



UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ESCUELA CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Cátedra de Investigación
Trabajos Finales de Graduación



REQUISITOS PARA SOLICITUD DE MATRICULA PARA TRABAJO FINAL DE GRADUACION MODALIDAD TESIS A NIVEL DE LICENCIATURA

Matrícula TFG -TESIS
Segundo semestre 2024
Primer semestre 2025

La Escuela de Ciencias de la Administración a través de la Cátedra de Investigación, se permite informar al estudiantado por matricular las asignaturas semestrales para aspirar al título de Licenciatura en la carrera que cursan, los requisitos para solicitar y realizar la matrícula respectiva en la **modalidad de tesis**.

NIVEL DE LICENCIATURA

Para alcanzar este grado académico de licenciatura, el estudiantado debe haber aprobado de manera exitosa su plan de estudio, esto le permite cursar dos asignaturas correspondientes al Trabajo Final de Graduación y realizar su trabajo de investigación, durante dos semestres consecutivos, en el primer semestre se realizan los tres primeros capítulos y en el segundo semestre los tres capítulos finales. Una vez aprobadas las asignaturas anteriores debe matricular la defensa de la tesis ante un Tribunal Examinador en el semestre inmediato siguiente, esto es necesario ya que la persona estudiante debe mantener su estatus de estudiante activo para realizar la defensa de su tesis. A la persona estudiante se le exonerará del pago de la asignatura en el caso de la matrícula para la defensa de la tesis.

Se permite que la persona estudiante presente su propuesta de Trabajo Final de Graduación **en una sola modalidad** por semestre, la persona estudiante debe seleccionar ya sea Tesis o para Práctica Profesional Dirigida.

A continuación, el detalle

1. INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (revisar el código correspondiente en el adjunto de acuerdo con la carrera correspondiente)

Esta es la primera asignatura semestral. Para poder matricular debe haber concluido el plan de estudios respectivo y presentar un anteproyecto ante la comisión de Trabajos Finales de Graduación para su respectiva aprobación. Para tal efecto debe enviar la información de forma digital al correo de la persona Encargada de la Carrera correspondiente según el formato suministrado más adelante como requisito para matricularla.

La información del anteproyecto debe presentarse:

- Para matricular en el **segundo semestre** del 2024: a más tardar **el 17 de mayo del 2024**.
- Para matricular en el **primer semestre** del 2025: a más tardar **el 18 de octubre del 2024**.

Luego de esta fecha no se recibirán anteproyectos para ser valorados y poder matricular.

Al aprobar esta asignatura deberá en el semestre siguiente continuar con la asignatura Trabajo Final de Graduación (**verificar el código que le corresponde en el adjunto de este documento**). Se considera como un solo proceso dividido en dos semestres consecutivos. En caso de suspenderlo, se deberán pagar los aranceles que la universidad establece.

Esta asignatura contempla:

- ✓ Reuniones virtuales, la fecha y hora de las mismas se coordinan con la persona Directora de tesis asignada.
- ✓ Tutorías virtuales, fecha y hora están indicadas en el campus virtual en la plataforma de la asignatura y en el cronograma.
- ✓ Avances del proyecto de Investigación (recuerde que se elaboran los tres primeros capítulos e instrumentos de recolección de datos del proyecto).
- ✓ Presentación presencial o virtual en PowerPoint del avance realizado durante el semestre.
- ✓ El acompañamiento del Comité Asesor compuesto por la persona Directora de la tesis y las dos personas Asesoras.
- ✓ Reunión presencial o virtual con el Comité Asesor de la tesis en la semana de inicio del semestre.

1.1. **Requisitos generales previo a la matrícula:**

Aplican las indicaciones señaladas a continuación:

- a. Contactar a la persona Encargada de la Carrera, entregar una certificación de asignaturas aprobadas para verificar que cumple con el plan de estudios, presentar un anteproyecto para su estudio y aprobación y entregarlo:
 - ❖ Para matricular en el **segundo semestre** del 2024 a más tardar **el 17 de mayo del 2024**.
 - ❖ Para matricular en el **primer semestre** del 2025 a más tardar **el 18 de octubre del 2024**.
- b. Verificar que se cuenta con el **empadronamiento en Licenciatura como primera Carrera** (en el énfasis que le corresponda) en la Oficina de Registro, si no cumple con este requisito pueden existir atrasos al nombrar su Comité Asesor.
- c. Una vez entregado el anteproyecto consultar 30 días hábiles posteriores a la fecha de entrega indicada en el punto 1. Es responsabilidad del estudiantado estar en constante comunicación con la persona Encargada de la Carrera, toda comunicación debe hacerse por medio del correo institucional de la UNED.

2. TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Tal y como se describió para la asignatura de Investigación Dirigida al aprobarla debe continuar con esta segunda asignatura en el siguiente semestre. En esta asignatura se le asignará un Comité Asesor compuesto por tres personas, la persona Directora de Tesis y las dos personas Asesoras, especialistas que le orientará y guiará durante el proceso de investigación para concluir los tres capítulos restantes y revisar y ajustar los tres primeros en caso de ser necesario. En la mayoría de los casos es el mismo Comité Asesor nombrado en la primera parte.

Es necesario que durante el proceso de TFG el estudiantado se mantenga matriculado en la Universidad hasta el momento de la defensa de su tesis, por tanto, una vez aprobadas las asignaturas anteriores debe matricular la defensa de la tesis ante un Tribunal Examinador en el semestre inmediato siguiente, esto es necesario ya que la persona estudiante debe mantener su estatus de estudiante activo para realizar la defensa de su tesis.

Una vez recibido el visto bueno por parte de la persona Encargada de la Carrera, se realiza la convocatoria a la defensa. La defensa de la tesis se realizará en un periodo de 2 a 3 meses después de la fecha de matrícula.

El estudiantado debe contar con una cuenta de correo electrónico institucional (correo UNED) en la base de datos del departamento de registro ya que es el medio de comunicación desde que inicia el proceso con la persona Coordinadora de la Carrera hasta que se finaliza con la defensa de la tesis.

La comunicación con el Comité Asesor asignado es indispensable y se debe tener constante comunicación con la persona Directora de tesis. De igual forma se debe tener activada la cuenta de correo electrónico de la UNED ya que es el medio oficial para las comunicaciones.

Datos de las personas Encargadas de Carrera

ENFASIS	COORDINADOR	DIRECCIÓN
Banca y Finanzas	MBA Luis Emilio Rodríguez Badilla	lrodriguez@uned.ac.cr 2527-2755
Contaduría	MBA Edwin Castillo Arias	ecastillo@uned.ac.cr 2527-2388
Dirección de Empresas / Dirección Empresarial	Dra. Glenda Muñiz Umaña	gmuniz@uned.ac.cr Tel 2527-2738
Mercadeo	Dr. Fabio Sanabria Araya	fsanabria@uned.ac.cr 2527- 2360
Producción Operaciones	/ Ing. Eduardo Jirón Fajardo. MBA	ejiron@uned.ac.cr 2527-2464
Recursos Humanos	Msc. Nathalie Uba Borbón	nuba@uned.ac.cr 2527-2377
Negocios Internacionales	MBA Helene Guiselle Chan Castillo.	hchang@uned.ac.cr 2527-2415

3. ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL ANTEPROYECTO DE TESIS

Usted debe aportar en un máximo de dos hojas un resumen del tema a desarrollar durante su investigación. A este documento se le denomina Anteproyecto y se presenta en un archivo de Word para que se puedan incorporar las observaciones en el mismo documento.

3.1. Consideraciones previas a la elaboración del anteproyecto

Previo a la elaboración del anteproyecto es fundamental que la persona estudiante realice una investigación profunda del tema que desea desarrollar, esta investigación le permite tener mayor dominio del tema, más claridad en los objetivos a alcanzar con la investigación y más información para estructurar mejor el anteproyecto, tales como la comprensión de los diferentes conceptos y terminologías para saber discernir entre una y otra, así como diferentes metodologías y técnicas que se utilizan para el análisis del objeto de estudio.

Se les recomienda a las personas estudiantes consultar fuentes de información actualizadas (a lo sumo 5 años de antigüedad) y confiables de corte académico como:

- ❖ Artículos científicos (disponibles en las bases de datos de la UNED)
- ❖ Libros de texto
- ❖ Memorias de seminarios, simposios
- ❖ Revistas especializadas
- ❖ Investigaciones realizadas
- ❖ Páginas web de corte académico
- ❖ Trabajos de investigación (tesis)

Se debe considerar que para realizar la tesis como trabajo de investigación es obligatorio la recolección de datos de fuentes primarias (aplicación de encuestas, entrevistas, sesiones de grupo, observaciones, etc.) y que la investigación no se autoriza realizar únicamente con revisión documental o bibliográfica provenientes de fuentes secundarias.

