

Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA
Especialización en Mercadeo Estratégico

Guía para la presentación del trabajo de grado

4 de mayo de 2011

Contenido

1. Presentación	3
2. Derechos de autor	4
3. Términos de referencia del trabajo de grado	6
3.1 Naturaleza, justificación y objetivos del trabajo de grado	6
3.2 Inscripción y modalidades del trabajo de grado	7
3.3 Cambio de modalidad de trabajo de grado	7
3.4 Tiempo límite del trabajo de grado	7
3.5 Modalidad del trabajo de grado: proyecto de desarrollo	8
3.6 Modalidad del trabajo de grado: proyecto de investigación	15
4. Aplicación de normas de referenciación APA	23
4.1 Tipología de citas	23
4.2 Diseño de tablas y figuras	26

Preámbulo

El proceso de enseñanza-aprendizaje del Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA, involucra el desarrollo de competencias orientadas a la generación de nuevos conocimientos a través del fortalecimiento de la capacidad argumentativa y del pensamiento crítico e innovador; ambos componentes se consideran esenciales en la formulación de un proyecto de desarrollo o investigativo.

Esta guía es parte integral del Proyecto Educativo Institucional (PEI), del Colegio de Estudios Superiores de Administración; de ahí la importancia de que sea conocido por todos los miembros de la comunidad universitaria. Los estudiantes deben adquirir conciencia de la responsabilidad que este empeño les exige para lograr una formación integral durante su permanencia en el CESA.

Mayo de 2011

1. Presentación

El trabajo de grado es concebido como un escenario en el cual el estudiante apropia conocimientos, confronta la teoría con la práctica e interpreta resultados. En este proceso subyacen elementos teóricos y metodológicos para dar solución a una problemática o fenómeno vigente en un contexto determinado.

De conformidad con el Reglamento General de Estudiantes de Posgrado, en el artículo 6 el trabajo de grado debe ser presentado por los estudiantes para optar por el título de posgrado que otorga el CESA.

El trabajo de grado tiene dos modalidades: proyecto de desarrollo y proyecto de investigación. El *proyecto de desarrollo* tiene la finalidad de integrar y aplicar conocimientos con el fin de resolver un problema en una empresa o área del conocimiento específica. Son propuestas relacionadas con situaciones coyunturales en un entorno determinado. Por ejemplo, la proposición de modelos, planes y estudios descriptivos hacen parte de este tipo de proyectos que en su mayoría corresponden a investigaciones aplicadas.

El *proyecto de investigación* tiene como finalidad formular, identificar y resolver problemas que buscan generar nuevos conocimientos en determinadas disciplinas. El origen de estos proyectos está en la definición del contexto de la problemática, donde la formulación del problema es el eje central de la experiencia investigativa.

El siguiente documento fue diseñado como una guía y ejemplo de apoyo en la elaboración del trabajo de grado. El formato del presente documento aplica las condiciones establecidas por el sistema de referenciación de la American Psychological Association (APA) en su sexta edición.

2. Derechos de autor

El Ministerio del Interior y de Justicia de Colombia ha establecido la reglamentación pertinente a la protección de los derechos de autor a través de la consolidación de un organismo estatal como la Dirección Nacional de Derechos de Autor.

Tal reglamentación describe los derechos concedidos a los creadores por sus obras literarias y artísticas. Estos derechos son esenciales para la creatividad humana, puesto que ofrecen a los autores reconocimiento y recompensas económicas equitativas.

Todas las obras artísticas y literarias que sean reproducidas o divulgadas por cualquier medio se encuentran protegidas por los derechos de autor.

Respecto a los estudiantes, pueden llegar a verse involucrados en circunstancias que ponen a prueba su ética, situándolos en una doble moral, que los puede llevar a cometer plagios y fraudes. Esta falta de honestidad es la que los motiva a cometer delitos contra las publicaciones de otras personas. A continuación se explica brevemente cada uno de los delitos en los que pueden incurrir.

- a. **El plagio:** copiar o imitar lo que otra persona ha hecho. Este se da cuando sus trabajos tienen partes que aparecen en otros textos, omitiendo las citas bibliográficas pertinentes, o citando autores sin autorización previa.
- b. **El fraude:** la copia en los exámenes parciales, finales o incluso en los trabajos, ya sea de un compañero, del cuaderno o por cualquier otro medio.
- c. **La suplantación:** hacerse pasar por otro compañero, firmar la asistencia por una persona ausente, incluir en trabajos a personas que ni siquiera hicieron el esfuerzo de pagar el papel y la tinta, ya sea por compasión o por compromiso.
- d. **La falsificación y manipulación de datos:** dar información falsa dentro de un trabajo de investigación, o modificar los resultados a conveniencia de quien escribe.

La referenciación bibliográfica cobra relevancia porque con ella se reconoce el esfuerzo de las demás personas y el valor de estas en la construcción de nuevo conocimiento.

Las citas permiten sustentar las afirmaciones que se realicen en los documentos escritos, puesto que proporcionan información de personas expertas en el tema que se aborda para su estudio.

Las citas bibliográficas son útiles para mostrar los diferentes puntos de vista sobre un tema y diferenciar las ideas propias de las de los demás. Se recomienda el uso de normas internacionales para la referenciación bibliográfica de la American Psychological Association (APA).

3. Términos de referencia del trabajo de grado¹

Los términos de referencia para la presentación del trabajo de grado son los siguientes:

3.1 Naturaleza, justificación y objetivos del trabajo de grado

Se entiende por trabajo de grado la actividad académica que integra la investigación y el desarrollo. La investigación formativa aplica el conocimiento a diferentes áreas de estudio adquiridas por el estudiante durante el proceso de formación como especialista en mercadeo estratégico, con el fin de desarrollar las competencias y habilidades propias del mercadeo.

