**CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS**

**VIZCAYA DE LAS AMÉRICAS**

 **CAMPUS PUERTO VALLARTA**



LICENCIATURA EN CONTADURÍA

VIII T / V, ESCOLARIZADO

**P R O T O C O L O**

QUE PARA ASPIRAR A INVESTIGAR EL TEMA:

(El tema constituye la primera delimitación de su idea de investigación, es general. Se recomienda que antes de proponerlo, se realice una investigación superficial previa, de hecho cuanto más conozca de su idea, más seguridad se tendrá para proponer el tema; tampoco es necesario que lea 10 libros completos, se trata de una primera incursión a la literatura; también se recomienda preguntar a expertos en el área de conocimiento respectiva) Ejemplo:

**“Creatividad e innovación empresarial”**

PRESENTA:

(Nombre del alumno) Ejemplo:

**Juan Pérez y Pérez**

ASESORA METODOLÓGICA:

Dra. María Leticia Ortiz Aceves

Puerto Vallarta, Jalisco; 30 de enero del 2015

**TEMA**

(En este apartado se repite el tema de la portada, sin comillas y en arial 12) Ejemplo:

Creatividad e innovación empresarial

1. **TÍTULO PROBABLE**

(Es la primera propuesta de cómo intitulará su futura tesis, constituye la segunda gran delimitación del tema, y aunque lo más probable es que cambie conforme avance en su investigación, se debe delimitar con cierta concisión, por lo que se recomienda contestar a las preguntas: ¿qué? ¿cuándo? y ¿dónde?) Ejemplo

La creatividad y la innovación de las empresas mexicanas, ante los retos de la globalización del nuevo milenio

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**3.1 Problemática**

(En este apartado del planteamiento del problema, debe explicar con sus propias palabras cuál es el problema que encuentra. Imagine que se lo está explicando a un amigo que no estudia Contaduría. La extensión puede ser de una a dos cuartillas) Ejemplo:

En un mundo caracterizado por cambios rápidos, paradójicos y complejos, donde la competitividad y la globalización son un imperativo, las organizaciones cada vez tienen mayor necesidad de enfocar las cuestiones de un modo creativo e innovador. Sin embargo, estudios recientes sobre creatividad e innovación en las organizaciones empresariales muestran que, si bien los directivos expresan una ferviente convicción por la necesidad de personas creativas e innovadoras, y dicen estar comprometidas con la innovación, los resultados indican que tal compromiso se queda sólo en palabras.

Las organizaciones empresariales mexicanas no cuentan con un modelo de selección de personas realmente creativas e innovadoras; lo que trae como consecuencia, que las empresas no sean suficientemente competitivas, ante el reto de la globalización.

Investigadores como Sternberg, Lubart y Kuczmarski, en sus recientes estudios sobre creatividad en las organizaciones, concluyen que la mayoría de los gerentes de alto nivel se atemorizan ante las personas creativas e innovadoras, pues las consideran incómodas y raras.

En el caso del contexto latinoamericano, las organizaciones necesitan una gran dosis de creatividad e innovación que les permita desenvolverse en un ambiente de cambio, competitividad, tecnología e información, si quieren permanecer en el mercado. Por tal motivo, es una necesidad conocer la importancia que los directivos nacionales dan al potencial creativo e innovador en sus organizaciones, como estrategia de desarrollo humano y empresarial integral.

**3.2 Preguntas**

(Debe plantearse algunas preguntas acerca de su problema de investigación) Ejemplo:

1. ¿Consideran los directivos empresariales mexicanos la creatividad y la innovación como un recurso valioso para la competitividad de sus organizaciones?

2. ¿Tienen los directivos empresariales una idea clara de la importancia de la creatividad y la innovación para el éxito de sus organizaciones?

3. ¿Promueven y estimulan los directivos empresariales la creatividad en sus organizaciones?

4. ¿Consideran los trabajadores de las empresas mexicanas tener un ambiente organizacional propicio para desarrollar su potencial creativo e innovador?