Es de suma importancia que la persona estudiante cuente con el visto bueno de la organización donde va a realizar la investigación para el acceso a la información y a las personas informantes, de esa manera se pueden evitar inconvenientes en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

En el caso de una investigación en un sector de igual forma debe asegurarse de contar con el acceso a la información y a las personas informantes para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

3.2. El anteproyecto debe contener:

3.2.1. Tema

Es indispensable que el estudiantado escoja y desarrolle un tema acorde y afín con la carrera que aspira (ver líneas de investigación sugeridas por la carrera), de lo contrario, el tema será rechazado. La Cátedra de Investigación le recomienda escoger un tema o proyecto que le permita y garantice el acceso a la información necesaria para la elaboración del informe.

Al proponer un tema, deben aplicar en el mismo los conocimientos adquiridos durante su carrera profesional, así como los métodos y técnicas de investigación.

3.2.1.1. Líneas de investigación

A continuación, las líneas de investigación sugeridas:

A. Dirección de Empresas / Dirección Empresarial

→ Sectores de estudio para investigación

- Sector privado
- Empresas asociativas y cooperativas (requiere aprobación previa del encargado de carrera, pues no todas las entidades aplican dada su constitución)
- Fundaciones
- Consorcios
- Grupos o conglomerado empresariales
- Multinacionales
- Franquicias
- Áreas o departamentos de entidades públicas y privadas
- PYMES (Con una estructura formal y definida, de no menos de 25 personas)
- Emprendimientos con características diferenciadoras e innovadoras (ver subtítulo siguiente “Tipo de investigación”)
- Análisis de sectores productivos específicos de la economía en el que se desarrolle alguno de las acciones específicas establecidas en el siguiente subtítulo “Tipos de investigación”. No se admiten propuestas que son pertinentes de desarrollar en la disciplina de la economía, u otras relacionadas. Se debe recordar que el énfasis de Dirección Empresarial pretende que la propuesta sea abordada a través de la acción directa de algún emprendimiento, empresa, organización, institución o corporación y no bajo propuestas que conllevan elementos de políticas públicas, económicas, socioeconómicas, factores sociales; tampoco de modelos económicos ni sectores cooperativos (atinente al énfasis de Cooperativas).

→ Tipos de investigación

- Propuestas de modelos estratégicos.
- Modelos de negocios.
- Análisis y evaluación de procesos administrativos relacionados directamente con la dirección o estrategia empresarial.
- Estudio sobre modelos gerenciales en las organizaciones
- Estudios integrales de gestión organizacional relacionados directamente con la dirección o estrategia empresarial.
- Propuestas de negocios innovadores no tradicionales. **

- Análisis y evaluación estratégica en programas empresariales o estatales.
- Aplicación de modelos y teorías administrativas y estratégicos en organizaciones (benchmarking, empowerment, canvas, BSC, KPI's, scrum, etc) emanados desde la dirección o el gerenciamiento del mismo.
- Estudios de gestión y su impacto en los resultados de la organización relacionados directamente con la estrategia empresarial.
- Análisis de impacto de políticas estatales y su relación con los modelos gerenciales o de gestión estratégica.
- Estudios de nuevos modelos de negocios y tecnología, su impacto social y económico desde el enfoque de la Dirección o gerenciamiento empresarial.
- Temas que se relacionen con la administración, estrategia, gestión de recursos, eficiencia, objetivos, gerencia de las organizaciones, o sus diversas áreas y su impacto a nivel organizacional, todos bajo el enfoque de la dirección o gerenciamiento empresarial.
- Los temas que se desarrollarán deben estar relacionados estrictamente con el énfasis de Dirección de Empresas y no estar recargados a temáticas de otros énfasis como contaduría, recursos humanos, finanzas, mercadeo, negocios internacionales o producción.

B. Cooperativas

- Economía social y solidaria
- Cooperativismo
- Sector economía laboral

C. Recursos Humanos

- Planificación de recursos humanos: minería de datos y elaboración de métricas de los procesos de recursos humanos para la toma de decisiones estratégicas del área y organizacionales.
- La adquisición del talento humano en las organizaciones en los entornos digitales: redes sociales, instrumentos para medir habilidades para el trabajo, video-entrevistas, entre otros.
- Técnicas innovadoras de socialización del personal -onboarding-
- Capacitación y desarrollo del personal: estrategias de formación y desarrollo del personal de las organizaciones.