El trabajo de grado es concebido como un escenario en el cual el estudiante se apropia de conocimientos, confronta la teoría con la práctica e interpreta resultados; en este proceso subyacen elementos teóricos y metodológicos para dar solución a una problemática o fenómeno vigente en un contexto determinado. El trabajo de grado es un requisito académico en el programa para obtener el título de Especialista.

Son objetivos del trabajo de grado:

- a. Promover en el estudiante la apropiación de competencias metodológicas y técnicas para el diseño y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo en las áreas de formación.
- b. Incorporar activamente a los futuros especialistas en los proyectos de investigación que lidera el Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial.
- c. Contribuir al análisis o solución de los problemas que afectan a los sectores educativos, de salud, industriales, comercial y social de la región y del país.

¹ Los aspectos no cubiertos en este documento y que surjan en el proceso de la vida académica serán cubiertos por el Reglamento General de Estudiantes de Posgrado y Reglamento del Consejo Académico.

3.2 Inscripción y modalidades del trabajo de grado

Al inicio de cada ciclo del plan de estudios los estudiantes deben inscribir su trabajo de grado en la Coordinación de Posgrados. Una vez inscrito, deben seguir los lineamientos establecidos en el presente documento.

En el proceso de inscripción, el estudiante debe completar un formulario donde describe la modalidad elegida, el tema objeto de estudio, datos personales y director de su proyecto. Si el estudiante cambia de trabajo de grado debe informar previamente a la Dirección de Programa.

El estudiante puede escoger una de las siguientes modalidades como requisito parcial de grado para optar por el título de Especialista en Mercadeo Estratégico:

- a. Proyecto de desarrollo.
- b. Proyecto de investigación.

3.3 Cambio de modalidad de trabajo de grado

El único organismo autorizado para aprobar el cambio de la modalidad de trabajo de grado es la Dirección de Programa. Para este caso, el estudiante debe justificar el cambio por escrito al director del Programa, quien dará respuesta al respecto.

3.4 Tiempo límite del trabajo de grado

El estudiante debe hacer entrega del documento final antes de la fecha establecida por la Dirección del Programa. Si por algún motivo no se da cumplimiento a las fechas, dicha Dirección recibirá los documentos pero el estudiante no podrá ingresar a la lista de graduación sino hasta el periodo siguiente.

3.5 Modalidad del trabajo de grado: proyecto de desarrollo

El proyecto de desarrollo tiene la finalidad de integrar y aplicar conocimientos con el fin de resolver un problema en una empresa o área del conocimiento específica. Son propuestas relacionadas con situaciones coyunturales en un entorno determinado. Por ejemplo, la proposición de modelos, planes y estudios descriptivos hacen parte de este tipo de proyectos que en su mayoría corresponden a investigaciones aplicadas.

3.5.1 Procedimiento. El procedimiento que se debe seguir es el siguiente:

- a. El estudiante puede solicitar asesoría al director del Programa o a docentes expertos en la temática que se propone desarrollar para concretar un posible tema y título para el trabajo. El trabajo de grado se puede desarrollar individual o en grupo, máximo de tres personas.
- b. El estudiante debe elegir a un responsable del área, del proyecto o de la empresa como el director de su proyecto. El director debe firmar y enviar una carta de compromiso (ver Apéndice B).
- c. El estudiante debe inscribir el trabajo de grado en la Coordinación de Posgrados y entregar la carta de compromiso firmada por su director.
- d. Una vez concluido su trabajo de grado, debe hacer entrega del informe final a la Dirección del Programa.
- e. El director del Programa envía el documento al evaluador.

3.5.2 Elección del director. El estudiante debe elegir al director de su trabajo de grado. La Dirección de Programa es la única instancia del CESA que aprueba o rechaza la participación del director en el trabajo de grado.

3.5.3 Papel del director. El director es quien acompaña y orienta al estudiante en las diferentes etapas del desarrollo de su trabajo de grado. Se recomienda que sea un profesional experto en la temática de estudio. La Dirección del Programa solo podrá autorizar un máximo de dos trabajos de grado a un director, siempre y cuando este sea un profesor vigente del programa de especialización y por un periodo académico.

3.5.4 Funciones del director. Son funciones del director:

- a. Orientar al estudiante en la elección y precisión del tema para el trabajo de grado.
- b. Recomendar al estudiante que integre los conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos aprendidos durante el Programa.
- c. Supervisar y evaluar el desarrollo del trabajo de grado
- d. Asesorar sobre las referencias bibliográficas y el diseño de los contenidos del informe final.

3.5.5 Cuerpo del informe final. El cuerpo de trabajo estará conformado por:

Preliminares.

1. Presentación.
2. Resultados.
3. Conclusiones.
4. Recomendaciones.

Referencias.

Apéndice.

