



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN 2020

El objetivo de la presente guía es proporcionar a los estudiantes de articulación fundamentos necesarios que les permita desarrollar su proyecto de grado.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Deberá ser redactado en forma clara, precisa y completa. Indicar el tema central que se va a investigar o las unidades de medición (variables), lugar en que se desarrollo y el tiempo de ejecución.

RESUMEN

Exposición breve y precisa del contenido básico de la investigación, con la inclusión de la metodología utilizada, los resultados obtenidos y las conclusiones relevantes, no debe superar las 250 palabras. En la parte de debajo del resumen se enlistan las palabras claves que son categorías para clasificar los documentos según las temáticas de investigación. Por lo anterior, al igual que la introducción es lo último que se realiza.

INTRODUCCIÓN

Incluye la descripción del problema, justificación, objetivos, alcances y limitaciones de la investigación. La organización de la introducción no debe contener subtítulos.

1. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO

Los objetivos indican cuáles son las metas a alcanzar: a qué resultados se quiere llegar. Deben expresarse en forma concisa, clara, y empiezan con un verbo en infinitivo, es decir, el verbo debe terminar en AR, ER O IR (Analizar, desarrollar, describir, etc.). Los objetivos deben responder a un QUÉ, POR QUÉ Y PARA QUÉ.

1.1 OBJETIVOS GENERALES

Expresan el propósito central del proyecto.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se derivan del objetivo general y lo concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlo. Son cuantificables, medibles mediante indicadores y directamente verificables.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Definir un problema es caracterizarlo, precisarlo, enmarcarlo teóricamente. Generalmente un trabajo de investigación cualitativo describe el problema o la necesidad a resolver y lleva un interrogante de investigación. Para ello, hay que documentarse para obtener el mayor número de datos posibles.

3. JUSTIFICACIÓN

Explica de forma convincente las razones del por qué y para qué se va a realizar el plan de negocios. Sin perder de vista el interrogante o la pregunta que se intenta resolver.



En la justificación se sugiere que se de respuesta a las siguientes preguntas:

Trascendencia - ¿A quién afecta? ¿Qué tan importante es el problema?

Magnitud - ¿Qué tan grande es?

Vulnerabilidad - ¿Qué tan posible es resolverlo?

Factibilidad – Desde su ámbito de competencia ¿Qué tanto se puede modificar?

4. MARCO REFERENCIAL

Es una recopilación breve y concisa de conceptos, teorías y reglamentación que se relacionan directamente con el desarrollo del tema y del problema de investigación. “Es el conjunto de elementos conceptuales (teorías, leyes, principios, categorías, axiomas, modelos...) que se refieren de forma directa al problema de investigación y que define, explica los elementos relacionados con el proyecto.” (Cubillos, 2004)

5. DISEÑO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 TIPO DE DISEÑO

5.2 METODOLOGÍA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

5.2.1 Población y muestra

5.2.2 variables

5.2.3 Instrumentos para la recolección de la información

5.3 RESULTADOS Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

6. CONCLUSIONES

Presentación de los resultados fundamentales teniendo en cuenta el marco referencial y la metodología.

7. RECOMENDACIONES

Grupo de propuestas y recomendaciones que se plantean con relación al problema en estudio, incluyendo posibles aplicaciones, mejoras, etc.

8. BIBLIOGRAFÍA

Listado de las fuentes documentales citadas teniendo en cuenta las normas APA

9. ANEXOS

“EL PROYECTO DEBE SER REALIZADO TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS APA”