**3.3 Justificación**

(En este apartado, debe hacer una argumentación encaminada a “convencer” a un Consejo Tutorial, a una Coordinación, al encargado del área de titulación, o a la autoridad que corresponda, de que el tema que propone es apto para ser abordado en una futura investigación formal llamada: Tesis recepcional. Debe contestarse usted mismo, con la mayor honestidad: ¿En qué medida es importante mi tema? ¿Vale la pena estudiarlo? ¿Qué aportaciones interesantes puede proporcionar a su disciplina? ¿Cuáles son las razones que me han llevado a estudiarlo? ¿Se justificará socialmente el estudio de este tema?, entre otras.) Ejemplo:

Consciente de la importancia que hoy reviste el tema de la creatividad como estrategia para afrontar los nuevos retos en el ambiente de los negocios, el estudio que se pretende emprender tendrá repercusión práctica sobre la actividad empresarial, aportando información valiosa que servirá de material de reflexión y acción sobre el quehacer de nuestros directivos empresariales, y para generar acciones tendientes a promover y practicar la creatividad como una dimensión humana y fundamental, que debe aprovecharse para el desarrollo personal y organizacional, en el contexto de las empresas.

Considero que vale la pena estudiarlo porque es un tema que los doctrinistas no le han dado mucho énfasis, y por ello se han perdido muchas buenas ideas que podrían haberse aportado en otras circunstancias de la empresa.

Lo dicho anteriormente tiene que ver con la razón que me ha llevado a proponer el tema en cuestión, pues en mi práctica profesional he visto cómo los empleados o colaboradores no son tomados en cuenta para innovar y crear, ya que se tienen esquemas acartonados y no quieren salir de ellos, quizá también porque temen a la competencia.

**3.4 Viabilidad**

(Debe decir por qué considera que su tema y planteamiento del problema son viables, por ejemplo, argumentando que el tema tiene suficiente bibliografía, como libros, artículos, ponencias, etc.) Ejemplo:

Aplicando lo que la Real Academia Española, señala por “viable”, la viabilidad de mi futura tesis se refiere a si según sus circunstancias, tiene posibilidades de poderse llevar a cabo, lo cual, en el presente caso es aplicable, pues cuento con una aceptable cantidad de bibliografía, entre libros, revistas, congresos, que hablan sobre mi tema, por lo que considero que sí es viable.

**3.5 Delimitación**

(Aquí debe describir el problema ya no como problemática, sino de manera muy puntual, correlacionando una variable independiente con otra dependiente; es decir, va a extraer el núcleo del planteamiento del problema). Ejemplo:

Las organizaciones empresariales mexicanas no cuentan con un modelo de selección de personas realmente creativas e innovadoras; lo que trae como consecuencia, que las empresas no sean suficientemente competitivas, ante el reto de la globalización.

1. **HIPÓTESIS**

(Es la solución probable al problema de investigación. Es la parte medular de su protocolo y guía central de su futura tesis, para esquematizar su forma, le proponemos la fórmula: SI ‘P’ => ‘Q’, en donde ‘P’ es la solución al problema y ‘Q’ es el propio problema resuelto; traduciéndose de la siguiente manera: Si hago esto -solución-, luego entonces se resolverá esto otro -el problema-). Ejemplo:

Si los directivos de las empresas mexicanas implementan un modelo de selección de personas realmente creativas e innovadoras; luego entonces, las empresas serán suficientemente competitivas, ante el reto de la globalización.

1. **OBJETIVOS**

(Como mencionan Manuel Bernal y Diana García: Los objetivos son: “Los propósitos principales de la investigación y por tanto deben ser enunciados en forma clara y precisa, a fin de que el investigador determine el para qué del trabajo y por tanto establezca la meta de éste”. Se recomienda hacer un solo objetivo general y varios específicos, éstos últimos contemplan elementos de conocimiento y metas de mayor concreción que soportan el objetivo general).