3.5.6 Componentes del informe final del proyecto de desarrollo. Los componentes del informe final son:

Preliminares. Elementos que anteceden al cuerpo de trabajo o texto del documento:

- i. *Márgenes.* Se recomienda aplicar 3 cm para todos los márgenes.
- ii. *Interlineado, tamaño de letra, alineación, párrafos y otros.* El interlineado para el documento debe ser de 1,5 cm. Se recomienda utilizar un tamaño de letra 12, en fuente Times New Roman. El texto utiliza el estilo de alineación al lado izquierdo. El primer párrafo después de un título no tiene sangría, para los demás sí hay que aplicar la sangría. Todas las páginas se deben numerar en la esquina superior derecha en números arábigos. Los títulos van en mayúsculas y minúsculas, y se organizan en tres niveles. Los niveles 1, 2 y 3 deben numerarse. En el nivel 3 los títulos deben ir con sangría (ver Apéndice C).
- iii. *Portada.* Se incluye el nombre de la institución y el nombre del programa en la parte superior. En la parte media se incluye el título del trabajo de grado con el número de registro asignado por la Coordinación de Posgrados. En la parte inferior se incluyen los nombres y apellidos completos de los autores y la fecha (ver Apéndice A). No se agregan logoisotipos.
- iv. *Páginas de agradecimientos.* Esta sección es opcional. Deben aparecer los nombres de las personas con sus respectivos cargos y los nombres completos de las instituciones y su aporte al trabajo (ver Apéndice C).
- v. *Contenido.* Se presenta una tabla de contenido con los títulos principales (hasta un tercer nivel), y el número de página respectivo (ver Apéndice C).
- vi. *Listas de tablas, gráficos, figuras y apéndices.* Se deben realizar listas de las tablas, los gráficos, las figuras y los apéndices con su respectivo número de página. Son tablas de contenido independientes (ver Apéndice C).

1. *Presentación.* Esta sección contiene una revisión global del tema y su importancia para interesar al lector en el resto del contenido del proyecto de investigación. Incluye el planteamiento del problema y la justificación. Además, tiene una sección donde se describen los objetivos del proyecto, el alcance y el producto final obtenido. Por último, se especifica la organización del resto del documento, mencionando cada uno de los subsecuentes capítulos.
2. *Resultados.* Se hace una descripción exhaustiva del producto final del proyecto. Es la principal parte del documento, dado que en ella se explica el producto final que se logró con su desarrollo. Por lo mismo, los resultados de la investigación deben explicarse de manera detallada. Cada proyecto tiene un perfil diferente dependiendo de su planteamiento del problema.
3. *Conclusiones.* Las conclusiones son la oportunidad para recapitular los resultados más importantes de la investigación. Por eso es esencial que sean claras y precisas. Se debe evitar a toda costa formular conclusiones que no estén sustentadas en el debate previo. Se recomienda que el escritor del documento estructure las conclusiones respondiendo estas dos preguntas: ¿Cuáles fueron las conclusiones más importantes? ¿Qué consecuencias se derivan de los resultados obtenidos? No siempre las conclusiones corresponden a las expectativas iniciales; a menudo, el debate pone de manifiesto limitaciones o excepciones que obligan a replantear, corregir o incluso abandonar la hipótesis de trabajo. Si esto sucede, se debe indicar en las conclusiones.
4. *Recomendaciones.* Con este apartado se cierra el desarrollo del proyecto describiendo las recomendaciones generales que se hacen, después de haber concluido todo el proyecto. También se explica cómo se puede continuar con el desarrollo del producto final y de los resultados del proyecto.

Referencias. Es la descripción y presentación de los recursos de información como monografías, revistas, artículos, series y otros tipos de documentos, organizados según las normas solicitadas en la presente guía.

Apéndice. Son los complementos o suplementos del cuerpo principal del trabajo de grado constituidos por documentos importantes, datos, cuadros, etc. Si el documento tiene más de un apéndice designe cada uno con una letra mayúscula (Apéndice A, Apéndice B, etc.) en el orden en que se menciona en el texto principal. En el texto refiérase a los apéndices así: (ver Apéndice B).

3.5.7 Normas de referenciación. Los estudiantes deben aplicar normas de referencia bibliográfica con la metodología APA. No se aceptarán documentos donde se combinen normas diferentes o su aplicación en el documento sea incompleta.

3.5.8 Entrega del informe final. El estudiante debe hacer entrega de los siguientes documentos a la Dirección de Programa:

- a. Carta del director del trabajo de grado dirigida al director de Programa dando su concepto sobre el informe final.
- b. Documento impreso y argollado.

3.5.9 Evaluación. El estudiante hace entrega del documento final a la Dirección de Programa cumpliendo con los plazos establecidos por la institución para ser sometido a evaluación. El documento será evaluado por un evaluador lector asignado por el CESA.

El director de Programa elige al evaluador, el cual tiene de una a cuatro semanas para expresar por escrito la calificación del informe final. Los criterios de evaluación son los siguientes:

- a. Capacidad de análisis y argumentación.
- b. Cumplimiento de los objetivos.
- c. Contenido de la propuesta.
- d. Cumplimiento con los términos de referencia solicitados.
- e. Edición, redacción y ortografía.

3.5.10 Evaluador. El evaluador es un profesional experto en el área de conocimiento que tiene a cargo la revisión y evaluación de los resultados del documento final. La Dirección de Programa se reserva el derecho de asignar al evaluador del documento.

3.5.11 Concepto del evaluador. El evaluador deberá expresar por escrito las razones que justifiquen la siguiente calificación:

- a. *Aprobado*: cuando el documento cumple con los lineamientos y objetivos propuestos.
- b. *Aplazado*: cuando el documento debe ajustarse a las recomendaciones del evaluador.
- c. *No aprobado*: no cumple con los lineamientos establecidos por la Institución. En este caso, el estudiante debe presentar un nuevo trabajo de grado.

Esta calificación debe comunicarse al interesado y consignarse en la Coordinación de Posgrados del CESA. El evaluador podrá exigir modificaciones al trabajo escrito dando cumplimiento a los criterios expuestos. Si el evaluador considera pertinente otorgar adicionalmente una mención especial al trabajo de grado (laureada o meritoria) puede solicitarlo y sustentarlo a través de un comunicado escrito.

Se le pide al evaluador estudiar el aporte al campo profesional que hace el estudiante a través del trabajo de grado, donde demuestre pensamiento crítico e innovador, y dé respuesta al objeto de estudio del programa.

