



**Resolución N° 58
11 DE ENERO DE 2011**

Por medio del cual se reforma el Reglamento de Trabajo de Grado

LA Rectora de la Institución Universitaria Latina Unilatina

En uso de sus atribuciones estatutarias y

CONSIDERANDO

Que el literal I del artículo 34 de los estatutos de la institución faculta al rector para expedir y reformar reglamentos de la Institución.

RESUELVE

Reformar el Reglamento de Trabajo de Grado, el cual quedara del siguiente tenor.

CAPITULO I DEFINICIÓN Y TIPOS.

1. Definición: El trabajo de grado es el componente teórico práctico necesario para completar la formación en cada uno de los ciclos propedéuticos.

Tipos de trabajos de grado: Para el ciclo tecnológico el trabajo de grado consiste en la formulación, planeación y ejecución de un proyecto de planificación de empresas. Para el ciclo profesional el trabajo de grado es el resultado de una investigación aplicada a una empresa, se fundamenta en las asignaturas de seminario de investigación I y II y se consolida con una MONOGRAFÍA, que es el trabajo de investigación escrito sobre un tema específico; puede presentar diversos niveles de profundidad descriptiva y ser requisito para optar al título en estudios de pregrado.

Los estudiantes de los programas de Dirección y Producción de Radio y Televisión y Publicidad, deberán presentar además de su trabajo de grado un producto que represente las competencias propias de su formación, como puede ser cualquier pieza publicitaria relevante a su proyecto de planificación como el manual de imagen corporativa o parte de una campaña publicitaria para el programa de publicidad y para el de Dirección y Producción de Radio y Televisión, un producto audiovisual pertinente a su trabajo de grado como es un comercial, cortometraje o reel.

1.1 El seminario de Planificación de Empresas es una asignatura obligatoria que permite preparar el trabajo de grado para que los estudiantes puedan optar por el título de tecnólogo otorgado por Unilatina e integra los módulos de idea del producto, mercado, aspectos técnicos y financieros, aspectos legales y organizativos, plan de financiación, promoción y fase pre operativa.



El seminario se cursará desde el primer semestre de la carrera, durante cinco semestres de acuerdo con el plan de asignatura correspondiente y constituye la primera etapa para el desarrollo del trabajo de grado.

El producto final del Seminario es un proyecto empresarial que integra los cinco módulos y ha recibido la orientación de cada uno de los cinco profesores que han liderado los módulos de planificación de empresas y que ha sido sustentado ante un jurado.

El trabajo de grado de cada estudiante se sustentará ante un grupo de jurados (mínimo dos, máximo tres) quienes serán asignados por la Coordinadora Académica de la Institución.

1.2 Sustentaciones: se señalará en el correspondiente cronograma de grados, de manera clara y perentoria el periodo de tiempo en el que durante el semestre se llevaran a cabo las sustentaciones de los proyectos, de manera independiente se fijará la fecha y hora para cada uno de los trabajos de grado, la misma será publicada a través de la pagina web de la Universidad y se notificará con la debida antelación, llevándose acabo en el lugar que se señale en su oportunidad. En el curso de la sustentación, el estudiante hará, *durante 30 minutos*, una presentación de su proyecto apoyándose en las ayudas audiovisuales que requiera. Seguidamente, los miembros del jurado, harán las observaciones que consideren del caso y se acordará el resultado de la sustentación en términos de aprobado, aprobado con ajustes, o rechazado.

1.3 La aprobación del proyecto de trabajo de grado deberá quedar consignada en un formulario ("*Formato de Evaluación de la sustentación de proyectos de grado DO-FO-014*") que será archivado en la hoja de vida del estudiante.

1.4 En caso de condicionar la aprobación del proyecto de trabajo de grado a unos ajustes, los miembros del jurado deberán especificar en el Formato de Evaluación de la sustentación de proyectos de grado (DO-FO-014), los cambios que sean necesarios, para obtener la aprobación definitiva. Una copia de este documento deberá ser entregada al Director del Programa correspondiente. La sustentación del proyecto ya reformado, tendrá lugar dentro del plazo acordado por el Jurado.

