

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

POR LA CUAL SE APRUEBA LA MODIFICACIÓN Y AMPLIACIÓN DEL REGLAMENTO GENERAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLARRICA DEL ESPÍRITU SANTO. -----

Villarrica del Espíritu Santo, 29 de julio de 2022. -

Visto: La Sesión Extraordinaria N° 4 del Consejo Superior Universitario de fecha 29 de julio de 2022, y: -----

Considerando: Que, en la citada sesión del Consejo Superior Universitario, en el punto 5 del Orden del Día se dispuso: *“Estudio y consideración para la modificación y modificación del Art. 432 y 450 del Reglamento General de la UNVES, para la inclusión del Inciso E) Proyecto de Inversión de Negocios e Inciso F) Plan de Negocios con enfoque Contable, conforme a la propuesta presentada por la Facultad de Ciencias Económicas”*. -----

Que, el Consejo Superior Universitario en la Sesión de la fecha indicada precedentemente ha estudiado y debatido las propuestas de modificación del Reglamento General de la UNVES, conforme a la propuesta presentada por la citada Unidad Académica, y por unanimidad de los miembros presentes, deciden aprobar la misma. -----

Que, la Ley N° 3315/2007 *“Carta Orgánica de la UNVES”*, en su artículo 1º, dispone: *“La Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo es una Institución de derecho público, autónoma, con personería jurídica (...)”*. -----

Que, en tanto el artículo 14º del mismo cuerpo legal, dispone: *“Son deberes y atribuciones del Consejo Superior Universitario”* inciso a) *“ejercer la Jurisdicción Superior Universitaria”* inciso j) *“dictar el Reglamento General de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo”*. -----

POR TANTO, en base a las consideraciones que anteceden, las disposiciones contenidas en el artículo 14 de la Ley 3315/2007 Carta Orgánica de la UNVES, el Consejo Superior Universitario de la UNVES, en uso de sus atribuciones legales: -----

RESUELVE:

Artículo 1. **APROBAR** la modificación y ampliación del Art. 432 y 450 del Reglamento General de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, incluyendo el inciso E) Proyecto de Inversión de Negocios e Inciso F) Plan de Negocios con enfoque Contable, así como sus respectivos indicadores de evaluación, conforme al Anexo de la presente resolución. ---

Artículo 2. **COMUNICAR** a quienes corresponda y cumplido archivar. -----


Prof. Mag. LUZ MARÍA BENÍTEZ
Secretaría General

Secretario del Consejo Superior Universitario




Prof. Mag. SIMÓN BENÍTEZ ORTIZ
Rector

Presidente del Consejo Superior Universitario

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

Art. 432. El contenido del TFG estará basado en las siguientes estructuras, según modalidad:

E) PROYECTO DE INVERSIÓN DE NEGOCIOS

Tapa dura

1. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho
2. Nombre de la Universidad
3. Nombre de la Facultad
4. Título de la Investigación
5. Investigador
6. Nombre del Tutor
7. Año, mes, lugar

PARTE PRE-TEXTUAL

Portada

1. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho
2. Nombre de la Universidad
3. Nombre de la Facultad
4. Grado para el cual se presenta la investigación
5. Título de la Investigación
6. Investigador
7. Nombre del Tutor.
8. Año – Mes – Lugar

Hoja de Aprobación

Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria

Índice (de acuerdo a lo que corresponda)

Índice de Contenidos

Índice de Tablas

Índice de Gráficos

Índice de Figuras

B-) PARTE TEXTUAL

1- Resumen Ejecutivo

- 1.1. Concepto del negocio
- 1.2. Productos y servicios
- 1.3. Segmento de clientes
- 1.4. Inversión
- 1.5. Rentabilidad
- 1.6. Recuperación de la inversión

2- Descripción del Proyecto

- 2.1. Idea de Negocio
- 2.2. Origen de la idea del negocio
- 2.3. Propósito de la empresa

3- Estudio de Mercado

- 3.1. Descripción del Producto
 - 3.1.1. Definición del producto
 - 3.1.2. Características y Beneficios del producto
 - 3.1.3. Ventajas competitivas
- 3.2. Área de Influencia
 - 3.2.1. Segmentación del Mercado
 - 3.2.2. Características del área de mercado


Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General
UNVES




Prof. MSc. Simón Benítez Ortiz

Resolución Consejo Superior Universitario Nº 118/2022. –

- 3.3. Análisis de la Demanda
 - 3.3.1. Determinación de la demanda
 - 3.3.2. Proyección de la demanda
- 3.4. Análisis de la Oferta
 - 3.4.1. Determinación de la oferta
 - 3.4.2. Proyección de la oferta
 - 3.4.3. Demanda Insatisfecha
 - 3.4.4. Determinación de la demanda insatisfecha
- 3.5. Análisis del entorno
 - 3.5.1. Micro entorno (empresa, clientes, proveedores y competidores)
 - 3.5.2. Macro entorno (económico, demográfico, tecnológico, político-legal y cultural)
- 3.6. Implementación del Estudio de mercado
 - 3.6.1. Objetivos del estudio de mercado
 - 3.6.2. Metodología de investigación.
 - 3.6.3. Tipo de investigación.
 - 3.6.4. Diseño de investigación.
 - 3.6.5. Técnicas e instrumentos.
 - 3.6.6. Población y muestra.
 - 3.6.7. Recolección de datos
 - 3.6.8. Presentación y análisis de los datos
 - 3.6.9. Conclusiones del estudio
- 4. Plan de Marketing
 - 4.1. Análisis de Marketing (Producto, precio, plaza y promoción)
 - 4.2. Estrategias de Marketing.
- 5. Plan Estratégico
 - 5.1. Misión y visión de la empresa
 - 5.2. Valores de la empresa
 - 5.3. Objetivos
 - 5.4. Las fuerzas competitivas
 - 5.4.1. Poder de negociación de los clientes
 - 5.4.2. Poder de negociación de los proveedores
 - 5.4.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes
 - 5.4.4. Amenaza de nuevos productos sustitutos
 - 5.4.5. Rivalidad entre competidores
 - 5.5. Estrategia empresarial
 - 5.5.1. Ventajas competitivas. Habilidades distintivas
 - 5.5.2. Análisis interno y externo (FODA)
 - 5.6. Aspectos legales
 - 5.6.1. Constitución legal de la empresa (unipersonal, sociedad, otros)
 - 5.6.2. Proceso para la legalización de la empresa (documentaciones requeridas)
 - 5.6.3. Habilitación impositiva (hacienda, municipalidad, otros)
 - 5.6.4. Registro de marca
- 6. Estudio Técnico
 - 6.1. Ubicación. Fundamental
 - 6.2. Infraestructura requerida (construcciones, alquileres, distribución de espacios)
 - 6.3. Maquinarias, equipamientos y herramientas requeridos
 - 6.4. Controles o normas de calidad/seguridad

Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaria General
UNVES



Prof. MSc. Simón Benítez Ortíz
Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

7. Plan administrativo
 - 7.1. Organigrama de la estructura organizacional de la Empresa
 - 7.2. Requerimiento de Recursos humanos necesarios.
 - 7.3. Perfil de los puestos
 - 7.4. Manual de funciones
 - 7.5. Manual de procedimientos
 8. Plan Económico y Financiero
 - 8.1. Presupuesto de la inversión (Gastos, Costos)
(habilitaciones, infraestructura, maquinarias, mobiliarios, equipos informáticos, materia prima, recursos humanos, plan de marketing)
 - 8.2. Financiamiento de la inversión (propio o externos)
 - 8.3. Ingresos proyectados a 5 años
 - 8.4. Costos proyectados a 5 años
 - 8.5. Resultados proyectados a 5 años
 - 8.6. Punto de equilibrio proyectado a 5 años
 - 8.7. Flujo de fondos proyectados
 - 8.7.1. Valor Actual Neto (VAN)
 - 8.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)
 9. Conclusión y recomendación
 10. Bibliografía
 11. Anexos
- Observación. El formato debe estar ajustado a las Normas APA en su última versión.