Si el informe final es *aplazado*, el estudiante debe hacer ajustes al documento y comunicarle a su director el concepto dado por el evaluador lector. Con la información recibida, el director debe emitir una carta al director de Programa del CESA explicando los ajustes realizados por el estudiante de acuerdo con lo expuesto por el evaluador lector y solicitando nuevamente su revisión.

La responsabilidad intelectual del trabajo realizado es del autor. El CESA no se hace responsable de contenidos, pensamientos o ideologías expresadas total o parcialmente en el trabajo presentado por el estudiante.

Una vez sea aprobado el documento final por parte del evaluador, la Dirección de Programa hará entrega al estudiante de una carta que certifica la aprobación de su trabajo de grado. Esta carta deberá ser presentada en la Biblioteca con un CD-ROM que incluya el informe final del trabajo de grado en un archivo con formato PDF. Para que el documento sea aceptado en el Centro de Documentación debe tener el visto bueno de la Dirección de Biblioteca. No se aceptarán documentos impresos.

3.5.12 Entrega del documento aprobado en medio óptico (CD-ROM). Una vez aprobado el informe final, se debe hacer entrega del documento aprobado en medio digital (PDF) grabado en CD-ROM a la Biblioteca teniendo en cuenta lo siguiente:

- a. La etiqueta de presentación tendrá los siguientes elementos: Título del trabajo de grado, autor (es), nombre del director y fecha (ver Apéndice A).
- b. Los apéndices deberán ir incluidos dentro del archivo en PDF.
- c. El CD-ROM utilizado para la presentación del trabajo debe ser nuevo y seguir los estándares del mercado (tamaño normal).
- d. El CD-ROM no debe tener clave de seguridad para recuperar la información.
- e. El estudiante deberá diligenciar los requerimientos pedidos por la Biblioteca con el fin de poder incluir el texto final en el Repositorio Institucional.
- f. La biblioteca será la responsable del almacenamiento, la organización, la recuperación y divulgación de la información presentada en los CD-ROM a través del Repositorio Institucional o sitio web del CESA.

3.6 Modalidad del trabajo de grado: proyecto de investigación

El proyecto de investigación pretende que el estudiante resuelva problemas que buscan generar nuevos conocimientos en determinadas disciplinas. El origen de esta modalidad está en la definición del contexto de la problemática, donde la formulación del problema es el eje central de la experiencia investigativa.

El CESA tiene establecidos dentro de sus lineamientos institucionales dos objetivos estratégicos: a) promover el interés del estudiante por la investigación, y b) fomentar la metodología investigativa.

3.6.1 Requisitos. El estudiante que elija el proyecto de investigación en el CESA será vinculado como asistente de investigación a partir de los siguientes requisitos:

- a. Ser estudiante de posgrado del CESA con matrícula vigente.
- b. No haberse hecho acreedor a sanciones disciplinarias por parte del CESA.
- c. Poseer vocación y habilidades para la comunicación y la investigación.

3.6.2 Procedimiento. El procedimiento que se debe seguir en la elección del trabajo de proyecto de investigación es el siguiente:

- a. El profesor investigador abre convocatoria pública solicitando asistentes de investigación.
- b. La selección de los estudiantes como asistentes de investigación estará a cargo del profesor investigador.
- c. El estudiante será vinculado como asistente de investigación a una línea de investigación.
- d. El profesor investigador debe registrar el proyecto del asistente ante el coordinador de la línea de investigación.
- e. El profesor investigador enviará un comunicado por escrito al director del Programa emitiendo su concepto sobre el desempeño del estudiante una vez

finalice su proceso de investigación. En el comunicado se debe incluir una calificación sobre el desempeño del asistente de investigación en términos de: aprobada o no aprobada.

- f. El profesor investigador debe informar al coordinador de la línea de investigación la finalización del proyecto de investigación.

3.6.3 Papel del profesor investigador. El profesor investigador es quien acompaña y orienta al estudiante en las diferentes etapas del desarrollo de su trabajo de grado.

3.6.4 Funciones del profesor investigador. Son funciones del profesor investigador:

- a. Conducir el desarrollo general y específico del proyecto de investigación.
- b. Ser el único canal para el avance y las modificaciones del proyecto. Esto implica la exigencia para los estudiantes de que cualquier modificación originada en otros académicos debe ser autorizada por el director.
- c. Evaluar los reportes de avance del proyecto de investigación.
- d. Decidir si el alcance y los objetivos del proyecto han quedado satisfechos para dar curso a la presentación del reporte final, siguiendo los lineamientos establecidos por el CESA. De no ser así, el director tiene la potestad de negar la presentación del reporte final.
- e. Verificar que el alumno realice las modificaciones sugeridas.

3.6.5 Funciones del asistente de investigación. Son funciones del asistente de investigación:

- a. Participar activamente en el proceso investigativo a través de conversatorios y generación de producción escrita.

- b. Aplicar las técnicas de identificación, normas y procedimientos para la organización de información en el desarrollo de proyectos disciplinares teóricos y de investigación aplicada.
- c. Asistir cumplidamente a las sesiones ordinarias o extraordinarias que se convoquen.
- d. Cumplir las funciones que le sean delegadas por el investigador principal.
- e. Las demás funciones propias de su cargo.

3.6.6 Cuerpo del informe final. El cuerpo de trabajo estará conformado por:

Preliminares.

1. Presentación.
2. Marco teórico.
3. Metodología.
4. Resultados.
5. Conclusiones.
6. Recomendaciones.

Referencias.

Apéndice.

