno de los capítulos del trabajo terminal. Se debe respetar el orden de aparición y la titulación de cada apartado. En el extremo derecho se anota el número de la página en que se inicia cada sección (ejemplo: véase Anexo).

**Índice de tablas/figuras:** Cuando el documento tiene más de tres tablas y/o más de tres figuras, se debe incluir índices en hojas aparte, que se ubican a continuación de la Tabla de Contenido y se nombran como tal: Índice de Tablas e Índice de Figuras. Deben contener el número y el nombre completo de cada tabla o figura, así como la página donde se localiza. Si el documento tiene menos de tres tablas

y/o figuras se omiten las listas respectivas (ejemplo: véase Anexo). Tanto el listado de tablas, como el de las figuras, tendrán su propia página, es decir, no se colocarán los dos tipos de listas en la misma página; cada lista iniciará en una nueva.

## **Capítulo I. Planteamiento del problema**

**1.1. Introducción:** Se presenta de forma resumida. Se debe sintetizar la información y mostrar la comunicación efectiva.

**1.2 Planteamiento del problema:** Se detalla su suceso/hecho/fenómeno que incide de manera problemática en el contexto planteado. 1. Mostrar sensibilidad ante las problemáticas actuales; 2. Interpretación de situaciones problemáticas.

**1.3. Objetivo general y específicos:** Se delimita el estudio, por medio de enunciados. Su estructura es: ¿Qué? (Verbo en infinitivo que indica lo que se realizará en la investigación) ¿Cómo? (indica la forma en que se realizará la investigación) ¿Para qué? (indica la finalidad de la investigación). 1. Comprensión de la realidad natural; 2. Comprensión de la realidad social 3. Sensibilidad ante problemáticas de actualidad; y 4. Interpretación de situaciones problemáticas.

**1.4. Justificación:** Es un ejercicio de argumentación, en el cual se exponen las razones por las cuales el estudio es pertinente. Interpretación de situaciones problemáticas.

**1.5. Hipótesis:** Puede definir como una predicción o explicación provisoria (mientras no sea contrastada) de la relación entre 2 o más variables.

**1.6. Delimitación del objeto de estudio:** Para delimitar un tema, es fundamental acceder a una panorámica sobre este tema general y conocer por qué es interesante. Puedes hacerte preguntas para ir delimitando progresivamente tu tema hasta llegar a un resultado que sea adecuado para tu nivel y tu experiencia.

**1.7. Alcances y limitaciones:** Comprende todos los aspectos positivos y negativos relacionados a la viabilidad del proyecto.



**1.8. Permisos y confidencialidad:** Comprende todos los aspectos relacionados con la presentación del proyecto y la solicitud de autorización para la revisión de áreas, documentos, realización de entrevistas, uso de datos, entre otros. Necesarios para realizar el proyecto para realizar el proyecto. Así como, las acciones para promocionar y divulgar el proyecto ante las autoridades y entidades vinculadas al mismo y que en alguna medida son responsables y necesarias para la realización del proyecto.

## **Capítulo II. Marco Teórico**

**Marco teórico:** Es la definición clara de los elementos y los términos que abordará el estudio de caso.

1. Análisis de la realidad a partir de conceptos;
2. Interpretación de situaciones problemáticas.

## **Capítulo III. Metodología**

**3.1. Metodología:** Consiste en la explicación de la estrategia de investigación que se desarrollará. Se debe considerar la naturaleza del proyecto para determinar la estrategia de investigación más pertinente. En este punto se define el tipo de estudio y los procesos a desarrollar durante la investigación de acuerdo con el estudio de caso o el proyecto de intervención.

**3.1.1 Selección de la muestra:** Hace referencia a la manera en la que se extraen los registros de una población para incluirlos en una muestra.

**3.1.2. Diseño y descripción de instrumentos de recolección de datos cuantitativo y cualitativo:** El diseño de instrumentos es la etapa de un proceso de investigación que consiste en crear preguntas o plantillas para recopilar datos. La aplicación de instrumentos es el proceso de utilizar esos instrumentos para obtener información.

### **Diseño de instrumentos:**

- Es una etapa del proceso de investigación.

- Implica crear preguntas o plantillas para recopilar datos.
- Es necesario que el instrumento sea claro, preciso y fácil de utilizar.
- Se debe considerar la pregunta problema, los objetivos, la unidad de análisis y el tipo de información que se necesita.

#### **Aplicación de instrumentos:**

- Es un proceso que debe tenerse en cuenta para obtener la información.
- De este paso depende la confiabilidad y la validez del estudio.
- Considera desde el diseño del material hasta el análisis y entrega de resultados.
- Instrumentos de investigación
- Son los recursos que usa el investigador para recolectar y registrar la información.
- Ejemplos de instrumentos de investigación son formularios, pruebas, test, escalas de opinión y listas de chequeo.

3.1.3. **Validación de instrumentos:** La validación de un instrumento de investigación se refiere al proceso de evaluar las preguntas de la encuesta para asegurar su confiabilidad

3.2 **Procedimiento:** Se describen los pasos a seguir para la aplicación del proyecto (estudio de caso o proyecto de intervención)

## **Capítulo IV. Análisis y discusión de resultados.**

**4.1. Resultados de análisis e interpretación:** Consiste en la descripción de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los conceptos y categorías definidos (marco conceptual) por medio de la estrategia de investigación (marco metodológico).

## **Capítulo V. Conclusiones**

**5.1 Conclusiones y recomendaciones:** Constituye una síntesis de los principales hallazgos en función de los objetivos planteados. Estas pueden recoger también las interpretaciones de los investigadores sobre la base de todo el proceso de estudio de caso.

**5.2 Aportaciones:** El apartado de aportaciones en un proyecto de trabajo terminal debe incluir la relevancia del estudio, sus beneficios y las razones por las que se debe realizar.

- Aportes de una investigación
- Aportes teóricos: Analizar y presentar las teorías existentes sobre el problema a investigar.
- Aportes metodológicos: Utilizar estrategias para la obtención y manejo de datos.
- Aportes prácticos: Contribuir a transformar la realidad mediante la aplicación de una acción transformadora.

## **Referencias**

El Trabajo Terminal concluye con la(s) hoja(s) de Referencias, que se titulará como: Referencias. Apegadas al estilo APA más reciente. Consiste en listar la bibliografía utilizada para la elaboración del trabajo terminal.