- Sistemas de compensación salarial: fijos y flexibles, y salario emocional.
- Diseño, planificación y la evaluación de cuadros de reemplazo y de sucesión.
- Sistemas de información en la gestión de recursos humanos en las empresas: automatización de los procesos de recursos humanos.
- Sistemas de evaluación del desempeño innovadores.
- Evaluación de la Gestión de Recursos Humanos: auditoría de los procesos actuales.
- La Gestión de Recursos Humanos en las PYMES.

Notas:

**En caso de realizar el TFG en una institución pública debe contemplar en el anteproyecto la normativa relacionada con el tema elegido y el alcance de la propuesta.*

***Si realiza el trabajo en una PYME debe estar integrada por más de 20 personas y el estudio deberá contemplar a toda la población.*

D. Mercadeo

→ Líneas de investigación y temas sugeridos

- **ESTRATEGIAS DE MARKETING**
 - **Estrategias de producto y marca** (evaluación de la introducción de nuevos productos al mercado, análisis de la relación entre la calidad del producto y la lealtad del cliente, implementación de estrategias de diferenciación de productos y su impacto en la percepción del consumidor, investigación en innovación de nuevos productos, etc.)
 - **Estrategias de distribución** (evaluación de los canales de distribución-omnicanalidad, evaluación de las estrategias de cobertura de mercado, implementación del comercio electrónico en las estrategias de distribución, análisis de la experiencia del cliente en los diferentes puntos de ventas, análisis del retail como puntos de ventas, implementación de estrategias de distribución para segmentos específicos del mercado, etc.)
 - **Estrategias de Publicidad y Promoción** (impacto y efectividad de las estrategias publicitarias, estudios de la efectividad de campañas publicitarias y su impacto en el mercado, estudios de la

promoción de ventas desde los medios y redes sociales, estrategias de promoción de ventas para el consumidor meta, evaluación de las estrategias de relaciones públicas, estrategias de la personalización en las promociones de consumo, impacto de la promoción en el contexto del Marketing Digital, evaluación del impacto de la sostenibilidad en las estrategias de promoción, etc.

- **Estrategias de precios** (implementación de las diferentes estrategias de fijación de precios de acuerdo al mercado, aplicación de las estrategias de precios efectivas para lograr una mayor competitividad de mercado, análisis del impacto de los costos en la estrategia de precios, efectos de las regulaciones gubernamentales y las políticas de inflación sobre las estrategias de precios, efecto de la amplitud de los canales de distribución en las políticas de precios, implementación de estrategias dinámicas de precios de acuerdo con la personalización del cliente, etc.)

- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

- **Factores que inciden en las decisiones de compra** (estudio sobre los diferentes factores que afectan el comportamiento del consumidor, culturales, sociales, personales y psicológicos, análisis de la caja negra del consumidor, estudios de percepción del consumidor, evaluación del proceso de decisión de compra del cliente y sus etapas, estudios de segmentación del mercado consumidor y sus componentes, etc.)
- **Influencia de las redes sociales en el comportamiento del consumidor** (evaluación de la efectividad de campañas publicitarias en las redes sociales, análisis del poder que ejercen los influencers sobre el comportamiento del consumidor, segmentación del consumidor en redes sociales, análisis de las tendencias del consumidor en las redes sociales, influencia de la publicidad personalizada en redes sociales, análisis de la fidelidad del Consumidor en redes sociales, etc.)
- **Evaluación de la lealtad del cliente y las estrategias de retención.** (análisis de los factores que influyen en la lealtad del cliente, impacto de la experiencia del cliente en la lealtad y fidelización, evaluación de la retención de clientes de acuerdo con el tipo de organización, efectividad de la comunicación en las estrategias de retención del cliente, exploración de las estrategias de engagement en la lealtad del cliente, etc.)

- **TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN MARKETING**

- **Marketing Digital** (estudios de la automatización del marketing móvil, estudios de Inbound marketing, análisis de los leads en el marketing digital, análisis de tendencias en Marketing de contenidos, impacto de la personalización en estrategias de Marketing Digital, estudio de la experiencia del usuario en sitios Web y aplicaciones, seguimiento y análisis de datos en Marketing Digital, etc.)
- **Marketing de Inteligencia Artificial (IA)** (evaluación del impacto de algoritmos de IA en la personalización de la publicidad, estudio de chatbots y asistentes virtuales en la mejora de la experiencia del cliente, análisis de la aplicación de la IA en la toma de decisiones desde el marketing, etc.)
- **Personalización del cliente y marketing móvil** (impacto de las aplicaciones móviles en las estrategias de marketing, evaluación de la efectividad de campañas publicitarias en dispositivos móviles, estudio de sistemas de personalización en tiempo real en sitios web y aplicaciones, análisis de la privacidad y aceptación del consumidor en la personalización del cliente, etc.)