3.6.7 Componentes del informe final. Los componentes del informe final son:

Preliminares. Elementos que anteceden al cuerpo de trabajo o texto del documento:

- i. *Márgenes.* Se recomienda aplicar 3 cm para todos los márgenes.
- ii. *Interlineado, tamaño de letra, alineación, párrafos y otros.* El interlineado para el documento debe ser de 1,5 cm. Se recomienda utilizar un tamaño de letra 12, fuente Times New Roman. El texto utiliza el estilo de alineación al lado izquierdo. El primer párrafo después de un título no tiene sangría, para los demás sí hay que aplicar la sangría. Todas las páginas se deben numerar en la esquina superior derecha en números arábigos. Los títulos van en

mayúsculas y minúsculas, y se organizan en tres niveles. Los niveles 1, 2 y 3 deben numerarse. En el nivel 3 los títulos deben ir con sangría (ver Apéndice C).

- iii. *Portada*. Se incluye el nombre de la institución y el nombre del programa en la parte superior. En la parte media se incluye el título del trabajo de grado con el número de registro asignado por la Coordinación de Posgrados. En la parte inferior se incluyen los nombres y apellidos completos de los autores y la fecha (ver Apéndice A). No se agregan logoisotipos.
 - iv. *Páginas de agradecimientos*. Esta sección es opcional. Deben aparecer los nombres de las personas con sus respectivos cargos y los nombres completos de las instituciones y su aporte al trabajo (ver Apéndice C).
 - v. *Contenido*. Se presenta una tabla de contenido con los títulos principales (hasta un tercer nivel) y el número de página respectivo (ver Apéndice C).
 - vi. *Listas de tablas, gráficos, figuras y apéndice*. Se deben realizar listas de las tablas, los gráficos, las figuras y los apéndices con su respectivo número de página. Estas deben ser tablas de contenido independientes (ver Apéndice C).
1. *Presentación*. Esta parte contiene una revisión global del tema y su importancia, para interesar al lector en el resto del contenido del proyecto. En ella se incluyen el planteamiento del problema y la justificación. Además, tiene una sección donde se describen los objetivos del proyecto, el alcance y el producto final obtenido. Finalmente, se especifica la organización del resto del documento, mencionando cada uno de los subsecuentes apartados.
 2. *Marco teórico*. En este apartado se describe la literatura consultada y que fundamenta su desarrollo. Según Tamayo y Tamayo (2004), el marco teórico incluye los principios teóricos dentro de los cuales emerge el problema. Es responsabilidad del estudiante contemplar la conceptualización de términos y delimitar el área de investigación a través de la selección de hechos relacionados entre sí. En esta sección se sugieren nuevas alternativas de enfoque para tratar el

problema de investigación. Sumado a lo anterior, en el marco teórico se incluye un compendio de conocimientos existentes en el área que se va a investigar y, además, se expresan las teorías que orientan la investigación. Aquí se deben incluir los siguientes componentes: el marco conceptual, el marco teórico, el marco de referencia y el marco contextual. El *marco conceptual* son las definiciones de conceptos propias y apoyadas en autores. En el *marco teórico* se deben resumir las teorías y los planteamientos de autores, indicando cómo esas teorías forman parte o se manifiestan en el problema que se está investigando. En el *marco de referencia* se debe realizar una revisión bibliográfica sobre publicaciones recientes para ver si se encuentra alguna investigación hecha en otra parte o en otro momento que se parezca a la que el estudiante está haciendo y así examinar sus resultados, con la finalidad de aprovechar esta información para el análisis y la orientación de su investigación. El *marco contextual* es el espacio y el tiempo en el cual se realiza la investigación. El espacio puede ser el país o una zona, como un departamento o un municipio. En el caso de una empresa es necesario especificar si se aborda en su totalidad o una sección determinada. En lo relativo al tiempo, se debe precisar al momento o periodo al cual se hace referencia.

3. *Metodología*. Esta sección se refiere a la descripción de la metodología que se aplicó para la investigación de campo, se deben mencionar las fases o etapas de la elaboración del proyecto, y los limitantes encontrados en el estudio. En algunos estudios que implican trabajo de campo se recomienda que el estudiante describa la población objeto de estudio, cómo se seleccionó, quiénes participaron, qué características relevantes tiene, en qué tipo de institución se realizó, etc. En esta sección van los mismos lineamientos metodológicos tratados en el anteproyecto.
4. *Resultados*. Se hace una descripción exhaustiva del producto final del proyecto. Es la parte principal del documento, dado que en esta se explica el producto final que se logró con su desarrollo. Por lo mismo, los resultados de la investigación deben explicarse de manera detallada. Cada proyecto tiene un perfil diferente dependiendo de su planteamiento del problema. En esta parte se debe dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados.

5. *Conclusiones.* Las conclusiones son la oportunidad para recapitular los resultados más importantes de la investigación. Por eso es esencial que sean claras y precisas. Se debe evitar a toda costa formular conclusiones que no estén sustentadas en el debate previo. Se recomienda que el escritor del documento estructure las conclusiones respondiendo estas dos preguntas: ¿Cuáles fueron las conclusiones más importantes? ¿Qué consecuencias se derivan de los resultados obtenidos? No siempre las conclusiones corresponden a las expectativas iniciales; a menudo, el debate pone de manifiesto limitaciones o excepciones que obligan a replantear, corregir o incluso abandonar la hipótesis de trabajo. Si esto sucede, se debe indicar en las conclusiones.
6. *Recomendaciones.* Con esta sección se cierra el desarrollo del proyecto, describiendo las recomendaciones generales que se hacen, después de haber concluido todo el trabajo. También se explica cómo se puede continuar con el desarrollo del producto final y de los resultados del proyecto.

Referencias. Es la descripción y presentación de diferentes recursos de información como monografías, revistas, artículos, series y otro tipo de documentos, organizados según las normas solicitadas en la presente guía.