1.5 Por recomendación de los miembros del jurado dirigida al Consejo Académico de la Institución, los trabajos de grado podrán recibir una mención de honor, en los términos de aceptable, meritorio o excelente.



CAPITULO II. INSCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE GRADO.

2.1 Inscripción: El estudiante del ciclo tecnológico una vez haya terminado el primer módulo de Seminario de Planificación de Empresas, deberá inscribir el proyecto de grado en las oficinas del Centro de Consultoría Empresarial, en los períodos señalados para tal fin.

Los estudiantes del ciclo profesional, deberán inscribir el anteproyecto de trabajo de grado en la Oficina de Registro y Control al terminar el seminario de investigación I. Entendiéndose el anteproyecto como el documento en el que se identifica y precisa la idea que constituye el núcleo del problema de investigación. Permite argumentar y determinar la factibilidad del trabajo.

El anteproyecto de trabajo de grado debe incluir: Título, formulación del problema. Justificación, objetivos generales y específicos, marcos de referencias (Teórico, histórico y conceptual), diseño metodológico, recursos disponibles (materiales, institucionales y financieros), cronograma y bibliografía.

2.2 Una vez cursados y aprobados los cinco seminarios de Planificación de Empresas, el estudiante deberá inscribir la asignatura seminario de grado, materia que no implica carga económica para el estudiante y tendrá asignados cero créditos académicos. El alumno deberá asistir a las 16 sesiones que implica esta asignatura con cada uno de los profesores de las planificaciones de empresas con el objetivo de investigar y profundizar en cada una de las temáticas de los cinco módulos.

2.3 El estudiante iniciará la preparación final de su trabajo de grado, empezando con la consejería académica realizada por el Director de Programa correspondiente, en la que por medio del formato de registro de trabajo de grado, este funcionario autorizara el registro del proyecto en la Oficina de Registro y Control y en Coordinación Académica.

Inscrito el trabajo de grado los aspirantes deberán:

- a. Realizar de manera obligatoria las correcciones al trabajo de grado, indicadas por los profesores de planificación de empresas, para continuar con el trámite.
- b. Las actividades señaladas se realizarán de acuerdo con el calendario expedido, publicado y notificado para tal efecto.

2.4 El profesor de planificación de empresas correspondiente consignará en el formato de revisión de trabajos de grado (DO-FO-O15), las observaciones y correcciones que considere deberán realizarse al trabajo de grado.

2.5 Podrán asesorar los trabajos de grado:
Profesores de Planta o de cátedra



Profesores de otras Universidades y
Excepcionalmente profesionales con preparación idónea, o que ocupen cargos relevantes al tema propuesto por el estudiante (funcionarios públicos, miembros de organizaciones gremiales o empresarios).

2.6 No podrán ejercer la asesoría de trabajos de grado quienes tengan con el estudiante relación laboral alguna, exceptuando las relaciones que tengan por objeto la investigación académica. Tampoco podrán hacerlo quienes tengan con el estudiante relación de parentesco dentro de los grados usualmente utilizados como impedimento en la legislación colombiana.

CAPITULO III. JURADO DE TRABAJO DE GRADO.

3.1 Los trabajos de grado serán presentados y sustentados, en las fechas señaladas para tal efecto él en correspondiente cronograma ante un grupo de jurados, el cual cumplirá con los siguientes objetivos:

- a. Realizar la evaluación del trabajo de grado.
- b. Ayudar con sus opiniones a orientar el desarrollo futuro del trabajo de grado.
- c. Emitir su concepto y comentarios en la sustentación final.

3.2 El Coordinador Académico designará a los jurados de cada trabajo de grado. Podrán ser jurado de los trabajos de grado:

- a. Profesores de planta o de cátedra;
- b. Profesores de otras Universidades y
- c. Excepcionalmente profesionales con preparación idónea, o que ocupen cargos relevantes al tema propuesto por el estudiante.

3.4 No podrán ser jurados de trabajos de grado quienes tengan con el estudiante relación laboral alguna, exceptuando las relaciones que tengan por objeto la investigación académica. Tampoco podrán serlo quienes tengan con el estudiante relación de parentesco dentro de los grados usualmente utilizados como impedimento en la legislación colombiana.