- **MARKETING EN LAS NEUROCIENCIAS**

- **Impacto de las estrategias de marketing en la actividad cerebral** (estudios del impacto de las estrategias de marketing en la seducción del cerebro, análisis de la conexión entre la activación cerebral y la recordación de las estrategias publicitarias, estudios sobre el marketing sensorial y su influencia en la activación cerebral, evaluación de estrategias de Neuromarketing en los puntos de venta, etc.)
- **Neuromarketing en Redes Sociales** (estudios sobre los estímulos visuales del cliente y la interacción con las redes sociales en la respuesta cerebral, análisis de la conexión entre la actividad cerebral y la participación del usuario en contenido de redes sociales, estudios sobre la publicidad móvil y su influencia en la activación cerebral, etc.)

Estas líneas de investigación representan opciones destacadas en el campo del Mercadeo, proporcionando al estudiantado una variedad de temas que pueden seleccionar y adaptar a su anteproyecto de investigación. La amplia propuesta de

subtemas ofrece flexibilidad para que los estudiantes elijan aquellos que mejor se alineen con sus ideas y objetivos de investigación.

E. Negocios Internacionales

- Análisis del proceso de creación y crecimiento de empresas de rápida internacionalización.
- Procesos de Internacionalización de la empresa y las economías.
- Administración de Acuerdos de Libre Comercio.
- Cooperación Internacional para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas.
- Análisis del uso de las tecnologías de la información para la negociación en las operaciones de compraventa internacional en las organizaciones.
- Globalización y gestión de empresas internacionales.
- Innovaciones en las Organizaciones como impulsadoras de internacionalización.
- Logística de la Comercialización Internacional.
- Efectos de la globalización en las economías emergentes y las pequeñas y medianas empresas (PYME). Por ejemplo: Innovación, desarrollo sostenible, la diversidad y la distancia cultural.
- Empresas multinacionales y transnacionales (factores internacionales de atracción o de éxito).
- Medios de pago digitales.
- Comercio Electrónico: La innovación tecnológica y el comercio electrónico como herramienta y soporte del modelo de comercio internacional.
- Efectos de la Inversión Extranjera Directa.
- Estrategias de Integración económica en el comercio internacional.
- Interculturabilidad y negocios internacionales.
- Transacciones comerciales internacionales.
- Internacionalización y comercio digital (redes sociales, incidencias de las redes sociales en el marco del comercio internacional, comercio electrónico, etc.).
- Sellos y Certificaciones internacionales de exportación (alimentos, sistemas de producción, de calidad, normas de origen, etc.).
- Propiedad intelectual: Registro y protección de marcas, patentes, derechos de autor, franquicias, denominaciones de origen. Incidencias de estos factores y su relación con el crecimiento comercial y económico de los intangibles.

- Competitividad en el mercado global (productos diferenciados y de altos estándares de calidad).

F. Contaduría

- Normativa contable
- Control interno
- Auditoría por riesgo
- Auditoría operativa
- Auditoría forense
- Auditoría gubernamental
- Normativa de auditoría NIAS

→ Financiero Bancaria (cuatro líneas de investigación)

- Finanzas empresariales.
- Estructura de capital, financiamiento y proyectos de inversión.
- Análisis financieros integrales y la planeación financiera.
- Ingeniería financiera aplicada a la banca y los negocios.
- Financiamiento a corto plazo.
- Riesgo y rendimiento en los diferentes giros de negocios.
- Métodos de valuación, fusiones, adquisiciones y actuariado.
- La política de dividendos en la práctica.
- Valuación

→ Finanzas Públicas

- La administración presupuestaria.
- El financiamiento en las instituciones del sector público.
- La planeación financiera.
- Indicadores de eficiencia pública.

→ Administración financiera de la micro-pequeña y mediana empresa. CREACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL.

- La estructura de análisis financiera adecuada según sector específico (servicios, industria, agropecuario).
- La contabilidad y las finanzas en las Mipymes.
- Valuación.

→ Sector financiero

- El análisis crediticio en la banca, micro financieras, cooperativas de ahorro y crédito, y operadores financieros del SBD.
- La Supervisión Bancaria y entidades rectoras en Costa Rica. BASILEA.
- Ingeniería financiera y creación de productos financieros.
- Las tarjetas de crédito, mercados meta, riesgos implícitos y estrategias de colocación.
- La administración bancaria y la mitigación de riesgos.
- Valuación.