Apéndice. Complementos o suplementos del cuerpo principal del trabajo de grado constituidos por documentos importantes, datos, cuadros, etc. Si el documento tiene más de un apéndice, designe cada uno con una letra mayúscula (Apéndice A, Apéndice B, etc.) en el orden en que se menciona en el texto principal. En el texto refiérase a los apéndices así: (ver Apéndice B).

- 3.6.8 Normas de referenciación.** Los estudiantes deben aplicar las normas de referenciación bibliográfica de la American Psychological Association (APA). No se aceptarán documentos donde se combinen normas diferentes o su aplicación en el documento sea incompleta.

3.6.9 Entrega del informe final. El profesor investigador debe hacer entrega de una carta dirigida al director de Programa dando su concepto de evaluación sobre el informe final. El estudiante deberá hacer entrega de un documento final en CD-ROM de acuerdo con los lineamientos establecidos en la presente guía.

3.6.10 Evaluador. El documento será evaluado por el profesor investigador quien dirige el proyecto de investigación presentado y que se encuentre adscrito a una de las líneas de investigación del Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial del CESA.

3.6.11 Concepto del evaluador. El evaluador deberá expresar por escrito las razones que justifiquen la siguiente calificación:

- a. *Aprobado:* cuando el documento cumple con los lineamientos y objetivos propuestos.
- b. *No Aprobado:* cuando no cumple con los lineamientos establecidos por la Institución. En este caso el estudiante debe presentar un nuevo trabajo de grado.

Esta calificación debe comunicarse al interesado y consignarse en la Coordinación de Posgrados del CESA.

La responsabilidad intelectual del trabajo realizado es del autor. El CESA no se hace responsable de contenidos, pensamientos o ideologías expresadas total o parcialmente en el trabajo presentado por el estudiante.

Una vez sea aprobado el documento final por parte del evaluador, la Dirección de Programa hará entrega al estudiante de una carta que certifica la aprobación de su trabajo de grado. Esta carta deberá ser presentada en la Biblioteca con un CD-ROM que incluya el informe final del trabajo de grado en un archivo con formato en PDF. Para que el documento sea aceptado en el Centro de Documentación debe tener el visto bueno de la Dirección de Biblioteca. No se aceptarán documentos impresos.

3.6.12 Entrega del documento aprobado en medio óptico (CD-ROM). Una vez aprobado el informe final, se debe hacer entrega del documento aprobado en medio digital (PDF) grabado en CD-ROM a la Biblioteca teniendo en cuenta lo siguiente:

- a. La etiqueta de presentación tendrá los siguientes elementos: título del trabajo de grado, autor (es), nombre del director y fecha (ver Apéndice A).
- b. Los apéndices deberán ir incluidos dentro del archivo en PDF.
- c. El CD-ROM utilizado para la presentación del trabajo debe ser nuevo y seguir los estándares del mercado (tamaño normal).
- d. El CD-ROM no debe tener clave de seguridad para recuperar la información.
- e. El estudiante deberá diligenciar los requerimientos pedidos por la Biblioteca con el fin de poder incluir el texto final en el Repositorio Institucional.
- f. La Biblioteca será la responsable del almacenamiento, organización, recuperación y divulgación de la información presentada en los CD-ROM a través del Repositorio Institucional o sitio web del CESA.

4. Aplicación de normas de referenciación de la American Psychological Association (APA)²

La siguiente información resume algunos apartes de las Normas de Referenciación Bibliográfica APA. Se recomienda al lector hacer una revisión de la normatividad establecida en el manual de publicaciones APA para completar la información. El estilo APA siempre se caracteriza por dos componentes mínimos en la citación: autor y año.

4.1 Tipología de citas

El estilo APA diferencia las citas en textuales y contextuales (parafraseo). Se explican a continuación:

4.1.1 Citas textuales³. Se clasifican en dos: citas extensas y citas cortas.

- a. *Citas textuales extensas*. Son aquellas citas que superan las 40 palabras. La cita extensa se escribe en un párrafo independiente con un margen izquierdo de 1 cm.

Ejemplo:

De acuerdo con Pipoli y Flores (2006, p. 12):

Para medir el posicionamiento de una marca país es importante incluir a los líderes de opinión, a los turistas, a las empresas públicas y privadas, a las instituciones financieras, a los inversionistas y a los políticos, pues su percepción ayuda a determinar qué tan posicionada está la marca en el público actual y potencial.

² La información ha sido adaptada de APA, sexta edición.

³ No se utilizan notas al pie para referenciar citas en APA. Las notas al pie deberán ser únicamente aclaratorias.

Si la cita es extraída de una página web se presenta así:

La marca país logra hacer visible el marketing territorial, integra los productos, organizaciones e imagen que representa una nación. Al respecto, Cabrera (2010, párr. 13) menciona que:

La marca debe ser una herramienta de conquista de mercados y actitudes hacia un país. Ayuda a reforzar la manera en que el mundo percibe a los ciudadanos, instituciones y productos de ese territorio geográfico a través de atributos positivos. También puede aglutinar el sentimiento de pertenencia a lo interno, de modo que podamos encaminarnos hacia el objetivo común, o mejor, nuestro bien común: el proyecto de nación anhelado.

Tenga en cuenta que bien sea cita extensa o cita corta siempre hay que incluir el número de la página o el número del párrafo donde se encuentra el texto exacto.

- b. ***Citas textuales cortas.*** Son aquellas citas que tienen menos de 40 palabras. La cita corta se incluye dentro del escrito entre comillas. Ejemplo:

El entendimiento de la palabra casuística es de suma importancia para poder comprender el porqué se utilizan los estudios de caso como métodos de enseñanza. De acuerdo con lo anterior, Luis Alberto Rosas (2006, párr. 7) plantea que: “La casuística consiste en recurrir a casos reales o bien elaborados, especialmente para analizar, discutir, debatir y tomar decisiones entre pares (colegas o estudiantes)”.