**Objetivo general**

Demostrar la necesidad de que los directivos de las empresas mexicanas implementan un modelo de selección de personas realmente creativas e innovadoras; para que, de esta forma, las empresas sean suficientemente competitivas, ante el reto de la globalización.

**Objetivos específicos**

1. Investigar los conceptos de creatividad e innovación en las empresas mexicanas.
2. Investigar los más avanzados modelos de selección de personal
3. Investigar los conceptos de competitividad y globalización.
4. Investigar e interpretar las principales teorías filosóficas que fundamentan el problema planteado
5. Investigar los antecedentes más remotos y contemporáneos de las empresas innovadoras y creativas.
6. Comparar las empresas innovadoras y creativas asentadas en otros países, en relación con las de México
7. Mostrar la importancia de la creatividad y la innovación como estrategias de competitividad en el nuevo ambiente de los negocios.
8. Evaluar el grado de importancia que los directivos empresariales latinoamericanos dan a la creatividad y a la innovación para el desarrollo de la actividad de sus empresas.
9. Identificar la presencia o no de estímulos para promover el potencial creativo e innovador en el contexto de las organizaciones latinoamericanas.
10. Identificar la actitud de los trabajadores de las organizaciones nacionales en cuanto al ambiente de la empresa para desarrollar la creatividad y la innovación.

**6. MARCO TEÓRICO**

(Este apartado comprende básicamente dos etapas: 1a. La revisión de la literatura, en donde debe mencionar dos o tres autores que hablen sobre su tema, describiendo cuál es su aportación al respecto y vinculándolos con su futura investigación; puede hacer citas textuales para aclarar el pensamiento de su autor y luego explicar su contenido, al final debe decir por qué le servirán en su tesis; y 2a. La adopción de cuando menos una teoría filosófica que apoye o fundamente su tema, en relación con su problema e hipótesis de investigación; igualmente en este segundo aspecto, debe describir la teoría y luego explicar por qué será fundamento de su tesis). Ejemplo:

Con el propósito de fundamentar la presente investigación, a continuación se muestran las principales ideas que en la actualidad existen sobre el tema objeto de este estudio.

Instituciones como las Naciones Unidas y científicos reconocidos en distintos campos del conocimiento no dudan en afirmar que sólo mediante la creatividad se garantizará el desarrollo integral y el progreso de la humanidad en los próximos años, y ésta debe ser una preocupación de líderes nacionales y directivos organizacionales especialmente en los países subdesarrollados, como bien lo afirma Phillips. (Phillips, 1994) No obstante lo anterior, otros autores en sus investigaciones recientes muestran que la importancia de la creatividad y la innovación está siendo menospreciada, tanto por parte de la sociedad en general como por parte de las instituciones que existen dentro de la sociedad. Estos investigadores del tema de la creatividad en las organizaciones aseguran que los ejecutivos del mundo de los negocios hablan de la necesidad de la creatividad y de la innovación, pero sus acciones en la práctica indican lo contrario. Sternberg y Lubart afirman que, a pesar de que muchas personas dicen valorar las ideas y las acciones originales, existen pruebas contundentes que demuestran que dichas personas no están identificadas con aquello que supuestamente valoran. (Sternberg & Lubart, 1994)

Además, investigadores como Finke (1992) aseguran que los resultados sobre la dinámica de las organizaciones impresionan más por lo lento que cambian las cosas, que por la rapidez y novedad de los cambios. Finke afirma que las culturas organizacionales y los modos de hacer las cosas parecen tener una vida que se prolonga más allá de las personas particulares que habitan la organización. Al respecto, uno de los hallazgos más consecuentes en psicología es el muy conocido “efecto de mera exposición”, planteado por Zajona en 1978 y que consiste en mostrar que a la mayoría de las personas les gusta lo que les es familiar. Con esto se puede entender un poco la actitud de los directivos que, aunque de pensamiento valoran la creatividad porque reconocen, así sea teóricamente, los beneficios de la misma, en la práctica se sienten incómodos ante la creatividad; en consecuencia, quienes no la practican reaccionarán negativamente ante la persona o la obra creativa. Al respecto, Kuczmarski (1997) considera que debido a que en las organizaciones los directivos parecen ser poco creativos, las personas creativas a menudo son consideradas raras y se las margina.