→ **Economía circular y su enfoque desde la rentabilidad (aplica para las cuatro líneas anteriores).**

→ **Bonos temáticos como medio de financiar proyectos productivos en armonía con el medio ambiente.**

Nota: Si se admiten estudios de factibilidad.

G. PRODUCCIÓN / OPERACIONES

→ **Sostenibilidad ambiental**

- Administración de Operaciones con enfoque de Sostenibilidad
- Economía circular desde el área de operaciones
- Investigación de Operaciones con Prácticas sostenibles de éxito
- Indicadores de sostenibilidad en el área de operaciones
- Calidad a través de la Economía Circular

→ **Innovación**

- Gestión y tendencias de la innovación en sectores industriales
- Administración de la Innovación en las PYMES
- Administración de las tecnologías para innovar
- Valor agregado e innovación en la Cadena de Suministros
- Gestión del cambio en el área de Operaciones

→ **Tecnología de Manufactura y Servicios**

- Tecnologías disruptivas de operaciones e Inteligencia de Negocios en la gestión estratégica de PYMES (Bienes y Servicios).
- Toma de decisiones estratégicas en Operaciones con tecnologías disruptivas
- Sistemas de Manufactura y Servicios con tecnologías disruptivas y Gestión de Productividad.

- Tendencias de Tecnología de Información en la Cadena Suministros
- Transformación Digital en las áreas de operaciones de PYMES (Bienes y servicios).

→ **Emprendimientos, Sector Industrial y Estrategias de Integración**

- Modelos de emprendimientos
- Encadenamientos Productivos y Desarrollo de Proveedores
- El área de Operaciones en la Integración horizontal y vertical
- Modelos de Clústeres en Sectores Industriales
- Gestión de la Productividad en la industria y los servicios
- Indicadores de éxito en la Cadena de Suministros

Para el 2024-2 y 2025-1:

En el caso de la carrera de Banca y Finanzas no se aceptan temas relacionados a planes estratégicos.

En el caso de la carrera de Recursos Humanos no se aceptan temas relacionados con manuales de puestos o procedimientos, salario emocional, clima y/o cultura organizacional y evaluación del desempeño. Además, no aceptarán anteproyectos realizados en la UNED como organización, ni en ninguna de sus sedes universitarias como organización objeto de estudio.

En el caso de la carrera de Mercadeo no se aceptan temas relacionados con seguros.

En el caso de Contaduría no se admitirán TFG en donde el tema sea: Manuales de procedimientos, diseño de manual de cuentas o evaluación del control interno.

En el caso de la carrera de Dirección de Empresas no aceptarán trabajos finales de graduación realizados en la UNED como organización, ni en ninguno de sus centros universitarios como organización objeto de estudio.

Nota: En las líneas anteriores por carrera se sugieren temas a desarrollar, la persona estudiante puede presentar otros temas vinculados a las líneas antes indicadas.

Se reitera la importancia de que el estudiantado realice una investigación previa sobre el tema que desea investigar, puede hacerlo leyendo artículos científicos, tesis, revistas especializadas, investigaciones y libros que traten el tema, esto le permite contar con un mayor conocimiento y cómo abordar la investigación en la empresa o sector que ha escogido.

3.2.2. JUSTIFICACIÓN

Para el anteproyecto usted debe justificar la investigación, para ello puede guiarse por las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué eligió el tema seleccionado?
2. ¿Por qué es importante y pertinente desarrollar el proyecto?
3. ¿Cuál es la expectativa de la investigación por parte de la organización?
4. ¿Cuál es la utilidad de los resultados esperados en función de su contribución a la estructura de conocimiento existente y o/ a la aplicación práctica y concreta de los mismos?
5. ¿Qué problema práctico ayudará esta investigación a resolver?

La justificación también debe estar fundamentada con citas bibliográficas aplicando la norma APA.

3.2.3. OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN

El objeto de la investigación es la razón de ser de la misma, y se refiere o debe plantearse en función del aspecto o aspectos sujetos de estudio. El objeto de estudio ayuda a definir lo que se pretende como producto. Debe redactarse en forma clara y viable, se redacta con verbos en infinitivo de nivel superior (analizar, evaluar, diagnosticar, examinar...) que denoten una acción precisa en términos de investigación.

En resumen, el objetivo general es la meta que se pretende alcanzar. Define los alcances del estudio.