- c. **Citas de citas.** Cuando se hace referencia a citas mencionadas por otros autores.

Ejemplo de cita de cita en cita extensa:

Yin (1989) citado por Piedad Martínez (2006) plantea que:

El método de estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado, mientras que los métodos cuantitativos solo se centran en información verbal obtenida a través de encuestas por cuestionarios (p. 3).

4.1.2 Citas contextuales. Las citas contextuales son también conocidas como citas indirectas o parafraseo. Se fundamentan en reproducir la idea de un autor con otras palabras. Al utilizar citas contextuales se debe dar crédito al autor y año de publicación.

Ejemplo:

En su libro *The New Green Consumer*, Julia Hailes (2007) plantea cuáles son las características que deben ser consideradas para definir un producto como verde o ecológico. La autora parte de la premisa de que un producto no debe: poner en peligro la salud de las personas y animales, destruir el ambiente en cualquier ciclo de vida del producto, incluyendo fabricación, uso y disponibilidad, y utilizar materias derivadas de especies y entornos ambientales amenazados.

4.1.3 Citas con dos o más autores. Cuando son más de dos autores, se escribe el nombre de uno de los autores seguido de *et al.* (y otros), en letra cursiva.

Ejemplo 1:

Al respecto Kotler *et al.* (2007) identifican tres grandes fuerzas capaces de impactar a las ciudades: el rápido cambio tecnológico, la competencia global y los cambios políticos.

Ejemplo 2:

New York es mundialmente reconocida por ser un centro mundial de finanzas, más del 30% del empleo de la ciudad es generado por el sector financiero. También se caracteriza por la variedad de influencias que recibe a través del comercio, la política, los medios de comunicación, la cultura y el entretenimiento, esto la ha hecho posicionarse como una ciudad global. (Yeandle *et al.*, 2009).

4.2 Diseño de tablas y figuras

Las normas APA reconocen las tablas y las figuras como elementos sustanciales en un texto. Las figuras corresponden a diagramas, gráficas, imágenes, fotografías y mapas. Toda tabla y figura debe ir numerada y con título completo. También debe incluir la fuente bibliográfica que dé crédito de dónde fue obtenida. No se pueden incluir tablas e imágenes obtenidas de Internet o escaneadas porque eso implica solicitar autorización del autor para utilizarla. Por este motivo, un escritor debe editar las tablas y las figuras de su documento. Los títulos de las tablas y figuras se ubican en la parte superior. Toda tabla o figura debe tener en la parte inferior la fuente de donde fue obtenida. Las tablas reproducidas de otra fuente deben presentar, debajo de la tabla, la referencia completa

del autor original, aunque se trate de una adaptación. El tamaño de la letra para títulos y notas es 10.

Ejemplo de Tabla:

Tabla 1. Posicionamiento de la marca ciudad según Anholt City Brands Index (2006-2009)

Posición	2006	2007	2008	2009
1	Sidney	Sidney	Londres	París
2	Londres	Londres	París	Sidney
3	París	París	Sidney	Londres
4	Roma	Nueva York	Nueva York	Roma
5	Nueva York	Roma	Roma	Nueva York

Nota: Adaptado de “The Anholt-GfK Roper City Brands Index”, por S. Anholt, 2009, Journal of Branding, p.2

Ejemplo de Figura:

Figura 1. Niveles del marketing de lugares



Figura 1. Los tres niveles del marketing de lugares. Adaptado de “Marketing places. Atraccting investment, industry and tourism to cities, states and nations”, por Kotler, P., Haider, D., & Rein, I., 1993, p. 34

Referencias

- American Psychological Association (2010). *Manual de Publicaciones*. Washington: Editorial Manual Moderno.
- Anholt, S. (2009). *The Anholt-GfK Roper City Brands Index*. GfK Roper Public Affairs & Media.
- Cabrera, J. (15 de mayo de 2010). *En busca de la "marca-país"*. Recuperado el 9 de marzo de 2011, de Hoy Digital: <http://www.hoy.com.do/negocios/2010/5/15/325848/print>
- Hailes, J. (2007). *The New Green Consumer Guide*. Sydney: Simon & Schuster Ltd.
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). *Marketing places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New York: The Free Press.
- Kotler, P., Haider, D., Gertner, D. y Rein, I. (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos. Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica*. México: Pearson.
- Martínez, P. C. (2006). El método de estudio de caso. *Revista Pensamiento y Gestión*, 20, 165-193.
- Pipoli, G. y Flores, A. (2006). Los productos bandera como componente estratégico del diseño de la marca país Perú. (U. d. pacífico, Ed.) *Revista Punto de equilibrio*, 89.
- Rosas, L. A. (noviembre de 2006). *La casuística como recurso didáctico*. Recuperado el 12 de marzo de 2008, de <http://www.talentosparalavida.com/aula36.asp>
- Tamayo, M. T. (2004). *El proceso de investigación científica*. México: Limusa.
- Yeandle, M., Horne, J., Danev, N., & Knapp, A. (2009, March). *The Global Financial Centres Index*. Retrieved November 12, 2010, from City of London: <http://www.zyen.com/PDF/GFCI5.pdf>

Apéndice A. Portada

**Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA
Especialización en Mercadeo Estratégico**

[Título principal]

Trabajo de grado - [Agregar número de registro]

Por:

[Primer Nombre] [Segundo Nombre] [Primer Apellido] [Segundo Apellido]

[Día] de [Mes] de [Año]

Apéndice B. Formato Carta de Compromiso del Director del Trabajo de Grado

Bogotá, [día] de [mes] de [año]

Doctora
Lina María Echeverri Cañas
Directora
Especialización en Mercadeo Estratégico
Colegio de Estudios Superiores de Administración
Calle 35 # 6-16
Bogotá

Por medio de la presente carta le comunico que [el o los] estudiante[s] [Nombres y apellidos completos del estudiante] se encuentra desarrollando su trabajo de grado titulado: “[Título del proyecto]”, y que he recibido información de ustedes acerca de los requisitos que el CESA exige en estos trabajos, los cuales he leído y conozco.