F) PLAN DE NEGOCIO CON ENFOQUE CONTABLE

Tapa dura

1. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho
2. Nombre de la Universidad
3. Nombre de la Facultad
4. Título de la Investigación
5. Investigador
6. Nombre del Tutor
7. Año, mes, lugar

PARTE PRE-TEXTUAL

1. Portada
 2. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho
 3. Nombre de la Universidad
 4. Nombre de la Facultad
 5. Grado para el cual se presenta la investigación
 6. Título de la Investigación
 7. Investigador
 8. Nombre del Tutor.
- Año – Mes – Lugar

Hoja de Aprobación

Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria

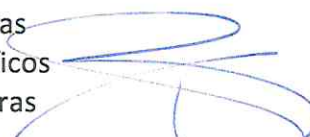
Índice

Índice de Contenidos

Índice de Tablas

Índice de Gráficos

Índice de Figuras


Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General
UNVES




Prof. MSt. Simón Benítez Ortiz
Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

PARTE TEXTUAL

1- Resumen Ejecutivo

- 1.1. Descripción de la Empresa (nombre de negocio, tipo de empresa ubicación o dirección)
- 1.2. Objetivos específicos de la empresa
- 1.3. Aspectos legales necesario para la creación de una empresa, rubrica de libros contables, matricula del comerciante, etc.
- 1.4. Misión, visión y valores de la empresa.

2- Estudio de Mercado

- 2.1. Descripción del Producto
 - 2.1.1. Definición del producto
 - 2.1.2. Características y Beneficios del producto
 - 2.1.3. Ventajas competitivas
- 2.2. Área de Influencia
 - 2.2.1. Segmentación del Mercado
 - 2.2.2. Características del área de mercado
- 2.3. Análisis de la Demanda
 - 2.3.1. Determinación de la demanda
 - 2.3.2. Proyección de la demanda
- 2.4. Análisis de la Oferta
 - 2.4.1. Determinación de la oferta
 - 2.4.2. Proyección de la oferta
 - 2.4.3. Demanda Insatisfecha
 - 2.4.4. Determinación de la demanda insatisfecha
- 2.5. Análisis del entorno
 - 2.5.1. Micro entorno (empresa, clientes, proveedores y competidores)
 - 2.5.2. Macro entorno (económico, demográfico, tecnológico, político-legal y cultural)

3. Plan de Marketing

- 3.1. Análisis de Marketing (Producto, precio, plaza y promoción)
- 3.2. Estrategias de Marketing.

4. Plan Estratégico

- 4.1. Misión y visión de la empresa
- 4.2. Valores de la empresa
- 4.3. Objetivos de la empresa

5. Aspectos legales

- 5.1. Constitución legal de la empresa (unipersonal, sociedad, otros)
- 5.2. Proceso para la legalización de la empresa (documentaciones requeridas)
- 5.3. Habilitación impositiva (hacienda, municipalidad, otros)
- 5.4. Registro de marca
- 5.5. Inscripción en el Instituto de Previsión Social (I.P.S)
- 5.6. Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo

6. Plan administrativo

- 6.1. Organigrama de la estructura organizacional de la Empresa
- 6.2. Requerimiento de Recursos humanos necesarios.


7. Estudio de Inversión y Financiamiento

7.1. Activos Fijos

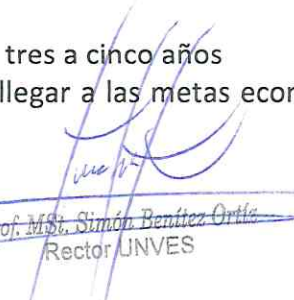
7.1. Activos Intangibles

- 7.1. Pronostico de desarrollo y crecimiento para los próximos tres a cinco años

- 7.1. Estrategias y herramientas que se planean utilizar para llegar a las metas económicas y al desarrollo financiero.

