

REGLAMENTO DE TESIS DE MBA Executive

CAPITULO I. INTRODUCCION

Artículo 1: El MBA Executive de MATERIABIZ – ITAE, tiene por objeto brindar una formación superior en negocios. La formación incluye la realización de un trabajo individual de tesis, bajo la supervisión de un director de tesis, y culmina con la defensa de la tesis ante un comité académico conformado por docentes de la Escuela de Negocios MATERIABIZ y de ITAE Escuela de Negocios.

Artículo 2: La Tesis debe demostrar destreza en el manejo conceptual y metodológico correspondiente al estado actual del conocimiento en negocios. El trabajo de tesis deberá estar orientado a la aplicación del Modelo de Palancas de Empresas Sustentables a su empresa, emprendimiento o proyecto.

Artículo 3: Se procurará que la tesis contenga elementos o identifique en su texto aspectos como los siguientes:

- i. Presentación de datos objetivos, coherentes y consistentes, y argumentos que deben estar fundados, más un enfoque propio que refleja la originalidad.
- ii. Manejo adecuado de las metodologías de producción del conocimiento de cada área de negocios, disponiendo los datos y argumentos de forma ordenada y dentro de un contexto lógico.
- iii. Uso de técnicas apropiadas para los métodos seleccionados.
- iv. Presentación de resultados en el marco de un dominio multidisciplinario de negocios.
- v. Demostración de la capacidad para expresarse adecuadamente en forma escrita y oral.

Artículo 4: El propósito del trabajo de Tesis es lograr que el participante desarrolle habilidades y capacidades académicas tales como las siguientes:

- i. Identificar y diagnosticar problemas específicos dentro de su negocio, evidenciando una actitud crítica.
- ii. Proponer soluciones viables, a través de la sistematización, integración y aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios con un sustento teórico relevante.
- iii. Analizar críticamente y ponderar tanto la información a su alcance, como los recursos, métodos, técnicas y/o modelos para llegar creativamente a la mejor solución de un problema o reto en su área específica de conocimiento o para crear un producto nuevo.
- iv. Expresar su estudio o investigación por escrito, con la claridad y los requerimientos formales propios del programa.

Artículo 5: .El participante deberá elevar su Proyecto de Tesis al Director de Tesis al finalizar su plan de estudios. Esta presentación deberá indicar:

- i. Empresa, emprendimiento o proyecto seleccionado

- ii. plan sintético, con los objetivos del Plan de Negocios, problemas detectados, hipótesis y resultados esperados

Artículo 6: El candidato tendrá plazo hasta el día 15 de Diciembre de 2014 para la presentación final de la Tesis.

CAPITULO II. DE LOS DIRECTORES DE TESIS

Artículo 7: Podrán ser Directores de Tesis los profesores Titulares o Asociados de la Escuela de Negocios MATERIABIZ o de ITAE Escuela de Negocios que acrediten antecedentes académicos suficientes.

Sus funciones serán:

- a) Asesorar y orientar a los alumnos en la elaboración de su Tesis
- b) Evaluar periódicamente el desarrollo de la investigación
- c) Presentar un informe final al Director Académico, evaluando la investigación efectuada, la calidad del trabajo y la significación de la Tesis
- d) Participar durante la defensa oral y pública de la Tesis, con voz pero sin voto
- e) Requerir al participante lo que razonablemente necesite para la dirección y el control del trabajo.

Artículo 8: Para proceder a la presentación de la versión final del trabajo de Tesis, el aspirante deberá contar con la autorización por escrito de su Director de Tesis, quien lo elevará al Director Académico.

Artículo 9: El Director Académico recibirá la presentación de la tesis una vez finalizada y la someterá a la aprobación del Director General de la Escuela de Negocios MATERIABIZ. En esta instancia podrán designar un Comité Académico Evaluador ad hoc, si fuera necesario

A partir de la fecha de esa presentación, el Director Académico deberá comunicar al cursante la aceptación o el rechazo parcial o total de su trabajo. En caso de aceptación la elevará al Jurado. En caso de no ser aceptada realizará un informe justificando su decisión y la entregará al Director de Tesis y al participante, para su revisión.

CAPITULO III. DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y PUBLICACIÓN DE LA TESIS

Artículo 10: El participante sólo podrá hacer conocer total o parcialmente su tesis como tesis correspondiente al MBA Executiva de MATERIABIZ – ITAE después de que haya sido aprobada de acuerdo con la normativa vigente en dicha institución

Artículo 11: El uso o aprovechamiento académico de una tesis por terceros estará restringido por la observancia de las normas de manejo bibliográfico y documental en los términos éticos de aceptación internacional y regulaciones de la propiedad industrial y de los derechos de autor.