Me es grato informarle que tengo suficiente experiencia en el tema referido, lo que me permite aceptar el cargo de director del trabajo de grado. Dispongo del tiempo suficiente para conducir el trabajo de grado mencionado y hacerle el acompañamiento necesario para que sea concluido satisfactoriamente. Comparto la preocupación del CESA en cuanto a asegurar que los trabajos de grado que presenten sus estudiantes sean originales e inéditos, y puedo garantizar que, bajo mi dirección, el trabajo de grado referido cumplirá esos requisitos. En cuanto a los aspectos de fondo de este trabajo, acepto compartir con el estudiante la responsabilidad por el nivel académico del mismo. De acuerdo con lo anteriormente mencionado, acepto las siguientes funciones como director del trabajo de grado:

- a. Conducir el desarrollo general y específico del trabajo de grado.
- b. Ser el único canal para el avance y las modificaciones al proyecto. Esto implica la exigencia para los estudiantes de que cualquier modificación al proyecto originada en otros académicos debe ser autorizada por el director.
- c. Evaluar los reportes de avance del trabajo de grado.
- d. Decidir si el alcance y los objetivos del trabajo de grado han quedado satisfechos para dar curso a la presentación del reporte final, siguiendo los lineamientos establecidos por el CESA. De no ser así, el director tiene la potestad de negar la presentación del reporte final.
- e. Verificar que el alumno realice las modificaciones sugeridas por el evaluador lector.

Atentamente,

[Agregar firma]

[Agregar nombres y apellidos del Director]

[Agregar dirección del contacto]

[Agregar teléfonos del contacto]

[Agregar correo electrónico del contacto]

Apéndice C. Guía para los preliminares

Agradecimientos

} 2 interlíneas

Quiero agradecer a mis padres, a mis profesores, al CESA por guiarme en el camino de la vida y apoyarme en el desarrollo de mi proyecto de grado. Sin su confianza no hubiese finalizado un trabajo de investigación que ha requerido de mi mayor esfuerzo.

Gracias madre por tenerme la paciencia de siempre. Gracias padre por tus consejos constantes. Gracias a mis profesores por valorar mi esfuerzo y dedicación durante mi especialización.

Contenido

} 2 interlíneas

	Pág.
1. Presentación	4
2. Marco teórico	8
3. Metodología	21
4. Resultados	27
Referencias	72

Lista de tablas

} 2 interlíneas

	Pág.
Tabla 1. Distribución porcentual de las compras	35
Tabla 2. Volumen de ventas	44
Tabla 3. Tipos de mercados	51
Tabla 4. Participación de los socios	54
Tabla 5. Ingresos por ventas anuales (2005-2008)	64

Lista de figuras

} 2 interlíneas

	Pág.
Figura 1. Distribución porcentual en canal	38
Figura 2. Estructura organizacional	47
Figura 3. Proceso productivo en la planta norte	60

Lista de Apéndices

} 2 interlíneas

	Pág.
Apéndice A. Listado de proveedores	75
Apéndice B. Competidores locales	76
Apéndice C. Análisis de la competencia global	78

1. Presentación

4

} 2 interlíneas

Hoy en día los consumidores están siendo más selectivos al momento de comprar. Este comportamiento afecta directamente a las empresas, dado que estas deben aumentar sus esfuerzos para ofrecer mejores productos o servicios que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

Alrededor de todo el mundo se han realizado miles de estudios sobre las marcas y sobre las estrategias que se deben desarrollar para generar valor a partir de estas.

2. Marco teórico

8

} 2 interlíneas

2.1 Relevancia de la marca

} 1 interlínea

La relevancia de marca es para el cliente, ocurre cuando se manifiestan dos condiciones, la primera es que hay una necesidad percibida por el cliente por una categoría de producto, y que la marca se encuentre entre el conjunto considerado por los clientes como relevante (Aaker, 2005).

Sin embargo, lo más importante no es que una marca se considere relevante, se necesita que esta relevancia sea constante en los clientes, es decir, que el consumidor considere que la categoría o subcategoría de una marca esté supliendo las necesidades del consumidor, y que ese nivel de satisfacción no lo va a encontrar en otras marcas.

La estrategia de marca es la que permite diferenciar y estructurar las marcas, ya sean propias o adquiridas por alianza; donde se deba asignar a cada marca papeles claros para que permitan que la estrategia del negocio crezca.

} 2 interlíneas

2.2 Cartera de marca

La cartera de marca contiene a todas las marcas gestionadas por la organización, incluyendo a las marcas madres, respaldadoras, submarcas, marca diferenciador, co-marcas, marca energizante y aquellas marcas corporativas, aunque puedan parecer durmientes (Aaker, 2005).

} 2 interlíneas

Sangría { **2.2.1 Agregación de marcas.** Una parte clave de la cartera consiste en el punto de si se debe o no agregar nuevas marcas a una cartera de marcas, esta decisión la debe tomar con un estudio previo, porque esta o estas nuevas marcas van a permitir que los objetivos de la empresa se cumplan o no se cumplan.