## **Anexos**

Son optativos. Constituye los formatos metodológicos utilizados, evidencias fotográficas, entre otros. Deben contener material que complemente el texto, pero cuya inclusión no resulta apropiada por ser demasiado extenso. Los anexos se distinguen con números, ordenándose por números sucesivos conforme vaya apareciendo en el texto.

## **VI. Estructura del plan de negocios como trabajo terminal**

El proyecto terminal debe ser enfocado a un establecimiento de alimentos y bebidas, que aborde una problemática real que se presente en el sector público o privado. En cuanto su estructura deberá contar con los siguientes puntos desarrollados:

### **Portada**

El documento se presenta en formato de empastado y la información se repite en la primera hoja del escrito. Se incluyen los siguientes elementos:

- Nombre de la Universidad (Centrado, letras mayúsculas y negritas, tamaño 18).
- Nombre de la Facultad (Centrada, letras mayúsculas y negritas, tamaño 14).
- Escudo de la Universidad y de la Facultad (Centrado).
- Título del Trabajo Terminal (Centrado, letras mayúsculas y negritas, tamaño 14).
- Grado al que aspiran (Mayúsculas, centrado y negritas, tamaño 14).
- Nombre completo del autor (Mayúsculas, centrado, letras negritas, tamaño 14). Sin incluir el grado que tiene o que va a obtener el alumno.
- Nombre completo del director del trabajo terminal (Mayúsculas, alineado a la derecha, letras negritas, tamaño 14).
- Lugar y Mes/Año que se presenta el examen de grado (Mayúsculas y minúsculas y con letras negritas, tamaño 14) (Ejemplo: véase el Anexo).

### **Constancia de aprobación**

Esta hoja se titula como tal: Constancia de Aprobación. Contiene el nombre del Director del Trabajo Terminal, los dos lectores, el nombre del alumno y el título

del trabajo presentado (Ejemplo: véase Anexo). Documento que acredite la aprobación del Comité de Trabajo Terminal (Director y/o Co-director, dos sinodales).

Constancia de la aprobación del Comité de Ética.

Dedicatoria dirigida a familiares y amigos.

Agradecimientos a personas e instituciones vinculadas al proyecto.

**Resumen y abstract:** El resumen debe ser escrito en párrafo moderno, aunque el alumno utilice el párrafo ordinario en el resto del Trabajo Terminal. Es importante porque constituye el primer contacto del lector con su trabajo; su propósito es reseñar el trabajo realizado con un máximo de 200 palabras. Seccionado en introducción, objetivo, metodología, resultados y conclusión. Realizar traducción de resumen al idioma inglés.

**Palabras clave:** Definir cuatro palabras claves con las que se identifique fácilmente el proyecto.

**Tabla de contenido:** La tabla de contenido debe estar compuesta por una lista de las divisiones y subdivisiones que constituyen cada uno de los capítulos del trabajo terminal. Se debe respetar el orden de aparición y la titulación de cada apartado. En el extremo derecho se anota el número de la página en que se inicia cada sección (ejemplo: véase Anexo).

**Índice de tablas/figuras:** Cuando el documento tiene más de tres tablas y/o más de tres figuras, se debe incluir índices en hojas aparte, que se ubican a continuación de la Tabla de Contenido y se nombran como tal: Índice de Tablas e Índice de Figuras. Deben contener el número y el nombre completo de cada tabla o figura, así como la página donde se localiza. Si el documento tiene menos de tres tablas y/o figuras se omiten las listas respectivas. Tanto el listado de tablas, como el de las figuras, tendrán su propia página, es decir, no se colocarán los dos tipos de listas en la misma página; cada lista iniciará en una nueva.

## Capítulo I. Introducción

La introducción debe ofrecer una visión global del proyecto y captar el interés del lector desde el inicio. Se debe explicar el contexto general de la industria de alimentos y bebidas, resaltando las tendencias actuales del mercado, la evolución de las preferencias de los consumidores, y los retos y oportunidades que enfrenta el sector.

**1.1 Descripción y justificación del proyecto:** En este apartado se describe el tipo de empresa de alimentos y bebidas que se pretende desarrollar, indicando qué tipo de servicio o producto se ofrecerá, ya sea un restaurante, una cafetería, un food truck o un negocio de catering. Es necesario justificar por qué es importante o relevante crear esta empresa en el contexto actual. Se deben señalar las necesidades del mercado que busca satisfacer, cómo responde a tendencias actuales (como el enfoque en alimentos orgánicos, sostenibles o el auge del delivery), y por qué se considera que tendrá éxito. Aquí también se explica el impacto social, cultural y económico del proyecto.

**1.2 Objetivos del proyecto:** Este apartado debe describir claramente cuáles son los objetivos a alcanzar con el desarrollo de la empresa. Los objetivos pueden dividirse en dos categorías: generales y específicas.

## Capítulo II. Naturaleza del proyecto

En esta sección se define la identidad completa de la empresa, desde su nombre hasta su filosofía y misión. Se busca sentar las bases de lo que será la empresa, su dirección y su propósito.

**2.1 Nombre de la empresa:** El nombre de la empresa debe ser representativo de su misión, valores y productos o servicios. Además, debe ser memorable, fácil de pronunciar y registrar. En este punto, es útil explicar la razón detrás del nombre elegido y cómo refleja la identidad del negocio.

**2.2 Descripción de la empresa:** Se debe explicar en detalle qué tipo de empresa se va a crear. Aquí se describe si es un restaurante, un servicio de catering, una pastelería, etc. También se debe incluir información sobre el tipo de cocina que se

ofrecerá, el público objetivo, y el tipo de experiencia gastronómica que se quiere brindar. Además, es importante mencionar el formato de negocio (tradicional, en línea, franquicia, etc.).

**2.3 Misión y Visión:** La misión debe describir la razón de ser de la empresa, es decir, por qué existe y qué busca lograr. La visión, por otro lado, debe proyectar hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo. Ambas deben estar alineadas con los valores fundamentales del negocio y con las necesidades del mercado.

**2.4 Filosofía y Valores:** Este apartado describe los principios y valores que guiarán la toma de decisiones en la empresa. Los valores pueden incluir sostenibilidad, calidad, innovación, servicio al cliente, trabajo en equipo, etc. La filosofía de la empresa se refiere a su enfoque global, por ejemplo, si el objetivo es ser un restaurante que fomente el comercio justo, la cocina basada en plantas, o el uso de ingredientes locales y orgánicos.