Como consecuencia de los planteamientos mencionados y dados los rápidos y complejos cambios en el nuevo ambiente de los negocios, se considera de gran importancia llevar a cabo el presente estudio tendiente a conocer la actitud de los directivos empresariales colombianos, respecto de la creatividad y la innovación en el contexto de sus organizaciones.

**7. MARCO CONCEPTUAL**

(Se precisan aquellos conceptos relevantes que se desarrollarán en su futura investigación. No es un glosario de términos) Ejemplo:

Con el propósito de unificar significados de algunos términos utilizados en el presente estudio, a continuación se definen estos términos:

1. *Actitud*: son enunciados de evaluación —ya sean favorables o desfavorables— respecto de los objetos, la gente o los eventos. Las actitudes tienen tres componentes: cognición, afecto y comportamiento.

2. *Creatividad*: es la capacidad de toda persona para llegar a conclusiones nuevas, resolver problemas en una forma original o realizar acciones y crear productos novedosos.

*3. Cultura organizacional*: se refiere a un sistema de significado compartido entre sus miembros y que distingue a una organización de las otras.

**7. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

(En este apartado debe mencionar si su investigación iniciará como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, comentando brevemente por qué)

Mi futura investigación será de carácter eminentemente descriptivo, ya que su propósito inmediato es determinar aquellos rasgos que identifican la actitud de los directivos mexicanos respecto de la creatividad y la innovación como recursos estratégicos para la competitividad empresarial.

**8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

(En este apartado debe mencionar si su investigación será experimental o no experimental, comentando brevemente por qué)

Mi futura investigación será no experimental ya que no se manipularán los objetos de estudio; particularmente será de diseño transversal, o transeccional, ya que la obtención de los datos se realizará una sola vez en cada unidad de análisis.

**9. SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

(En este apartado debe describir brevemente quiénes serán los sujetos a investigar, describiendo primero la población o universo y posteriormente su muestra, que constituye esa pequeña parte del primero, es decir, el que realmente se analizará) Ejemplo:

**9.1 Población**

La población objeto de investigación estará constituida por los directivos de las empresas mexicanas del sector manufacturero, que registran a más de 200 trabajadores en sus nóminas.

**9.2. Muestra**

Para efectos de la muestra se tomarán en cuenta a 100 empresas con las características antes anotadas. El tamaño de la muestra se estimó a partir de los registros existentes en las diferentes Cámaras Nacionales de Comercio, mediante el sistema de muestreo aleatorio simple.

**10. RECOLECCIÓN DE DATOS**

(En este apartado debe mencionar cuáles son las fuentes de las que obtendrá los datos, en dónde se localizan tales fuentes; cómo los va a recolectar; a través de qué medios los va a recolectar; y una vez recolectados, de qué forma va a prepararlos para que puedan analizarse y responder al planteamiento del problema) Ejemplo:

Las fuentes de las que obtendré los datos serán básicamente de libros y revistas especializadas, como las que menciono en mi marco teórico, así como de otros especialistas de mi tema de investigación, dichas fuentes se localizan en las bibliotecas físicas ubicadas en la facultad de Contaduría de la Universidad Vizcaya de las Américas (campus Tepic y Puerto Vallarta), en la Universidad de Guadalajara (Campus Guadalajara y Puerto Vallarta). También se localizan en las bibliotecas virtuales de la UNAM, U. de G., UAN, U.M.S.N.H. y otras. Además las localizaré en otros sitios de internet nacional e internacional. Otra fuente de la que obtendré datos relevantes son las entrevistas que realizaré a gerentes y altos directivos de empresas.