Artículo 12: En los casos de plagio o ejecución por terceros de tesis, publicaciones, productos de investigación o trabajos académicos, descubiertos antes o después de la evaluación de la defensa de la Tesis, se considerará reprobado el Trabajo de Tesis, se calificará con 0 (cero) y se procederá conforme lo estipulado en las Normas

Académicas de la Escuela de Negocios MATERIABIZ e ITAE Escuela de Negocios. El participante en cuestión estará sujeto a las posibles acciones civiles y penales a que hubiere lugar.

Artículo 13: Un ejemplar de cada Tesis aprobada será incorporado obligatoriamente a la colección de la Biblioteca de la Escuela de Negocios MATERIABIZ e ITAE Escuela de Negocios.

Artículo 14: Las instituciones podrán optar por la publicación o la incorporación de la Tesis de Maestría aprobada en su página Web, con la autorización del autor y de su Director de Tesis. Si el autor resolviera publicar su tesis, total o parcialmente, por otros medios, deberá constar obligatoriamente que fue realizada en la Escuela de Negocios MATERIABIZ e ITAE Escuela de Negocios.

CAPITULO IV. DE LA EVALUACIÓN

Artículo 15. Los criterios para evaluar las Tesis de Maestría se referirán a la profundidad y actualidad del conocimiento, la bibliografía manejada, la destreza en el manejo conceptual y la capacidad del participante de llevar a la práctica su propuesta,

CAPITULO V. DE LOS REQUISITOS Y ACTUACIÓN DEL JURADO

Artículo 16: Para poder presentar la tesis el participante debe haber realizado y cumplido todos los requisitos del primer año del Programa Aplicado de Gestión de Empresas y haber abonado el derecho de titulación.

Artículo 17: El Jurado será propuesto por la Dirección Académica, para su designación por el Director General de la Escuela de Negocios debiendo estar constituido por tres profesores o investigadores que acrediten iguales requisitos que los de los Directores de Tesis y competencia suficiente en el tema de la tesis

Artículo 18: La integración del Tribunal será comunicada al alumno por el Director Académico

Artículo 19: La aceptación de la Tesis por todos los miembros del Tribunal es requisito ineludible para que el participante acceda a la instancia de la defensa de la tesis.

Artículo 20: La defensa de la tesis será pública y oral. Se realizará ante los tres miembros del Jurado durante el mes de septiembre, en fecha que oportunamente fijará y comunicará la Dirección Académica.

Artículo 21: La Tesis escrita será evaluada para su aprobación o desaprobación por los tres miembros titulares del jurado o, en su defecto, sus suplentes, quienes recibirán para eso un ejemplar de la misma. Dispondrán de un plazo no mayor de 60 (sesenta) días para expedirse. Podrán proponer modificaciones o ampliaciones a la misma, las que deberán ser consideradas por los alumnos, para ser sometidas nuevamente a evaluación. En este caso los alumnos disponen de un máximo de seis (6) meses para presentar la nueva versión, disponiendo el Jurado de un plazo de hasta sesenta (60) días para expedirse nuevamente.

Si el alumno es desaprobado nuevamente, el Jurado podrá indicar que el alumno desarrolle otro trabajo, luego de seleccionar un nuevo tema

Artículo 22: El dictamen del Jurado será remitido al Director Académico en un plazo no mayor de 15 (quince) días.

Artículo 23: Se labrará un acta con el dictamen del Jurado, que será fundamentado e inapelable, en la que constará la aprobación, postergación o desaprobación.

CAPITULO VI. DE LA CALIFICACIÓN

Artículo 24: Las tesis y su defensa oral serán calificadas según la siguiente escala:

- Desaprobado
- Aprobado (7)
- Aprobado Distinguido (8 a 9)
- Aprobado Sobresaliente (10)

CAPÍTULO VII. DEL FORMATO Y ORGANIZACIÓN DE LA TESIS

Artículo 25: La tesis deberá estar compuesta de las siguientes partes:

1. Título. Deberá ser conciso sin dejar de describir el contenido con precisión. El título aparece en las portadas que se describen en el siguiente punto.
2. Hojas preliminares. Estas hojas se enumeran correlativamente en caracteres romanos y algunas son optativas. Ellas son:
 - a. *Dedicatoria* (optativa).
 - b. *Agradecimientos* (optativos).
 - c. *Índice General*. Este título irá en mayúsculas, sin subrayar, en la parte superior y al centro de la página.
 - d. *Índice de Cuadros*. Este título irá en mayúsculas, sin subrayar, en la parte superior y al centro de la página.
 - e. *Índice de Figuras*. Este título irá en mayúsculas, sin subrayar, en la parte superior y al centro de la página.
 - f. *Declaración*. Se deberá incluir el siguiente texto, a modo de certificación firmada por el candidato
 - i. *"Declaro que el material incluido en esta tesis es, a mi mejor saber y entender, original, producto de mi propio trabajo (salvo en la medida en que se identifique explícitamente las contribuciones de otros), y que este material no lo he presentado, en forma parcial o total, como una tesis en ésta u otra institución."*
 - g. *Abreviaturas*.
3. Resumen Ejecutivo. Este apartado tiene la finalidad de oficiar como resumen de la oportunidad y despertar el interés del lector, brindando una visión general del negocio, sus proyecciones y la forma en la que va a ser llevado a la práctica. Se constituye en un elemento de "venta" del proyecto, y deberá contemplar:
 - a. *Visión y objetivos:* cuando y con qué fines fue creada la empresa, cual es su posicionamiento actual, y cual es valor que agrega a sus clientes y la comunidad. Plantear su visión de futuro, incluyendo además los

objetivos a corto, mediano y largo plazo, no solo en palabras sino también en forma cuantitativa, de ser posible.

- b. Descripción y fundamentos de la necesidad: deben plantearse las necesidades concretas, de acuerdo a los objetivos propuestos, pudiendo ser una o una combinación de los siguientes ítems:
 - i. Financiamiento (capital o deuda)
 - ii. Tecnología
 - iii. Management
 - iv. Apertura o desarrollo de mercado

Este punto debe ser definido de forma concreta y clara, cuantificando el capital requerido y los plazos de integración, así como los otros requerimientos para llevar adelante el proyecto.

4. Introducción. Aquí se incluye:
 - a. La presentación del problema objeto de la tesis, el cual deberá ser expuesto críticamente así como las cuestiones que se planteen.
 - b. Los antecedentes existentes, expuestos y comentados con la máxima claridad.
 - c. El objetivo perseguido descripto explícita y justificadamente.
 - d. Las hipótesis planteadas.
 - e. Los glosarios o definiciones de terminología o abreviaturas, si fuera necesario.
 - f. A partir de la primera página de la Introducción, las hojas se numeran con números arábigos en el ángulo superior derecho.

5. Cuerpo de la tesis. Es la parte central de los logros del trabajo. El texto debe ser redactado ordenada, lógica y claramente, con una presentación que capte el interés del lector, y debe contener los siguientes capítulos:

- a. MERCADO
 - i. Historia: debe plasmarse una breve historia del nacimiento y evolución del mercado en estudio. Cómo ha crecido, cómo ha cambiado teniendo en cuenta las variables del entorno (políticas, sociales, económicas, tecnológicas, ambientales, legales, culturales, etc)
 - ii. Análisis de la demanda: debe contener una breve descripción de la naturaleza de nuestro cliente actual y potencial, incluyendo tendencias y hábitos de compras. Algunos de los interrogantes a responder son: ¿Quién es el cliente actual y potencial? ¿Dónde está y cómo llegar a él? ¿Está comprando nuestro producto o le compra a la competencia? ¿Cómo hacer para captarlo? Si no nos está comprando, ¿por qué?
 - iii. Análisis de la oferta: explicitar, preferentemente con gráficos, la estructura del mercado, detalle de los competidores y posición relativa dentro del mismo. Agregar toda la información relevante al respecto. Exportaciones / importaciones. Efecto de la apertura

económica en su sector. Indicar quienes son los competidores directos, indirectos, su participación relativa de mercado y la fuente de sus ventajas competitivas.

- iv. Situación actual y perspectivas: delinear tendencias en el comportamiento de las variables del entorno, la industria y el mercado, identificando el impacto que las mismas podrán tener en el mercado a corto, mediano o largo plazo. Incluir argumentos o presunciones sólidamente fundadas.

b. LA EMPRESA.