**2.5 Metas:** Las metas de la empresa son los pasos específicos que se deben cumplir para alcanzar las metas planteadas. Por ejemplo, si una meta es generar un ingreso determinado en el primer año, los objetivos podrían incluir aumentar el volumen de ventas, mejorar el marketing, o reducir los costos operativos.

**2.6 Objetivos de la empresa:** Los objetivos representan logros concretos que la empresa espera alcanzar a corto, mediano y largo plazo. Deben ser específicos, medibles y alcanzables. Por ejemplo, un objetivo a corto plazo podría ser establecer una clientela leal dentro del primer año; a mediano plazo, expandirse a través de un servicio de delivery, y a largo plazo, abrir una segunda sucursal o franquiciar el negocio.

**2.7 Políticas de la empresa:** Las políticas establecen las normas y procedimientos que regirán el funcionamiento del negocio. Esto incluye políticas de calidad, atención al cliente, manejo de quejas, gestión de personal, compras y proveedores. Es importante que estas políticas sean claras y estén bien definidas para garantizar la coherencia en la operación.

**2.8 Ventajas competitivas:** Identificar y describir las ventajas que diferenciarán a la empresa de la competencia. Puede ser la ubicación estratégica, un menú único, la calidad del servicio, la innovación en los procesos, o la relación calidad-precio. Es importante demostrar cómo estas ventajas proporcionarán una posición sólida en el mercado.

**2.9 Análisis de la industria o sector:** Estudio del contexto en el que operará la empresa. Se debe analizar el estado actual de la industria de alimentos y bebidas, las tendencias, el crecimiento proyectado, y los desafíos que enfrenta. Además, es crucial conocer los segmentos de mercado, la oferta y la demanda, así como la influencia de factores externos como la tecnología o las regulaciones.

**2.10 Producto/servicios de la empresa:** Desarrollar lo que la empresa ofrecerá. Se debe describir claramente el menú o los productos que se ofrecerán al cliente, destacando sus características distintivas. Si hay productos o servicios innovadores, se debe explicar en qué consisten y cómo aportarán valor a los clientes.

**2.11 Análisis FODA:** El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta clave para entender la posición competitiva de la empresa. Las fortalezas deben describir los recursos y capacidades internas que le dan una ventaja. Las debilidades son áreas donde la empresa tiene margen de mejora. Las oportunidades se refieren a factores externos que pueden beneficiar a la empresa, mientras que las amenazas son riesgos que podrían afectar su desempeño. Este análisis permite planificar estrategias para potenciar las fortalezas y oportunidades, y minimizar los riesgos derivados de debilidades y amenazas.

**2.12 Modelo Canvas:** Implementar la herramienta Canvas para diseñar y describir de forma clara el modelo de negocio. Dicho lienzo está cimentado en cuatro constructos: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica



## Capítulo III. Análisis Del Mercado Actual

Análisis del mercado actual: El análisis de mercado es esencial para comprender el contexto en el que operará la empresa y cómo se posicionará en relación con sus competidores. Este apartado estudia la demanda, las oportunidades y los desafíos que presenta el mercado objetivo.

**3.1 Investigación de mercados:** La investigación de mercados debe incluir el análisis cuantitativo y cualitativo del público objetivo y sus hábitos de consumo. Se debe realizar un estudio de las preferencias de los consumidores, su comportamiento, las tendencias actuales en alimentación, y la capacidad adquisitiva del público. La investigación también debe incluir encuestas, entrevistas, y datos estadísticos de fuentes confiables para respaldar las decisiones estratégicas que se tomarán en el plan.

**3.2 Estudio de mercado:** El estudio de mercado complementa la investigación de mercados al proporcionar un análisis detallado del entorno en el que competirá la empresa. Se debe analizar la oferta actual de productos similares, el tamaño del mercado, y las oportunidades para introducir el nuevo producto o servicio. También es relevante observar los patrones de demanda a lo largo del año y las variaciones según diferentes segmentos de consumidores.

**3.3 La mezcla de mercadotecnia:** La mezcla de mercadotecnia (4Ps: producto, precio, plaza y promoción, o la que necesaria de acuerdo a los objetivos del proyecto) debe abordarse de manera estratégica. Cada elemento debe ser coherente y apoyarse en la investigación de mercado.

**3.4 Plan de introducción al mercado:** Describir cómo se lanzará el producto o servicio al mercado. Es fundamental identificar las fases de lanzamiento, desde la creación de expectativas hasta el despliegue total del negocio. Esto incluye actividades de marketing y comunicación, promociones especiales, eventos de apertura, o el uso de influencers para dar a conocer la marca. El plan debe especificar plazos, presupuestos y los medios utilizados.

**3.5 Riesgos y oportunidades del mercado:** Analizar detalladamente de los riesgos que podría enfrentar la empresa al operar en el mercado, como cambios en las preferencias de los consumidores, aumentó en los costos de materias primas, o nuevas regulaciones. Asimismo, es importante identificar las oportunidades, como la introducción de tendencias emergentes (alimentos saludables y sostenibles), la demanda insatisfecha en ciertos segmentos o la posibilidad de expansión a nuevos mercados.

**3.6 Análisis de la competencia:** Este análisis identifica y evalúa a los competidores directos e indirectos. Se debe hacer una lista de los principales competidores, analizar sus fortalezas y debilidades, y observar sus estrategias de marketing, precios y calidad del producto. Este análisis permite encontrar áreas de oportunidad para diferenciarse y ofrecer algo único en el mercado.

## **Capítulo IV. Estrategia de Negocios**

En esta sección se presenta cómo la empresa planea competir en el mercado, ofreciendo una propuesta de valor única que responda a las necesidades del cliente

**4.1 Descripción y especificación del producto o servicio:** Implementar las características del producto o servicio que se va a ofrecer, explicando qué lo hace especial o diferente de la competencia. Aquí se puede hablar del tipo de ingredientes que se utilizarán, la presentación de los platillos, la calidad del servicio, o cualquier aspecto innovador. Se debe especificar si hay opciones personalizadas, dietas especiales (vegano, sin gluten) o cualquier otro atributo distintivo.

**4.2 Propuesta de valor:** La propuesta de valor es el único argumento que hace que el cliente elija la empresa sobre otras opciones. Este punto debe describir por qué el producto o servicio es valioso para el cliente y qué problema o necesidad resuelve. Se debe comunicar claramente cómo la empresa entrega valor de

manera efectiva y diferente en comparación con la competencia, ya sea a través de calidad superior, un precio competitivo o un servicio excepcional.