CAPITULO IV. EL TRABAJO DE GRADO.

LOS OBJETIVOS.

4.1 Son objetivos del trabajo de grado:

- a. Hacer un aporte al desarrollo empresarial del país.
- b. Tener una empresa funcionando.



- c. Adquirir las competencias propias para conocer todos los aspectos necesarios para el establecimiento de una empresa.
- d. Realizar una intervención a un área de la empresa que implique mejoras en beneficio de la misma.

4.2. Como consta en el reglamento estudiantil de Unilatina, el estudiante dispondrá de dos años contados a partir de la culminación de materias, para terminar y sustentar su trabajo de grado. De sobrepasar ese lapso de tiempo, deberá tomar un semestre de actualización para cursar mínimo nueve (9) y máximo doce (12) créditos. En este caso dispondrá de un semestre académico adicional para titularse.

4.3 No se aceptará la elaboración de proyectos colectivos. Los proyectos son individuales.

4.4 Durante el curso de las diferentes planificaciones, un estudiante podrá cambiar de proyecto, siempre y cuando realice la actualización metodológica del nuevo proyecto y sea aprobada la modificación por el Centro de Consultoría Empresarial.

4.5 El propósito principal de trabajo de grado es que el estudiante, al culminar su seminario de Planificación de Empresas, demuestre su capacidad de concebir, organizar, gestionar y desarrollar una empresa, haciendo uso de las herramientas conceptuales y prácticas adquiridas en el curso de su carrera y aplicadas durante desarrollo del seminario de Planificación de Empresas.

CAPITULO V.

DE LA FERIA EMPRESARIAL.

5.1 El reglamento Estudiantil de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA, establece en su artículo 33 literal d como requisito previo al grado en el ciclo tecnológico, "d. Haber participado en dos ferias empresariales."

UNILATINA organiza una feria empresarial por semestre para los estudiantes que habiendo cursado la Planificación de Empresas III, deseen participar en la feria empresarial de acuerdo con las modalidades siguientes:

- a. Mediante la exhibición de una muestra de los productos o prototipos, o la propuesta de sus servicios en un stand organizado y atendido por el estudiante en la fecha y horas previamente definidas.
- b. Por una sola vez, cuando se encuentra en la etapa de formulación del proyecto, mediante un póster o afiche de 1m x 0.70 cmts. mínimo, en el que hará la presentación clara del conjunto de su proyecto.



- c. Los estudiantes deberán inscribir su proyecto en las fechas que indique el cronograma correspondiente, con el fin de separar el espacio requerido para la exhibición.
- d. La coordinación de la feria está a cargo de la Dirección de Bienestar Estudiantil, la cual expedirá el certificado de participación a cada estudiante.
- e. Los estudiantes deben entregar el soporte de asistencia mencionado en el literal anterior, en la oficina de Registro y Control para la respectiva inscripción en su historial académico dentro de los tres días siguientes al recibo de la certificación. Después de este plazo, no se admitirían reclamos.

5.2 Premio al Mejor Empresario Unilatino.

Unilatina con el fin de consolidar la formación empresarial y estimular la capacidad empresarial de sus estudiantes, ha creado un premio especial para el mejor proyecto desarrollado y en ejecución, el cual será otorgado por un jurado que examinará los proyectos postulados y presentados en dos ferias consecutivas, así:

- a. El estudiante debe haber cursado y aprobado las cinco planificaciones.
- b. El proyecto empresarial debe cumplir con la metodología establecida y desarrollada en el seminario de planificación de empresas.
- c. El proyecto debe estar en su etapa operativa y demostrar la originalidad y la sostenibilidad.
- d. El estudiante deberá sustentar su proyecto de grado y obtener su título dentro del año siguiente a la obtención del premio.
- e. El proyecto deberá haberse presentado en dos ferias consecutivas.
- f. El proyecto ganador será presentado por el estudiante en el Encuentro Empresarial que se realice en Unilatina U.L School Business. Los gastos de transporte y estadía durante los días del encuentro serán por cuenta de Unilatina.

ANEXO 1.

PRESENTACIÓN DEL SEMINARIO DE PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS.