Esta información la recolectaré a través de la visita física, en el caso de las bibliotecas físicas, y de manera telemática en el caso de las virtuales. Por lo que ve a las entrevistas, las realizaré de manera personal y directa en las diferentes empresas previamente seleccionadas.

Una vez recolectados, prepararé los datos mediante fichas bibliográficas y de trabajo, así como de manera estadística con la ayuda de programas computarizados especiales.

**11. ANÁLISIS DE DATOS**

(En este apartado debe mencionar brevemente cómo analizará los datos previamente obtenidos)

Una vez obtenida la información, se procederá a procesarla mediante el uso de programas estadísticos disponibles, como el SPSS.

Para el análisis de resultados, se evaluarán los datos obtenidas en el procesamiento de la información refiriendo tendencias, dispersiones, etc. La discusión se hará contrastando los resultados del estudio con la información presentada en el marco teórico, con el propósito de identificar coincidencias y diferencias, así como explicaciones de las mismas.

**12. REPORTE DE RESULTADOS**

(En este apartado debe mencionar si su reporte será académico o no académico y explicar brevemente por qué) Ejemplo:

El reporte de resultados será eminentemente académico, ya que la comunicación de resultados estará dirigida a mis pares, y eventualmente a profesores de esta universidad, en primera instancia, así como de otras, en su caso.

**13. ÍNDICE PROBABLE**

(Es un verdadero ejercicio de imaginación y creación, ya que en él, debe proyectar cómo quedará estructurada su tesis; no obstante, deberá ajustarse a los lineamientos lógicos de su tema, problema y sobre todo de la hipótesis, es decir, los nombres de sus capítulos y el desglose de ellos deben tener coherencia con los elementos antes citados) Ejemplo:

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO PRIMERO

EMPRESAS MEXICANAS: ESTUDIO SOBRE SU CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

* 1. Conceptos
     1. Empresas
     2. Empresas productivas
     3. Creatividad empresarial
     4. Innovación empresarial
  2. El estado actual de las empresas mexicanas
  3. El capital humano de las empresas mexicanas
  4. El proceso de selección de personal

CAPÍTULO SEGUNDO

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS MEXICANAS

2.1 Las organizaciones empresariales en la etapa de la independencia

2 Las organizaciones empresariales en etapa independiente

2.3 Las organizaciones empresariales en el México postrevolucionario

2.4 Las organizaciones empresariales en la época contemporánea

CAPÍTULO TERCERO

LAS EMPRESAS MEXICANAS Y SU COMPARACIÓN CON OTRAS CORPORACIOES EXTRANJERAS

3.1 Las empresas Europeas

3.1.1 España

3.1.2 Inglaterra

3.2 Las empresas Asiáticas

3.2.1 China

3.2.2 Japón

3.3 Las empresas americanas

3.3.1 Estados Unidos de Norteamérica

3.3.3 Brasil

CAPÍTULO CUARTO

EL PAPEL DE LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS MEXICANAS, ANTE EL RETO DE LA GLOBALIZACIÓN

4.1 Crítica a los actuales modelos de selección de personal de las empresas mexicanas

4.2 El aspecto económico de la creatividad en la empresa

4.3 El aspecto económico de la innovación en las empresas

4.4 Crítica a la actual competitividad de las empresas mexicanas

4.5 Pautas teórico-prácticas para la creación de un nuevo modelo de selección de personal para las empresas mexicanas

**CONCLUSIONES**

**PROPUESTAS**

**FUENTES DE IVESTIGACIÓN**

**14. MÉTODOS Y TÉCNICAS**

(Los métodos son las directrices generales que indicarán la manera de hacer la tesis, son las guías teóricas; en tanto que las técnicas son las herramientas con las cuáles realizaremos la investigación) Ejemplo:

**Métodos:**

a). Método deductivo

Este método lo utilizaré cuando vaya de lo general a lo particular, por ejemplo cuando investigue las empresas mexicanas en el plano nacional, hasta llegar al plano estatal y municipal, e incluso cuando me enfoque a alguna colonia de esta ciudad.