**4.3 Estrategia de precios:** La estrategia de precios debe basarse en un análisis detallado de los costos, la competencia y la percepción del cliente. Se debe justificar el enfoque de precios que se utilizará: ¿será un precio premium que refleje exclusividad y alta calidad, o se optará por una estrategia de precios competitivos para captar a un público más amplio? Es importante explicar cómo se ajustarán los precios a lo largo del tiempo, por ejemplo, en función de la estacionalidad, la demanda o las promociones.

**4.4 Estrategia de comunicación:** Desarrollar estrategias de comunicación que abarca la creación de la identidad visual y verbal de la empresa (logos, colores, eslogan) y cómo se utilizarán los diferentes medios para difundir el mensaje de la empresa. También se debe definir el tono y estilo de la comunicación (formal, divertido, educativo) en concordancia con el público objetivo.

**4.5 Estrategia de distribución:** Este apartado aborda cómo los clientes accederán al producto o servicio. Dependiendo del tipo de negocio, esto puede incluir ventas en el local, delivery, food trucks, alianzas con plataformas de reparto (como Uber Eats o Rappi), o la venta de productos a través de tiendas o supermercados. Se debe definir claramente el canal de distribución más eficiente y rentable para el negocio.

**4.6 Presupuesto de marketing:** Definir cuánto se invertirá en marketing para posicionar la marca y captar clientes. El presupuesto debe desglosar los costos para campañas en redes sociales, publicidad en medios tradicionales, promociones y eventos, creación de contenido, influencers y cualquier otra actividad de marketing. Se debe justificar cómo este presupuesto contribuirá al logro de los objetivos de negocio.

## Capítulo V. Plan de Negocios

El plan de operaciones define los aspectos logísticos y operativos que permitirán que la empresa funcione de manera eficiente. Esto incluye desde la ubicación hasta los recursos humanos y materiales necesarios para el día a día.

**5.1 Ubicación geográfica de la empresa:** Es crucial seleccionar la ubicación adecuada para el éxito del negocio. En este apartado, se debe justificar la elección del lugar, considerando factores como el acceso a clientes, la visibilidad del negocio, la cercanía a proveedores y los costos de alquiler. También se debe tomar en cuenta el perfil demográfico de la zona, el tráfico peatonal o vehicular y la competencia cercana. La ubicación puede ser un factor clave para la rentabilidad, ya que influye directamente en el volumen de ventas y la conveniencia para los clientes.

**5.2 Infraestructura:** Este apartado describe las instalaciones físicas necesarias para el negocio, como el espacio del comedor, la cocina, las áreas de almacenamiento y las oficinas administrativas. Se debe especificar si el espacio será propio o alquilado, y qué modificaciones o adecuaciones serán necesarias para cumplir con los requisitos legales y operativos. La infraestructura también debe considerar aspectos de sostenibilidad, como sistemas eficientes de energía o manejo de residuos, si es relevante para el proyecto.

**5.3 Descripción de procesos:** Aquí se detallan los procesos operativos que se llevarán a cabo en la empresa, desde la preparación de alimentos hasta la atención al cliente y la gestión de proveedores. Cada proceso debe estar optimizado para garantizar la eficiencia, la calidad y la coherencia en el servicio. Se pueden incluir diagramas de flujo para ilustrar cómo se llevarán a cabo las operaciones diarias. Además, es fundamental incluir medidas de control de calidad y puntos críticos que aseguren que cada proceso se realice de manera efectiva.

**5.4 Equipo e instalaciones:** Es importante enumerar y describir el equipo necesario para la operación de la empresa. También se debe calcular el costo de adquisición, mantenimiento y reemplazo de este equipo, y prever un plan para mantener los equipos en condiciones óptimas. El tipo de equipo debe estar

alineado con el tipo de negocio y la capacidad de producción esperada, y deben contemplarse tecnologías que mejoren la eficiencia y la calidad del servicio.

**5.5 Programa de producción:** En este punto se explica cómo se organizará la producción de productos que ofrecerá la empresa. Se debe especificar la frecuencia de producción, los horarios de operación, y la capacidad de producción. Además, es importante definir cómo se manejan los picos de demanda, como en días festivos o fines de semana. Este programa debe estar basado en un análisis de la demanda esperada y tener flexibilidad para adaptarse a fluctuaciones en el volumen de ventas.

**5.6 Recursos humanos y materiales:** Aquí se debe detallar la cantidad y el tipo de empleados que se necesitarán para cada área de la empresa. Se debe especificar el perfil de cada puesto, las responsabilidades y los horarios de trabajo. Además, es importante planificar la adquisición y gestión de materiales, insumos, productos de limpieza, entre otros. Se debe asegurar que siempre haya suficiente inventario para cubrir la demanda, sin incurrir en excesos que puedan generar desperdicio o aumentar los costos de almacenamiento.

**5.7 Sistema de costos:** Este apartado debe detallar cómo se determinarán los costos directos e indirectos relacionados con la operación del negocio. Los costos directos incluyen materias primas, mano de obra y costos de producción, mientras que los costos indirectos abarcan gastos generales como alquiler, servicios y mantenimiento. Es fundamental implementar un sistema de costos que permita controlar y reducir gastos, sin comprometer la calidad del producto o servicio. Este sistema debe permitir monitorear de cerca los márgenes de ganancia y ajustar precios o procesos en consecuencia.

## Capítulo VI. Organización

Desarrollar la estructura organizacional de la empresa, su forma jurídica y cómo se gestionan los recursos humanos para asegurar una operación eficiente y alineada con los objetivos del negocio.

**6.1 Forma jurídica:** Planear la forma en la que estará constituida legalmente la empresa, lo que influye en aspectos como la responsabilidad de los propietarios, los impuestos y las regulaciones. Algunas de las opciones pueden ser ser una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), una Sociedad Anónima (S.A), una cooperativa o una empresa unipersonal. En este apartado se debe justificar la elección de la forma jurídica, considerando los riesgos y beneficios, así como las obligaciones fiscales y legales asociadas.

**6.2 Estructura organizacional:** Este apartado debe incluir un organigrama que muestre la jerarquía de los diferentes puestos, desde los dueños o directivos, hasta los gerentes y empleados operativos. Se deben especificar las funciones de cada área, como departamento de producción, servicio al cliente, finanzas, marketing y recursos humanos, y cómo interactúan entre sí para lograr los objetivos del negocio.