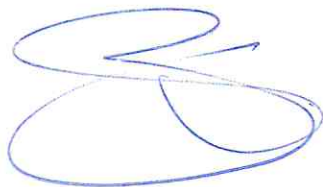

Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General
UNVES




Prof. MSc. Simón Benítez Ortíz
Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

8. Práctica Profesional de los registros contables.
 - 8.1. Definición del sistema contable a utilizar
 - 8.1.1. Plan de cuentas
 - 8.2. Borrador de operaciones
 - 8.2.1. Registro de Operaciones de un Ejercicio Económico (12 meses, empresas unipersonales, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas u otras)
 - 8.2.2. Contribuyente con obligación del IVA General y IRE General.
 - 8.3. Registros en libros obligatorios
 - 8.3.1. Registro en el Libro Inventario
 - 8.3.2. Registro en el Libro Diario
 - 8.3.3. Registro en el Libro Mayor
 - 8.3.4. Registro en el Libro de IVA Compras
 - 8.3.5. Registro en el Libro de IVA Ventas
 - 8.3.6. Registro en Libros Laborales.
 - 8.4. Estados Financieros
 - 8.4.1. Balance General
 - 8.4.2. Estado de Resultado
 - 8.4.3. Estado de Flujo de Efectivo
 - 8.4.4. Estado de Variación del Patrimonio Neto
 - 8.5. Información Contable
 - 8.5.1. Cuadro de Depreciación
 - 8.5.2. Ratios Financieros y Dictamen sobre los resultados.
9. Conclusiones y Recomendaciones
10. Bibliografía
11. Anexos



Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General
UNVES



Prof. MSt. Simón Benítez Ortíz
Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

Art. 450. Los miembros de la mesa examinadora tendrán en cuenta los criterios de evaluación que se definen claramente en el formato de cada modalidad que a continuación se despliega:

Indicadores de Evaluación - Proyecto de Inversión de Negocio		
I. INFORME FINAL DEL TFG. (60 puntos)	Puntos Asignados	Puntos Logrados
Aspecto formal (Sistema APA)		
1. Sangría	1	
2. Paginación y Márgenes	1	
4. Espaciado y tipo de letra	1	
5. Papel tamaño carta	1	
Tapa dura		
1. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho	1	
2. Nombre de la Universidad		
3. Nombre de la Facultad		
4. Título de la Investigación		
5. Investigador		
6. Nombre del Tutor		
7. Año, mes, lugar		
A- PARTE PRE-TEXTUAL		
Portada		
1. Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho	1	
2. Nombre de la Universidad		
3. Nombre de la Facultad		
4. Grado para el cual se presenta la investigación		
5. Título de la Investigación		
6. Investigador		
7. Nombre del Tutor.		
8. Año – Mes – Lugar		
Hoja de Aprobación		
Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria		
Índices (de acuerdo a lo que corresponda)		
Índice de Contenidos	1	
Índice de Tablas		
Índice de Gráficos		
Índice de Figuras		
B-) PARTE TEXTUAL		
1- Resumen Ejecutivo		
1.1. Concepto del negocio	3	
1.2. Productos y servicios		
1.3. Segmento de clientes		
1.4. Inversión		
1.5. Rentabilidad		
1.6. Recuperación de la inversión		
2- Descripción del Proyecto		
2.1. Idea de Negocio	2	
2.2. Origen de la idea del negocio		
2.3. Propósito de la empresa		
3- Estudio de Mercado		
3.1. Descripción del Producto		
3.1.1. Definición del producto	1	
3.1.2. Características y Beneficios del producto	1	
3.1.3. Ventajas competitivas	1	
3.2. Área de Influencia		
3.2.1. Segmentación del Mercado	1	
3.2.2. Características del área de mercado	1	