El objetivo debe:

- Contener relación directa con la investigación (objeto de la investigación).
- Ser claro y concreto.
- Expresar un logro definido, cuantificable y alcanzable en un plazo preestablecido de tiempo.
- Responder el qué, el cómo y el para qué, donde y cuando de la investigación.
- Debe dejar debidamente clara la variable que se va a investigar y que esta sea de gran amplitud para que de ella se deriven las subvariables que van en los objetivos específicos.

3.2.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN

Representan el detalle en partes componentes del objetivo general. Es decir, lo que se requiere estudiar, analizar o evaluar para lograr el objetivo general. Se deben utilizar verbos de nivel inferior o secundario.

Ejemplos:

Estructura del objetivo: Para redactarlo se inicia con un infinitivo (verbo con terminación ar, er, ir) Ejemplo: identificar, describir, determinar, distinguir, formular, medir, clasificar, definir, relacionar, enumerar, contratar, aplicar, etc.

Después del verbo debe quedar clara la variable la cual se deriva de la variable del objetivo general para que exista congruencia en el estudio

Se sugiere continuar respondiendo a las preguntas ¿Qué? ¿Cómo? ¿Para qué? y así se responderá al propósito o la tarea específica

Ejemplo:

- i. Elegir el infinitivo que nos indique lo que usted desea realizar o alcanzar, ejemplo: Identificar
- ii. Responder a la pregunta: ¿Qué?, ejemplo: ¿Qué se va a identificar? En este caso la respuesta podría ser: Las necesidades del personal de nuevo ingreso a la empresa MMM. En este caso necesidades del personal puede ser la subvariable que se pretende medir en el estudio
- iii. Seguidamente se puede continuar respondiendo a la pregunta ¿Cómo? o ¿con qué fin? y ¿Para qué?

Ejemplos:

Evaluar la actual estrategia de Mercadeo y los aspectos que están provocando la caída en las ventas por medio de un estudio de mercado.

Del mismo se desprenden los objetivos específicos.

- 1) Determinar el mercado meta de la empresa...
- 2) Identificar la combinación de productos que ofrece la empresa...
- 3) Describir la ejecutoria de la fuerza de ventas, diferenciando entre la cobertura de rutas, labor en el punto de venta, cumplimiento de objetivos de ventas y servicio al cliente...
- 4) Determinar la combinación promocional que desarrolla la empresa...

3.2.5. OBJETIVO GENERAL DE PROPUESTA

El objetivo general de propuesta consiste en una proposición de mejora al fenómeno que se desea investigar recomendado por la persona estudiante, puede iniciar con el verbo Proponer o Recomendar.

3.2.6. REFERENCIAS

Esta fase consiste en reunir y revisar documentación, libros, bases de datos, revistas, publicaciones, páginas de corte académico y demás fuentes de información necesarias para el tratamiento del tema. El objetivo de esta etapa es establecer una serie de referencias generales sobre el tema tratado. Las referencias deben ser recientes, al menos de 5 años de antigüedad y presentar como mínimo 10 fuentes consultadas.

Se espera que incorporen referencias en idioma inglés.

Las referencias deben cumplir con el formato APA 7. Las citas se deben hacer directamente en el texto y no utilizar la herramienta de Word para citas ya que estas no siempre muestran todos los elementos que se requieren.

Nota: El anteproyecto se debe enviar solamente por correo electrónico en el formato suministrado en archivo de Word.

A continuación, llene el cuadro que sigue el cual incluye toda la información requerida como anteproyecto y envíela a la persona Encargada de Carrera en la fecha indicada.

Envíe en el formato suministrado la información que se le indica a continuación, mínimo de dos páginas de información, en archivo de Word.

Formato de Anteproyecto
1. Nombre de la persona estudiante:
2. Cédula de identidad:
3. Carrera de estudio:
4. Centro Universitario UNED:
5. Nivel (La persona estudiante debe estar empadronado):
6. Correo electrónico UNED:
7. Teléfono:
8. Indicar si su trabajo de investigación es en una empresa o en un sector:
9. Si el trabajo de investigación se realizará en una empresa favor indicar: 9.a Su propuesta tiene posibilidad de ser implementada en la organización o solo se realiza como ejercicio académico? Explique de forma concisa en un máximo de 5 renglones. 9.b ¿Debe presentar el resultado de su TFG ante la organización? 9.c Trabaja usted en la organización? Si la respuesta es afirmativa ¿Qué relación tiene el TFG a desarrollar con su trabajo?
10.a. Nombre de la empresa en la que se encuentra autorizado para realizar el trabajo de investigación 10.b Tipo de empresa si es pública, privada, ONG, nacional, trasnacional, PYME