**6.3 Descripciones de puesto:** Establecer cada puesto dentro de la empresa debe tener una descripción clara que especifique las responsabilidades, habilidades requeridas y objetivos. Este apartado debe incluir descripciones detalladas de cada posición, desde los roles de liderazgo hasta los empleados operativos. Se debe indicar también el perfil deseado para cada puesto en términos de experiencia, educación y habilidades, y cómo contribuye cada puesto al éxito global del negocio.

**6.4 Programa de capacitación del personal:** Es fundamental contar con un programa de capacitación que asegure que todos los empleados estén adecuadamente formados para desempeñar sus funciones. Este programa debe incluir formación inicial para nuevos empleados, así como capacitación continua en áreas como atención al cliente, manejo higiénico en procesos productivos y

normativas de seguridad. Se debe detallar el contenido de las capacitaciones, su frecuencia, y quién será responsable de impartirlas.

**6.5 Programa de motivación y comunicación:** Definir las estrategias que se implementarán para mantener un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Se pueden incluir programas de incentivos, oportunidades de desarrollo profesional y mecanismos para reconocer el buen desempeño. Además, es crucial establecer canales de comunicación efectivos para que los empleados puedan expresar sus inquietudes y recibir retroalimentación de manera regular. El éxito de una empresa depende en gran parte de la motivación y satisfacción de sus empleados.

**6.6 Administración de sueldos y salarios:** Estructurar el sistema de remuneración en la empresa. Se deben definir los salarios para cada puesto, considerando factores como el mercado laboral, la competencia y el costo de vida. También se deben incluir beneficios adicionales, como bonos por desempeño, seguro médico, o días de vacaciones pagados. Es importante que la administración de sueldos sea justa y transparente, para evitar la rotación de personal y fomentar la lealtad hacia la empresa.

**6.7 Evaluación del desempeño:** La evaluación del desempeño es una herramienta clave para asegurar que los empleados estén cumpliendo con sus responsabilidades y contribuyendo al éxito del negocio. En este apartado, se debe explicar cómo se medirán los resultados de los empleados y con qué frecuencia se realizarán las evaluaciones. También es fundamental definir los criterios de evaluación, que pueden incluir productividad, calidad del trabajo, cumplimiento de metas y actitud hacia los clientes y compañeros de trabajo.

**6.8 Programa de desarrollo organizacional:** Este apartado debe abordar cómo se planea el crecimiento interno de la empresa. El programa de desarrollo organizacional tiene como objetivo mejorar continuamente la eficiencia, la comunicación y el rendimiento del personal, fomentando un ambiente de trabajo que motive a los empleados a crecer y desarrollarse profesionalmente. Se debe incluir un plan de formación para futuros líderes y gerentes, programas de

mentoría, y estrategias para mantener la cultura empresarial alineada con la misión y los valores de la organización.

## **Capítulo VII. Finanzas**

La sección financiera es uno de los pilares más importantes del plan de negocios, ya que proporciona una visión clara de la viabilidad económica del proyecto. Aquí se deben analizar las proyecciones financieras y los sistemas de control necesarios para asegurar la sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

**7.1 Sistema contable de la empresa:** Planear el sistema contable es crucial para la organización financiera del negocio. En este apartado se debe describir qué método contable se utilizará (por ejemplo, el método de acumulación o de efectivo), y qué software o herramienta se implementará para llevar los registros financieros, como QuickBooks o programas contables específicos para la industria de alimentos y bebidas. El sistema contable debe ser lo suficientemente robusto como para generar reportes financieros mensuales, controlar el flujo de caja y facilitar el pago de impuestos, así como el análisis de la rentabilidad del negocio.

**7.2 Plan financiero:** El plan financiero debe incluir un conjunto de proyecciones económicas a corto y largo plazo. Entre los elementos clave se encuentran el estado de resultados, el balance general y el flujo de caja. Se deben proyectar los ingresos esperados basados en estudios de mercado y en la demanda estimada, así como los gastos operativos, incluyendo costos de producción, personal, alquiler y marketing. El plan financiero debe ser realista y prever escenarios optimistas y pesimistas, con estrategias de ajuste en caso de desviaciones.

**7.3 Análisis económico:** El análisis económico se centra en la viabilidad del proyecto desde una perspectiva macro y microeconómica. Se deben evaluar las tendencias económicas actuales que pueden impactar en el negocio, como el crecimiento del PIB, la inflación, el tipo de cambio y el poder adquisitivo del mercado objetivo. Además, se debe analizar el retorno sobre la inversión (ROI) y



el período de recuperación (payback) de la inversión inicial. Este análisis ayuda a tomar decisiones informadas sobre la conveniencia de realizar la inversión.

**7.4 Sistema financiero:** Gestionar las finanzas para garantizar una operación eficiente. Incluye la planificación y el control del presupuesto, la gestión del flujo de caja, y la relación con instituciones financieras, como bancos o posibles inversionistas. También es relevante establecer políticas claras sobre la reinversión de utilidades, el pago de deudas, y la creación de reservas financieras para cubrir imprevistos o futuras expansiones. El sistema financiero debe asegurar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa

## **Capítulo VIII. Marco legal de la empresa**

**8.1 Constitución de la empresa:** La constitución de la empresa implica los trámites necesarios para registrar legalmente el negocio. Este apartado debe explicar los pasos para constituir la empresa según la forma jurídica seleccionada (por ejemplo, SRL o SA). Se deben detallar los documentos requeridos, como el acta constitutiva, los estatutos sociales, y los permisos de funcionamiento. Es importante contar con asesoría legal para asegurarse de que todos los trámites se realicen de manera correcta y dentro de los plazos establecidos.

**8.2 Permisos federales, estatales, y locales:** Dependiendo de la ubicación geográfica y el tipo de negocio, la empresa debe obtener una serie de permisos y licencias para operar legalmente. Estos permisos pueden incluir la licencia de funcionamiento, los permisos de salubridad, y las certificaciones en manejo de alimentos, entre otros. Este apartado debe detallar qué permisos son necesarios a nivel federal, estatal y local, y los pasos que se deben seguir para obtenerlos, asegurando que el negocio cumpla con todas las normativas aplicables.

**8.3 Trámites de apertura:** Antes de abrir el negocio al público, es necesario cumplir con ciertos trámites específicos que varían según la región y el sector de la industria. Estos pueden incluir la obtención del Registro Federal de

Contribuyentes (RFC), la inscripción en el sistema de seguridad social, y la contratación de seguros comerciales. Este apartado debe detallar los pasos necesarios para asegurar que el negocio esté completamente listo para operar legalmente y sin contratiempos.