Resolución Consejo Superior Universitario Nº 118/2022. –

3.3. Análisis de la Demanda		
3.3.1. Determinación de la demanda	1	
3.3.2. Proyección de la demanda	1	
3.4. Análisis de la Oferta		
3.4.1. Determinación de la oferta	1	
3.4.2. Proyección de la oferta	1	
3.4.3. Demanda Insatisfecha	1	
3.4.4. Determinación de la demanda insatisfecha	1	
3.5. Análisis del entorno		
3.5.1. Micro entorno (empresa, clientes, proveedores y competidores)	2	
3.5.2. Macro entorno (económico, demográfico, tecnológico, político-legal y cultural)	2	
3.6. Implementación del Estudio de mercado		
3.6.1. Objetivos del estudio de mercado	1	
3.6.2. Metodología de investigación.	1	
3.6.3. Tipo de investigación.	1	
3.6.4. Diseño de investigación.	1	
3.6.5. Técnicas e instrumentos.	1	
3.6.6. Población y muestra.	1	
3.6.7. Recolección de datos	1	
3.6.8. Presentación y análisis de los datos	1	
3.6.9. Conclusiones del estudio	1	
4. Plan de Marketing		
4.1. Análisis de Marketing (Producto, precio, promoción y plaza)	2	
4.2. Estrategias de Marketing.	1	
5. Plan Estratégico		
5.1. Misión y visión de la empresa		
5.2. Valores de la empresa	1	
5.3. Objetivos		
5.4. Las fuerzas competitivas		
5.4.1. Poder de negociación de los clientes		
5.4.2. Poder de negociación de los proveedores		
5.4.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes		
5.4.4. Amenaza de nuevos productos sustitutivos		
5.4.5. Rivalidad entre competidores	2	
5.5. Estrategia empresarial	1	
5.5.1. Ventajas competitivas. Habilidades distintivas		
5.5.2. Análisis interno y externo (FODA)	1	
5.6. Aspectos legales		
5.6.1. Constitución legal de la empresa (unipersonal, sociedad, otros)		
5.6.2. Proceso para la legalización de la empresa (documentaciones requeridas)	2	
5.6.3. Habilitación impositiva (hacienda, municipalidad, otros)		
5.6.4. Registro de marca		
6. Estudio Técnico		
6.1. Ubicación. Fundamental		
6.2. Infraestructura requerida (construcciones. alquileres, distribución de espacios)	2	
6.3. Maquinarias, equipamientos y herramientas requeridos		
6.4. Controles o normas de calidad/seguridad		
7. Plan administrativo		
7.1. Organigrama de la estructura organizacional de la Empresa		
7.2. Requerimiento de Recursos humanos necesarios.		
7.3. Perfil de los puestos		
7.4. Manual de funciones		
7.5. Manual de procedimientos	4	

Prof. Lic. Luz María Benítez Domínguez
Secretaria General



Prof. MSt. Simón Benítez Ortiz
Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario Nº 118/2022. –

8. Plan Económico y Financiero		
8.1. Presupuesto de la inversión de Gastos y Costos (habilitaciones, infraestructura, maquinarias, mobiliarios, equipos informáticos, materia prima, recursos humanos, plan de marketing)		
8.2. Financiamiento de la inversión (propio o externos)		
8.3. Ingresos proyectados a 5 años		
8.4. Costos proyectados a 5 años	5	
8.5. Resultados proyectados a 5 años		
8.6. Punto de equilibrio proyectado a 5 años		
8.7. Flujo de fondos proyectados		
8.7.1. Valor Actual Neto (VAN)		
8.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)		
9. Conclusión y recomendación	2	
10. Bibliografía	1	
11. Anexos	1	
TOTAL DE PUNTOS DEFENSA ORAL	60	

II. DEFENSA ORAL DEL TFG (40 puntos)	T.P	Puntos
1-Dominio del tema.	5	
2-Empleo lenguaje técnico, apropiado, correcto y espontáneo.	5	
3-Especifica las teorías que sustentan la investigación y sustenta postura crítica en relación de los autores consultados	3	
4-Presentación del Resumen Ejecutivo	2	
5-Descripción del Proyecto de Inversión	2	
6-Estudio de Mercado		
6.1. Expone los Objetivos del estudio de mercado	1	
6.2. Expone la Metodología de investigación del Estudio de Mercado	1	
6.3. Expone los Tipo de investigación del Estudio de Mercado	1	
6.4. Expone el Diseño de investigación del Estudio de Mercado	1	
6.5. Expone las Técnicas e instrumentos del Estudio de Mercado	1	
6.6. Expone la Población y muestra del Estudio de Mercado	1	
6.7. Explica la Presentación y análisis de los datos (principales hallazgos) del Estudio de Mercado	1	
6.8. Expone las Conclusiones del Estudio de Mercado	1	
7. Presentación del Plan de Marketing	2	
8. Presentación del Plan Estratégico	2	
9. Presentación del Estudio Técnico	2	
10. Presentación del Plan Administrativo	2	
11. Presentación del Plan Financiero	2	
12. Respuestas oportunas y precisas a las preguntas formuladas por los examinadores.		
12.1. Ser breves y directas	1	
12.2. Se expresada con seguridad	1	
12.3. Guardar relación con las preguntas formuladas	1	
12.4. Responde con lenguaje técnico acorde al tema	1	
12.5. Uso de apoyo audiovisual y multimedia	1	
TOTAL DE PUNTOS DEFENSA ORAL	40	

Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General



Prof. MSc. Simón Benítez Ortíz
Rector UNIVES

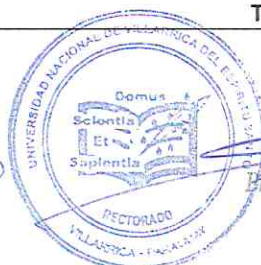
Resolución Consejo Superior Universitario Nº 118/2022. –

Indicadores de Evaluación Plan de Negocio con Enfoque Contable		
I. INFORME FINAL DEL TFG. (60 puntos)	Puntos Asignados	Puntos Logrados
Aspecto formal (Sistema APA última edición)		
1. Sangría	1	
2. Paginación y Márgenes	1	
4. Espaciado y tipo de letra	1	
5. Tamaño de Papel según normas APA	1	
Tapa dura		
1- Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho	1	
2- Nombre de la Universidad		
3- Nombre de la Facultad		
4- Título de la Investigación		
5- Investigador (es)		
6- Año - Mes - Lugar		
A- PARTE PRE-TEXTUAL		
Portada		
1- Logo de la Universidad, margen superior izquierdo y de la Facultad, margen superior derecho	1	
2- Nombre de la Universidad		
3- Nombre de la Facultad		
4- Grado para el cual se presenta la investigación		
5- Título de la Investigación		
6- Investigador (es)		
7- Nombre del Tutor.		
8- Año – Mes – Lugar		
Hoja de Aprobación		
Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria		
Índices		
Índice de Contenidos	1	
Índice de Tablas		
Índice de Gráficos		
Índice de Figuras		
B-) PARTE TEXTUAL		
1- Resumen Ejecutivo		
1.1. Descripción de la Empresa	1	
1.2. Objetivos específicos de la empresa	1	
1.3. Aspectos legales necesario para la creación de una empresa	1	
1.4. Misión, visión y valores de la empresa.	1	
2- Estudio de Mercado		
2.1. Descripción del Producto		
2.1.1. Definición del producto	1	
2.1.2. Características y Beneficios del producto	1	
2.1.3. Ventajas competitivas	1	
2.2. Área de Influencia		
2.2.1. Segmentación del Mercado	1	
2.2.2. Características del área de mercado	1	
2.3. Análisis de la Demanda		
2.3.1. Determinación de la demanda	1	
2.3.2. Proyección de la demanda	1	
2.4. Análisis de la Oferta		
2.4.1. Determinación de la oferta	1	
2.4.2. Proyección de la oferta	1	
2.4.3. Demanda Insatisfecha	1	
2.4.4. Determinación de la demanda insatisfecha	1	
2.5. Análisis del Entorno		
2.5.1. Micro entorno (empresa, clientes, proveedores y competidores)	1	
2.5.2. Macro entorno (económico, demográfico, tecnológico, político-legal y cultural)	1	