- i. Breve reseña histórica: mostrar la evolución desde el nacimiento hasta la actualidad, indicando los hitos más importantes.
- ii. Estructura Societaria: Informar la distribución del paquete accionario y el perfil de los accionistas (breve CV). Cambios de titularidad.
- iii. Productos: describir la actividad y líneas de productos o servicios: Su participación relativa en el mix de ventas. Su contribución marginal y aporte a la rentabilidad de la empresa.
- iv. Cadena de valor: Indicar como se conforma la cadena de valor de la empresa (proveedor, compras, producción, distribución, ventas, etc). Aspectos del manejo comercial. Promoción y publicidad. Explicar la estrategia y como combina los cuatro factores de la mezcla comercial: Producto – Precio – Distribución – Promoción y Publicidad
- v. Aspectos productivos y tecnológicos: cómo es el proceso para obtener su producto o servicio. El lay out de planta y el grado de tecnología y adhesión a normas internacionales de calidad y seguridad, así como de aprovechamiento de la capacidad productiva.
- vi. Organización y Management: incluir un listado de las tareas y cargos importantes dentro de su empresa. Detalle quienes las cumplen en la actualidad, incluyendo su formación y capacitación profesional. Grafique cómo cree que es hoy en día la organización formal de su empresa y cuáles son los problemas que Ud. detecta al respecto. Mencionar si tiene algún tipo de asesoramiento externo.
- vii. Aspectos relacionados con el medio ambiente: describir la influencia actual y potencial de estos aspectos en relación a su empresa, así como el grado de adecuación a las normas vigentes (categorización de empresas, certificado de amplitud ambiental).
- viii. Factores claves de éxito: analizar las fortalezas y debilidades y las acciones a seguir para profundizar las primeras y atenuar las segundas. Detecte los factores críticos en las que su negocio no puede fallar para asegurar su continuidad.
- ix. Estrategia: describir el camino elegido para mantener o crear una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.
- x. Potencial de crecimiento del negocio y su mercado: estimar las pautas de crecimiento del mercado y de su propio negocio, a la luz de la estrategia elegida.

c. INFORMACION ECONOMICO - FINANCIERA

- i. Información histórica: incluir datos de los dos últimos balances de la empresa con los principales índices económicos financieros.
- ii. Proyecciones: es fundamental un análisis de la evolución financiera proyectada. Es prioritario visualizar con la mayor certeza posible la evolución proyectada del retorno de la Inversión.
- iii. Detalle de los presupuestos y condicionamientos sobre los cuales elaboró sus proyecciones financieras, por ejemplo: Estabilidad del tipo de cambio, Continuidad de la apertura económica, Estabilidad político institucional, etc. Una adecuada exposición de los mismos ayudará a medir los eventuales riesgos

Tenga presente que las cifras que ponga en sus proyecciones financieras deben ser consistentes con la información aportada, y deben realizarse sensibilidades de las variables clave del flujo de fondos.

- d. RIESGOS Y ESCENARIOS: deberá construir escenarios pesimistas, optimistas y esperados, identificando los potenciales riesgos y formas de mitigación previstas.

Artículo 27: La tesis podrá tener una extensión aproximada de 70 a 100 páginas impresa en hojas tamaño A 4, escritas a doble espacio, en tipografía Arial 11. Los cuadros y figuras deben tener leyendas y/o títulos autoexplicativos.

Al pie de una tabla o figura se incluirá la referencia de la fuente de donde se tomó la información o algunas de sus partes específicas, o bien, en su caso, la indicación de que se trata de "elaboración propia". Se reconocerán como figuras a los elementos tales como: gráficos, diagramas, mapas, croquis, planos, dibujos, fotografías o cualesquiera otros tipos de representaciones gráficas

Se hará una lista alfabética, por autor y año, de todas las fuentes de referencia citadas en la Introducción y en el Cuerpo de la tesis. no omitiendo ninguna obra utilizada por más parcialmente que se lo haya hecho. Todas las citas en el texto deben tener su correspondencia en la "Lista de referencias bibliográficas" al final del trabajo. Esta lista debe incluir, además de la referencia a los documentos citados en el texto, aquéllos no citados pero que conciernen directamente al tema tratado y los estudios de interés general del área de trabajo. En todos los casos deben incluirse solamente los documentos que se hayan leído o consultado. No incorporar a la lista los títulos que se conocen sólo de nombre.

Artículo 28: El aspirante entregará su tesis en soporte informático y un original, y dos copias debidamente encuadradas a su Director, mediante nota escrita, quien a su vez los elevará al Director Académico, junto con su carta de aval a la presentación. El ejemplar original quedará en la Escuela de Negocios para consulta y exposición, una copia se entregará al Jurado y un ejemplar se devolverá al alumno, con las firmas de su Director de Tesis y del Director Académico.