**8.4 Trámites fiscales:** Es esencial que la empresa cumpla con todas sus obligaciones fiscales desde el inicio. En este apartado se deben detallar los impuestos que aplicarán a la empresa, como el Impuesto sobre la Renta (ISR), el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y otros impuestos locales que puedan aplicar. También se debe explicar el sistema de retenciones fiscales para empleados y las declaraciones fiscales que se deben realizar periódicamente. Contar con un sistema de gestión fiscal eficiente es clave para evitar sanciones y asegurar el cumplimiento normativo.

**8.5 Trámites laborales:** Este apartado se refiere a las obligaciones laborales que la empresa debe cumplir con sus empleados. Se deben detallar los requisitos de contratación, los beneficios legales que se deben proporcionar, como el seguro social, el pago de vacaciones, y las contribuciones a los fondos de pensiones. También se debe garantizar el cumplimiento de las normativas de seguridad e higiene en el trabajo. Un manejo adecuado de los trámites laborales es esencial para mantener una relación armónica con los empleados y evitar conflictos legales.

## **Capítulo IX. Conclusiones**

En esta última sección, se debe resumir el análisis global del plan de negocios, destacando los puntos clave que garantizan la viabilidad y el potencial éxito del proyecto. Las conclusiones deben reforzar la visión y misión de la empresa, así como el valor que aportará al mercado. Es importante también identificar los próximos pasos a seguir para la implementación del proyecto, y resaltar los factores críticos de éxito, como el equipo humano, la estrategia financiera y la capacidad de adaptación a los cambios en el mercado. La conclusión debe ser

optimista pero realista, dejando claro que el negocio cuenta con una base sólida para triunfar en el mercado.

## **Referencias**

El Trabajo Terminal concluye con la(s) hoja(s) de Referencias, que se titulará como: Referencias. Apegadas al estilo APA más reciente. Consiste en listar la bibliografía utilizada para la elaboración del trabajo terminal.

## **Anexos**

Son optativos. Constituye los formatos metodológicos utilizados, evidencias fotográficas, entre otros. Deben contener material que complemente el texto, pero cuya inclusión no resulta apropiada por ser demasiado extenso. No es el lugar para incluir sobrantes o un relleno para aumentar el número de páginas. Los anexos se distinguen con números, ordenándose por números sucesivos conforme vaya apareciendo en el texto.

## **Constancia de Aprobación**

Esta hoja se titula como tal: Constancia de Aprobación. Contiene el nombre del Director del Trabajo Terminal, los dos lectores, el nombre del alumno y el título del trabajo presentado (Ejemplo: véase Anexo).

El documento debe contener los criterios de ética y confidencialidad de los participantes en el estudio, y deberá ser conducido por un director de trabajo terminal y aprobado por el Comité de Estudios de Posgrado. Se otorgará mención honorífica al sustentante según lo establecido en la normatividad aplicable vigente de la UABC.

## I. Lineamientos generales de formato para el Trabajo Terminal

En la elaboración del borrador y el documento final, el alumno deberá respetar las siguientes indicaciones:

1. Papel. - Hojas blancas, tamaño carta.
2. Margen. - Los márgenes superior, inferior y derecho serán de 2.5 cm. y al izquierdo de 3.5 cm.
3. Ubicación del título de cada capítulo. -- Se escriben los títulos de cada capítulo en la parte superior, centrado, utilizando fuente negrita y letras mayúsculas y minúsculas.
4. Ubicación y manejo de subtítulos. - Se escriben los subtítulos alineados a la izquierda, utilizando fuente negrita y letras mayúsculas y minúsculas; numerados según su aparición en el texto. Ejemplo: **2.1 El más allá;**
5. Número de la página. - Se coloca en la parte inferior a la derecha. Se empieza a enumerar con **números romanos** (letras minúsculas) con la portada, aunque el número empieza a aparecer en la hoja de Agradecimientos. Se empieza a enumerar con **números arábigos** en la primera hoja de la Introducción.
6. Tipografía. - Arial o Times New Roman.
7. Tamaño de la letra. - 12 puntos.
8. Estilo de letra. - Normal para texto, letra negrita para el título y los subtítulos.
9. Se escribe con letra itálica, cualquier palabra foránea (por ejemplo, en inglés, francés, latín) que aparece en el texto del trabajo (no las que aparecen en la lista de la Referencias).
10. No se utiliza letras itálicas con abreviados tal como: i. e., e. g., y et al., porque ya son siglas reconocidas y utilizadas en revistas académicas a nivel internacional
11. Espacio de interlineado de 2.5

12. Extensión recomendable de los párrafos. - De 5 a 6 renglones.
13. Se debe de evitar el uso de viñetas y listas en el desarrollo del trabajo y las conclusiones.
14. Se escribe los nombres completos de organismos gubernamentales y no gubernamentales la primera vez que se utiliza en el trabajo. Después se puede establecer el nombre abreviado que se utilizará en el resto del trabajo. Por ejemplo: Secretaría de Economía (en adelante, SE).
15. Manejo de tablas y figuras- Todas las tablas y figuras deben de estar identificadas y numeradas según el capítulo y orden de aparición (e. g. Tabla 1.1, Figura 3.2), llevar un título corto que represente la información que en ellas se presenta (e. g. Tabla 1.1 Escolaridad de la población masculina en Ensenada). Se ubica el título arriba de la tabla, figura o gráfica, centrada. Se escribe con letras mayúsculas y minúsculas, utilizando el estilo de fuente: regular o negrita. Otras recomendaciones:
  - a) Las tablas y figuras deben seguir al texto que las comenta, y deben ser referidas por su número y no por su nombre o localización. (Ejemplo: debe decir “ver Tabla 1.1” y no “ver tabla en la página siguiente”)
  - b) Elaborar todas las tablas de resultados;
  - c) Organizarlas por importancia, nivel de significancia estadística, grupos estudiados, etc.
  - d) Seleccionar las que se van a utilizar (por su relevancia). Este paso puede servir, además, para dividir los apartados del capítulo;
  - e) Complementar con información adicional obtenida por otros métodos o en gráficas que no se incluyeron.
16. Tablas, figuras, gráficas no generadas por el estudiante. - Se cita la referencia completa de la fuente abajo de la tabla, figura, gráfica, etc.
17. Formato del párrafo:
  - a. **Párrafo ordinario.** - Entre párrafos no se deje una línea en blanco y se inician con sangría, excepto en la primera línea después del capítulo y los subtítulos.