Resolución Consejo Superior Universitario N° 118/2022. –

3. Plan de Marketing		
3.1. Análisis de Marketing (Producto, precio, promoción y plaza)	2	
3.2. Estrategias de Marketing.	1	
4. Plan Estratégico		
4.1. Misión y Visión de la empresa	2	
4.2. Valores de la empresa		
4.3. Objetivos de la empresa		
5. Aspectos Legales		
5.1. Constitución legal de la empresa (unipersonal, sociedad, otros)	1	
5.2. Proceso para la legalización de la empresa (documentaciones requeridas)	1	
5.3. Habilitación impositiva (hacienda, municipalidad, otros)	1	
5.4. Registro de marca	1	
5.5. Inscripción en el Instituto de Previsión Social (I.P.S)	1	
5.6. Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo	1	
6. Plan Administrativo		
6.1. Organigrama de la estructura organizacional de la Empresa	1	
6.2. Requerimiento de Recursos humanos necesarios.	1	
7. Plan de Inversión y Financiamiento		
7.1. Activos Fijos	1	
7.2. Activos Intangibles	1	
7.3. Pronostico de desarrollo y crecimiento para los próximos tres a cinco años	1	
7.4. Estrategias y herramientas que se planean utilizar para llegar a las metas económicas y al desarrollo financiero.	1	
8. Práctica Profesional de los registros contables.		
8.1. Definición del sistema contable a utilizar		
8.1.1. Plan de cuentas	1	
8.2. Borrador de operaciones		
8.2.1. Registro de Operaciones de un Ejercicio Económico (12 meses, empresas unipersonales, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas u otras)	1	
8.2.2. Contribuyente con obligación del IVA General y IRE General. (Otros)	1	
8.3. Registros en libros obligatorios		
8.3.1. Registro en el Libro Inventario	1	
8.3.2. Registro en el Libro Diario	1	
8.3.3. Registro en el Libro Mayor	1	
8.3.4. Registro en el Libro de IVA Compras	1	
8.3.5. Registro en el Libro de IVA Ventas	1	
8.3.6. Registro en Libros Laborales.	1	
8.4. Estados Financieros		
8.4.1. Balance General	1	
8.4.2. Estado de Resultado	1	
8.4.3. Estado de Flujo de Efectivo	1	
8.4.4. Estado de Variación del Patrimonio Neto	1	
8.5. Información Contable		
8.5.1. Cuadro de Depreciación	1	
8.5.2. Ratios Financieros y Dictamen sobre los resultados.	1	
9. Conclusiones y Recomendaciones	2	
10. Bibliografía	1	
11. Anexos	1	
TOTAL DE PUNTOS	60	


 Prof. Lic. Luz María Benítez
 Secretaria General
 UNVES




 Prof. MSt. Simón Benítez Ortiz
 Rector UNVES

Resolución Consejo Superior Universitario Nº 118/2022. –

II. DEFENSA ORAL DEL TFG (40 puntos)	T.P	Puntos
1-Dominio del tema.	5	
2-Empleo lenguaje técnico, apropiado, correcto y espontáneo.	5	
3-Especifica las teorías que sustentan la investigación y sustenta postura crítica en relación de los autores consultados	4	
4-Presentación del Resumen Ejecutivo	2	
5-Descripción del Proyecto de Inversión	2	
5.1-Estudio de Mercado		
5.1. Descripción del Producto	1	
5.2. Área de Influencia	1	
5.3. Análisis de la Demanda	1	
5.4. Análisis de la Oferta	1	
5.5. Análisis del entorno	1	
5.2. Plan de Marketing	1	
5.3. Plan Estratégico	1	
5.4. Aspectos legales	1	
5.5. Plan administrativo	1	
5.6. Plan de Inversión y Financiamiento	1	
6. Práctica Profesional de los registros contables.		
6.1. Definición del sistema contable a utilizar	1	
6.2. Borrador de operaciones	1	
6.3. Registros en libros obligatorios	1	
6.4. Estados Financieros	1	
8.5. Información Contable	1	
8.6. Conclusiones y Recomendaciones	2	
7-Respuestas oportunas y precisas a las preguntas formuladas por los examinadores.		
7.1. Ser breves y directas	1	
7.2. Se expresada con seguridad	1	
7.3. Guardar relación con las preguntas formuladas	1	
7.4. Responde con lenguaje técnico acorde al tema	1	
7.5. Uso de apoyo audiovisual y multimedia.	1	
TOTAL DE PUNTOS DEFENSA ORAL	40	



Prof. Lic. Luz María Benítez Benítez
Secretaría General
UNVES




Prof. MSt. Simón Benítez Ortiz
Rector UNVES