b). Método Inductivo

Este método lo utilizaré cuando vaya de lo particular a lo general, por ejemplo cuando investigue las empresas mexicanas en el plano del municipio, en el estatal, en el federal e incluso en el internacional.

c). Método analítico

Mediante este método extraeré lo más importante del tema a investigar, es decir, desgajaré todos y cada uno de sus elementos que lo integran, para estudiarlos por separado, de esta forma profundizaré en cada uno de ellos.

d). Método sintético

Me apoyaré en él, ya que servirá para hacer una síntesis de los elementos previamente analizados, creando nuevamente una unidad como se encontraba antes de analizar, pero ahora con los elementos más importantes de mi investigación.

e). Método histórico

Este método me será de utilidad porque en mi capitulo segundo pretendo hacer una búsqueda histórica del problema planteado, la cual me ayudará para comprender más sobre mi estudio criminológico de la violencia, y poder desarrollar con mejor conocimiento la experimentación de mi hipótesis.

f). Método comparativo

Utilizaré este método porque en uno de mis capítulos pretendo hacer una comparación de nuestra actual situación de la violencia, con otros países, esta comparación me servirá porque podré saber en qué lugar estamos respecto a ellos, qué medidas han implementado, y si han tenido éxito, para poderlos proponer como parte de una posible solución, que sea coherente con mi hipótesis

**Técnicas:**

1. Técnica Documental

Esta técnica la utilizaré para hacer la recopilación de antecedentes y en general la mayoría de mi investigación, a través de documentos tales como libros, periódicos, manuales, tratados, tesis, enciclopedias, diccionarios, entre otros. De hecho esta técnica será la preponderante.

1. Técnica de Campo:

Esta técnica la utilizaré porque cuando no encuentre datos específicos en documentos, por ejemplo porcentajes o estadísticas elaboradas por instituciones gubernamentales u ONG’s serias, entonces tendré que recurrir a la entrevista o a la encuesta. Será la que utilice con menos frecuencia, ya que el presupuesto para realizar mi investigación es reducido.

1. Técnica telemática:

Aunque no pretendo que sea la principal fuente de consulta, sí me será de vital importancia, pues gran parte de mi investigación será obtenida de páginas web, por ejemplo de universidades como la UNAM, y de otras igualmente importantes de México y el mundo, en donde también aprovecharé los artículos más recientes que hablen sobre mi tema, en revistas electrónicas de alto prestigio.

**15. CRONOGRAMA**

(El cronograma es un plan general de trabajo, en el cual usted mismo propondrá los tiempos en los que se compromete a realizar las actividades propias de su tesis) Ejemplo:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Actividades 2015 | Ene | Feb | Mar | Abr | May | | Jun | Jul | Ago |
| Presentación del Protocolo | X |  |  |  |  | |  |  |  |
| Capítulo Primero |  | X |  |  |  | |  |  |  |
| Capítulo Segundo |  |  |  | X |  | |  |  |  |
| Capítulo Tercero |  |  |  |  |  | | X |  |  |
| Capítulo Cuarto |  |  |  |  |  | |  | X |  |
| Conclusiones y propuestas |  |  |  |  | |  |  |  | X |
| Fuentes de consulta |  |  |  |  | |  |  |  | X |
| Presentación Final |  |  |  |  | |  |  |  | X |

**16. FUENTES PRELIMINARES DE CONSULTA**

(Es un listado en orden alfabético, de todas las fuentes que consultó en la elaboración de su protocolo, no solo las que citó en su Marco Teórico)

Finke, R. (1992). *Cretividad, teoría, investigación y aplicaciones.* Buenos Aires: Paidós.

Kuczmarski, T. (1997). *Innovación.* Bogotá: Mc Graw Hill.

Phillips, N. (1994). *Nuevas técnicas de gestión.* Barcelona: Financial Times.

Sternberg, R., & Lubart, T. (1994). *La creatividad en una cultura conformista.* Barcelona: Paidós.