- b. ***Párrafo moderno.***- No inicia con sangría y se deja una línea en blanco entre párrafos para distinguir entre uno y otro.

## II. Metodología para citar fuentes

Se deberá apegar a los lineamientos para citar fuentes de la APA, ya que su estilo es claro y preciso. Asimismo, de ser utilizado en la mayoría de las revistas de calidad académica y de artículos de investigación con carácter de rigor científico.

Se recomienda el uso del **estilo APA 7** edición desde el inicio del Programa para evitar cualquier problema relacionado al mal uso de citas textuales, incluyendo el plagio. En caso de incurrir en dicha falta, se debe proceder como estipula el Estatuto Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, (aprobado el 3 diciembre de 2018), Título Segundo, Capítulo Sexto, Artículo 62: Un alumno causará baja definitiva de la Universidad:

- Fracción II. Si le es imputable la falsedad total o parcial de un documento escolar presentado para efectos de cualquier trámite escolar.
- En los demás casos previstos en el presunto estatuto o en la normatividad universitaria aplicable.

### El modelo APA

Este modelo en su edición 7 (2019) proporciona las siguientes indicaciones para citar las fuentes más comunes en el desarrollo del trabajo:

1. **Cita textual menor a 40 palabras.** - Cuando la cita es textual, la parte que se retoma de otro autor se debe encerrar entre comillas e inmediatamente después se escribirá la referencia utilizando apellido del autor, año de publicación y página de donde se extrajo la cita.
2. **Cuando omite información** de una cita textual, se la indica encerrando tres puntos en paréntesis como tal: (...).
3. **Cita textual mayor a 40 palabras.** - Las citas de más de 40 palabras se escriben aparte del texto, con sangría, sin comillas, sin cursiva y con interlineado doble. Al final de la cita se coloca el punto antes de los datos

4. **Cita de un autor:** Apellido del autor (el primer apellido no los dos si aplica), año de publicación, página de donde se extrajo la cita si es una cita textual.
5. **Cita de dos autores:** El primer apellido de los dos autores, año de publicación y página de donde se extrajo la cita en caso de ser una cita textual.
6. **Cita de 3 a 5 autores:** El primero apellido de los autores, año de publicación y página de donde se extrajo en caso de ser una cita textual, la primera vez.
7. **Cita de seis autores o más:** El primero apellido del primer autor, seguido por et al., año de publicación, página de donde se extrajo la cita si es una cita textual.
8. **Cita de parafraseadas:** Son consideradas aquellas cuando cuentas, en tus propias palabras, las ideas de otro autor. Cada vez que parafrasee a otro autor (es decir, resume un pasaje o reorganice el orden de una oración y cambie algunas de las palabras), también debes acreditar la fuente en el texto.

## **Lista de Referencias**

En la parte final de un trabajo académico en el que se emplean diversas fuentes, se deben enlistar las fuentes con todos sus datos. Para ello deben tomarse en cuenta algunas consideraciones generales:

1. La lista de Referencias del Trabajo Terminal, debe incluir sólo los materiales utilizados, ya sea por cita de paráfrasis o cita textual.
2. La lista de Referencias debe incluir por lo menos 20 fuentes actualizadas, en otras palabras, publicados en los últimos cinco años.
3. Se recomienda el uso de fuentes académicas de revistas y textos profesionales.
4. Se ordena alfabéticamente por el primer apellido del primer autor.



5. Cuando hay referencias de un mismo autor o grupo de autores con el mismo año se colocarán los sufijos a, b, c y los que sean necesarios, por ejemplo: López, A. (2021a); López, L.(2021b)
6. Cuando un documento no tiene fecha, en lugar del año se colocará la abreviatura “s.f.” de “sin fecha”, por ejemplo: Legrand, M.(s.f.)
7. Cuando el trabajo se identifique como “Anónimo”, así se escribirá en las referencias dentro del texto y en la lista de Referencias, por ejemplo: Anónimo (2022)
8. Cuando el autor del texto sea un organismo o agrupación, el nombre de éste o ésta se colocará en la posición del autor, por ejemplo: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023).
9. No se utiliza abreviados en caso de citar un texto cuyo autor es un organismo gubernamental o no gubernamental, en la lista de Referencias.

### **III. Requisitos y procedimientos de Titulación**

El certificado de estudios de Maestría en Gestión de Negocios de Alimentos y Bebidas (total, parcial o duplicado) se tramita ante el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, Campus Ensenada, por medio de la Coordinación General de Posgrado e investigación. Para realizar el trámite, se entrega la siguiente documentación al Coordinador(a) del programa:

Instrucciones a seguir para completar el proceso de titulación y obtención de certificado de estudios.

#### **ETAPA UNO.**

1.- Culminada la redacción del trabajo terminal por parte del estudiante con visto bueno del director o directora. El director notificará por correo (indicados en la parte inferior) a la coordinación del programa educativo.

2.- La coordinación del programa educativo solicitará vía correo electrónico la revisión de expedientes del alumnado potencial a egresar (realizado punto 1), al Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de su respectivo campus, indicando de cada egresado:

- Nombre.
- Correo.
- Matricula.

El expediente debe contener:

- **En el caso de la Maestría:** Título de Licenciatura y Acta de nacimiento.
- **Para Doctorado:** Título de Licenciatura, Grado de Maestría y Acta de nacimiento.
- Para el caso de extranjeros debe estar digitalizado la permanencia legal en el país, sus documentos debes estar apostillados y traducidos al idioma español por perito traductor registrado.

El DSEGE a través del mismo correo de solicitud de revisión de documentos digitalizados en expediente, envía confirmación con el nombre de aquellos que procedan (10 días hábiles).

La unidad académica enviará la solicitud del trámite vía oficio adjuntando los requisitos completos por egresado, que son los siguientes:

- 2 fotografías tamaño credencial recientes e iguales de frente en papel mate, opacas, sin brillo, de estudio, no instantáneas, no digitales, blanco y negro, 5cm acercamiento de la cara del interesado.
- Recibo de pago de expedición de certificado por \$136.00 pesos (precio puede variar).
- Solicitud impresa, llena a mano en su totalidad, con firma autógrafa del interesado (misma que adjunto en este correo).
- Carta responsiva de fotografías impresa y con firma autógrafa archivo viene también adjunto).