10.c A qué se dedica la empresa u organización?
10.d Cantidad de empleados que laboran en la organización.
10.e Se cuenta con la autorización para realizar la investigación en la organización?
10.f Se cuenta con el acceso a la información y a las unidades informantes?
11. Tema propuesto para el trabajo
12. Justificación
12.a Justificación amplia desde el punto de vista de la realización de la investigación.
12.b. Justificación corta desde el punto de vista de la realización de la propuesta de solución.
13. Objetivo General de Investigación
14. Objetivos específicos de investigación (3 o 4 máximo)
15. Objetivo General de Propuesta
16. Referencias: La persona estudiante debe leer al menos unas 10 referencias de carácter científico relacionadas con el tema presentado (artículos en inglés y español, investigaciones, tesis, libros etc.) y cumplir con el formato APA 7.

4. RECOMENDACIONES FINALES

Una vez enviado el anteproyecto a la persona Encargada de Carrera y aprobado por la Comisión de TFG, la persona Encargada de la Carrera le enviará el acta y las indicaciones para la matrícula al correo institucional.

Con el anteproyecto aprobado y previo a realizar la matrícula la persona estudiante deberá gestionar ante la empresa, organización o institución la carta de autorización que le faculta a realizar la investigación y donde se indica que cuenta con el acceso a la información a las unidades informantes.

Es fundamental que la persona estudiante cuente con la autorización de la empresa, organización o institución para el desarrollo de su investigación de lo contrario la investigación no tiene viabilidad.

Carta:

En la carta la jefatura debe indicar que conocen el trabajo de investigación que realiza la persona estudiante (nombre y cédula) relativo al tema (nombre de la tesis y objetivo general) y que no se ha realizado anteriormente un trabajo semejante en la institución. Se debe indicar que la empresa brindará el apoyo necesario al alumno mediante el acceso a la información y a las unidades informantes según lo requerido para la investigación. Deberá estar debidamente firmada con número de teléfono y dirección electrónica por si se requiriera contactar nuevamente a la persona que lo manifiesta. Ver Anexo 1.

En la entrega del primer avance capítulo I de la asignatura Investigación Dirigida el estudiantado debe adjuntar en los anexos la carta de la (as) empresa (as) o

institución (es) en la que se hará el trabajo de investigación, misma que se presenta en los anexos del informe final.

Luego del periodo de matrícula debe esperar aproximadamente 15 días para recibir un correo con la asignación del Comité Asesor de tesis que lo guiará en la elaboración de su trabajo de graduación, si no recibe el correo con la información favor comunicarse a la Cátedra de Investigación al teléfono: 2527-2238 o al correo: eserranos@uned.ac.cr.

Mag. Iliana Ulate Soto
Encargada de la Cátedra de Investigación
Correo electrónico: iulate@uned.ac.cr

Mag. Elsie Serrano Sibaja
Coordinadora de Trabajos Finales de Graduación
Correo electrónico: eserranos@uned.ac.cr

Adjunto

1. Detalle de códigos por asignaturas y énfasis respectivos.

Carrera	Investigación Dirigida	Trabajo Final de Graduación
	I etapa de tesis	II etapa de tesis
Recursos Humanos	9118	9119
Banca y Finanzas	9120	9121
Contaduría Pública	9122	9123
Mercadeo	9124	9125
Dirección Empresarial	9126	9127
Negocios Internacionales	9128	9129
Operaciones	9130	9131
Cooperativas	9132	9133

2. Fechas de matrícula y del curso lectivo

MATRICULA

La matrícula semestral se realiza en los meses de enero y julio de cada año. Revisar las fechas establecidas para la matrícula e inicio de curso en el calendario institucional ubicado en la página de la UNED

Anexo 1.

A continuación, el formato sugerido para la carta de la organización.

Membrete de la organización

San José, __ de _____ del 202X

Señor(a) XX
Encargado de Carrera
Escuela de Ciencias de la Administración
Universidad Estatal a Distancia

Por la presente se comunica que la organización XX conocen el trabajo de investigación que realiza el alumno (nombre y cédula) relativo al tema (nombre del título de la tesis y objetivo general), en esta organización no se ha realizado anteriormente un trabajo semejante.

La empresa, organización o institución le brindará el apoyo necesario al alumno mediante el acceso a la información y a las unidades informantes según lo requerido para la investigación.

Nombre y firma
Jefatura del departamento XX
Nombre de la organización XX
Número de teléfono XX
Dirección electrónica XX