El capítulo I del reglamento de grados de Unilatina está dedicado a señalar el objetivo del seminario de planificación de empresas, así:

El seminario de Planificación de Empresas que permite preparar el trabajo de grado es una asignatura obligatoria para que los estudiantes puedan optar por el título de tecnólogo otorgado por Unilatina.

El seminario se cursará desde el primer semestre de la carrera, durante cinco semestres de acuerdo con el plan de asignatura correspondiente y constituye la primera etapa para el desarrollo del trabajo de grado.



De esta manera la Planificación de Empresas no es un curso tradicional, sino un seminario en el que el profesor responsable de cada una de las partes vela por el desarrollo progresivo y coherente de cada uno de los trabajos de los estudiantes mediante la conceptualización, orientación y asesoría sobre los temas indicativos de cada etapa.

De la misma manera, en todas y cada una de las asignaturas del plan general de estudios de cada programa, los estudiantes deben elaborar un producto libre que es un trabajo que se realiza de manera autónoma, con el propósito de desarrollar las capacidades más relevantes de su proyecto personal de vida y ejercitar su atrevimiento creativo o capacidad ejecutiva, sobre una parte o la totalidad del contenido de la materia, orientado por el profesor y que puede tratarse ya sea de: Análisis de la información, Investigación, monografía, sondeo, práctica empresarial, asesoría empresarial, simulación u otro propuesto por el profesor o alumno.

Cada una de las fases del seminario que se cursa en un semestre tiene la siguiente secuencia:

1. DE LA IDEA AL PRODUCTO

El primer módulo tiene como objetivo lograr que el estudiante logre definir el producto, productos, servicio o servicios que van a ser el tema de su proyecto. Después de explicar y dar a conocer el punto principal del reglamento del trabajo de grado, se organizarán sesiones de motivación, sensibilización y de lluvia de ideas para finalizar con la primera aproximación a la idea de proyecto. Luego viene una etapa de estudio, análisis y evaluación general y exhaustiva del producto o servicio que se va a estudiar y a concretar finalmente. Este primer capítulo debe terminarse con un documento que contenga los temas tratados en especial la descripción general de la idea del producto o servicio y que hace parte de la primera carpeta del documento final. Así, cada profesor tendrá en cuenta como parte de la nota final, la evaluación del contenido de cada carpeta.

2. EL MERCADO

Una vez conocido y definido el producto o servicio se procederá con el estudio de mercado aplicando las mejores técnicas y utilizando las herramientas adecuadas para tener un conocimiento completo del mismo y poder elaborar enseguida el plan de mercadeo. Obteniéndose así una idea del tamaño del mercado, de los precios que se van a practicar y de las estrategias de comercialización. La segunda carpeta deberá contener entre otros el documento relativo al estudio del mercado y al plan de mercadeo.

3. LOS ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

En esta parte se entrarán a analizar detalladamente todo lo relacionado de cómo hacer, fabricar, desarrollar el producto o prestar el servicio definido.



Requerimientos de insumos, materias primas, muebles y equipos, procedimientos, mano de obra, tecnología, infraestructura física y recursos humanos. Con esta información se procederá a cuantificar su costo unitario y se establecerán los datos básicos para elaborar las proyecciones financieras, los balances provisionales para determinar su rentabilidad. Se tendrán en cuenta igualmente temas como el impacto ambiental y una primera aproximación al mapa de riesgos de la empresa.

Se diligenciará en esta parte la documentación: formularios y soportes para la obtención de un crédito para creadores de empresa todo lo cual hará parte de la tercera carpeta.

4. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS

Una vez aclarados y determinados los puntos anteriores se procederá a definir la forma jurídica de la empresa, los estatutos y procedimientos legales que más le convengan de acuerdo con la forma y estrategia de promoción y financiación del proyecto. La estructura y las funciones acorde con el producto, servicio y tamaño de la empresa. La carpeta contendrá así mismo las minutas y el anexo que contemplen los pasos necesarios para obtener la legalización de la empresa con toda la documentación reglamentaria.

5. PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PREOPERATIVA.

Cómo se va a capitalizar la empresa y cuáles son los recursos financieros y el plan financiero para el desarrollo de la misma. Finalmente cuáles y cómo se darán los primeros pasos antes de entrar en la ejecución general del proyecto empresarial, a través de un plan de acción a corto plazo, que defina la puesta en marcha de la empresa.

Con el fin de estructurar progresivamente el trabajo final, una vez elaboradas y sistematizadas las notas, documentos y archivos en cada una de las carpetas realizadas de cada parte y compiladas por temas y capítulos para facilitar la redacción, análisis y elaboración del documento definitivo de la empresa.

ANEXO 2.

PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS.

TEMARIO DE CADA MODULO SEMESTRAL.

PLANIFICACIÓN I.

DE LA IDEA AL PRODUCTO.

1. MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA DE EMPRESA.

- El promotor o promotores
 - a. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.
 - b. Factores sociales: la familia, los estudios, la experiencia.



- c. Factores económicos.
- d. Factores tecnológicos
- Análisis de las ideas preliminares
 - a. Ventajas.
 - b. Inconvenientes.
 - c. Conocimiento y experiencias.
 - d. Justificación de la idea
- Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar.
- Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios

2. ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O SERVICIO A DESARROLLAR.

- Antecedentes.
- Análisis DOFA.
- Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución, complementariedad.
- Evaluación natural del entorno:
Factores Políticos y legales

Factores Económicos, Sociales y demográficos

Análisis de riesgos

PLANIFICACIÓN II. EL MERCADO.

1. ESTUDIO DEL MERCADO.

Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán.

Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.

- Definición y descripción
- Usos y usuarios: definición de la clientela potencial.
- Factores de competencia.
- Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico.
- Proveedores internos y externos.
- Estacionalidad del mercadeo.
- Poder de compra.
- Rango de precios o tarifas.
- Comportamiento de la clientela.
- Ciclo de vida del producto.
- Zonas o áreas potenciales del mercado.

2. PLAN DE MERCADEO.

- Tipología del mercado.
- Diferenciación del pto o servicio.



- Políticas de precios o tarifas
- Estrategias de ventas.
- Distribución y mercadeo.
- Promoción y publicidad.

- Estrategias de comunicación.

PLANIFICACIÓN III.

ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.

1. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.

- Requerimientos técnicos, tecnológicos y científicos.
- Planes generales.
- Mano de obra directa.
- Localización de la planta o actividad económica.
- Precisión de inversiones y gastos iniciales.

2. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

- Gastos pre operativos.
- Gastos generales
- Inversiones iniciales
- Costos directos
 - a. Plan Financiero
 - b. Tesorería Previsional y flujo de caja
 - c. P&G Previsional
 - d. Factibilidad Financiera
 - e. Criterios de Evaluación: TIR, VAN
 - f. Análisis de sensibilidad
 - g. Consideraciones sobre el impacto ambiental
 - h. Introducción al mapa de riesgos
 - i. Solicitud de crédito para creadores de empresa

PLANIFICACIÓN IV.

ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.

1. Factores para determinar el tipo de persona jurídica.
2. Estímulos, subvenciones, apoyos a la creación de empresa y el empleo régimen fiscal, reglamentación de la actividad.
3. Criterios para establecer el marco legal.
4. Promotores, socios, e inversionistas.
5. Formación del capital.
6. Riesgo patrimonial.
7. Estrategias de crecimiento.
8. Procedimiento para la legalización
 - Requisitos y documentos



- De las Personas
- De los contenidos

PLANIFICACIÓN V.

PROMOCIÓN, FINANCIACIÓN Y OPERACIÓN.

- 1. RECURSOS FINANCIEROS.**
 - Recursos propios vs. Inversionistas, socios y asociados
 - Créditos y préstamos: apalancamiento financiero
 - Fuentes de subvenciones, ayudas y fondos concursales
 - Identificación de fuentes de cooperación

- 2. PLAN PREOPERATIVO –PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA.**
 - Cronograma de actividades
 - Recursos físicos, humanos, técnicos y financieros iniciales.

La presente resolución rige a partir de la fecha de la misma y deroga cualquier forma que le sea contraria.


NELLY TERESA BAUTISTA MOLLER
Rectora