- Impresión del correo de confirmación de que todos los documentos requeridos se encuentran digitalizados (impresión por egresado).

**\*Solicitar el formato de carta responsiva a la Coordinación**

**Damas:** No se aceptarán fotografías con blusas descubiertas (tirantes, straples) o de color negro y oscuro, debido a que el sello pierde su visibilidad. Maquillaje y accesorios no ostentosos, sin lentes y no usar lentes de contacto de color.

**Caballeros:** Con saco y corbata, camisa color claro, sin lentes y accesorios.

**NOTA:** Tiempo de trámite una vez recibido vía oficio, 40 días hábiles (verificar tiempos en virtud de que la revisión de expedientes ya se encuentra atendida).

## **ETAPA DOS.**

Una vez que el estudiante entregó su documentación pertinente (ETAPA UNO) a la coordinación del programa educativo y haya sido revisado su expediente por parte de DSEGE. **Se enviará por oficio la indicación de solicitud de certificado de estudios.**

## **ETAPA TRES.**

La Coordinación notificará a él o la responsable de Titulación de la FEG que el trámite de certificado de estudios ha iniciado. Una vez en físico el o los certificados de estudios, el director y los asesores del trabajo terminal notificarán la fecha de presentación de trabajo terminal al responsable de titulación de la FEG.

## ETAPA CUATRO

Una vez que el alumno y la unidad académica tengan la fecha para presentar el examen reglamentario, **la unidad académica remitirá oficio solicitando autorización** a este Departamento lo siguiente:

- Relación de sinodales que integran el jurado.
- Votos aprobatorios emitidos por el jurado calificador de la evaluación escrita del examen reglamentario.
- Recibo de pago Derecho Examen Reglamentario Recibo de pago Expedición de Grado.
- Recibo de pago Fomento a la responsabilidad social universitaria
- Recibos de No Adeudo, expedido con fecha no mayor a 15 días por Tesorería, Biblioteca y Sorteos.
- Un ejemplar de tesis o trabajo terminal. (CD)
- Dos ejemplares de trabajo terminal en USB y dos ejemplares de trabajo terminal impresos para el repositorio de la FEG
- Constancia de Acreditación de Idioma Extranjero.
- 2 fotografías T/Título ovaladas
- Solicitud de Grado
- Copias de Acta de Nacimiento, CURP, certificado licenciatura, título y cedula (Maestría)

### **CD/DVD**

#### REQUISITOS:

-Etiqueta circular especial para discos compactos que contenga impreso

<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre Institución</li><li>• Nombre de la Facultad o Escuela</li><li>• Escudo de la Universidad (lado izquierdo)</li><li>• Escudo Facultad o Escuela (lado derecho cuando aplique)</li><li>• Título de tesis</li><li>• Especificar la obtención de grado académico</li><li>• Nombre del sustentante</li><li>• Nombre Director o Directora de trabajo terminal</li><li>• Lugar y Fecha de presentación tesis</li></ul> <p>- El archivo completo de la tesis debe ser en formato PDF con candados para no ser copiada.</p> <p>- El contenido del trabajo terminal deberá estar en un solo archivo</p> <p>- El archivo completo de la tesis deberá cumplir con los lineamientos de edición de una tesis (<b>portada, votos aprobatorios escaneados, resumen con palabras claves, para facilitar la clasificación de la tesis, contenido, agradecimientos, etc.</b>)</p> <p>- Verificar que el disco compacto (CD y/o DVD) no esté dañado.</p>
<b>DISCO COMPACTO, NO REGRABABLE. NO MINIDISCO, DE PREFERENCIA EN SOBRE PARA CD.</b>

Datos que deben venir en CD para entregar a biblioteca:

Ocupación, Sexo, y fecha de nacimiento del Tesista.

Correo electrónico y 5 palabras claves de la tesis o trabajo terminal.

## **IV. Responsabilidades y Funciones del Director (a) Trabajo Terminal**

Para ser designado como Director (a) del trabajo terminal, el docente deberá reunir las siguientes características:

1. Tener como mínimo el grado de maestro y pertenecer preferentemente al Núcleo Académico Básico (NAB).
2. Formar parte de la planta docente de alguna de las unidades académicas sede del programa.
3. Preferentemente ser Profesor de Tiempo Completo.
4. Haber participado en investigaciones registradas ante la Coordinación de Posgrado e Investigación de la UABC.
5. Tener publicaciones en revistas arbitradas.
6. Estar registrado dentro del cuerpo de tutores de las unidades académicas sede, de acuerdo a los criterios de la Coordinación de Posgrado e Investigación de la de las unidades académicas donde se oferte la maestría.
7. Dominar el área de trayectoria académica, investigación, vinculación y tutorías.

Los directores de los trabajos terminales tienen las siguiente responsabilidades y funciones:

1. Establecer y respetar los tiempos definidos para la asesoría, de acuerdo al programa previamente autorizado.
2. Orientar al alumno en la generación del documento de su Trabajo Terminal.
3. Establecer de manera colaborativa con el estudiante los elementos en las actividades del trabajo de campo.

4. Orientar al estudiante en el proceso de generación del borrador del trabajo terminal, revisando sus avances en contenido y forma.
5. Revisar y emitir opiniones por escrito, ya sea en el mismo documento o en formato adicional, sobre los avances presentados por el alumno en las fechas establecidas: Formar parte del sínodo en el examen de grado; se reunirá al menos una vez al semestre con los sinodales y el alumno.
6. Autorizar el documento final que será entregado al Sub-Comité de Estudios de Posgrado de la Unidad Académica.
7. Reportar al Comité por escrito cualquier situación que ponga en riesgo el cumplimiento del plan de trabajo del alumno.
8. Apegarse a la metodología y características del trabajo terminal establecidos por el Comité General de Estudios de Posgrado de la Maestría en Gestión de Negocios de Alimentos y Bebidas.

## V. Bibliografía

American Psychological Association (2019). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. (7ta ed.). México: El Manual Moderno.

Estatuto Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California (2018). Gaceta UABC.

[http://sriagr.al.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/Reglamentos/Estatutos/03\\_EstatutoEscolarUABC\\_ReformasDic032018.pdf](http://sriagr.al.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/Reglamentos/Estatutos/03_EstatutoEscolarUABC_ReformasDic032018.pdf)

Facultad de Ciencias Humanas (2010). *Manual para el desarrollo y la elaboración del trabajo terminal en la Maestría en Ciencias de la educación*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.