



EKONOMIA
ETA ENPRESA
FAKULTATEA
FACULTAD
DE ECONOMÍA
Y EMPRESA

BASES METODOLÓGICAS PARA LA REALIZACIÓN DE UN TFG

24 / 03 / 2026



F. Javier Villalba Merlo
Dpto.: Economía Financiera II

Dos formas diferentes de afrontar el TFG



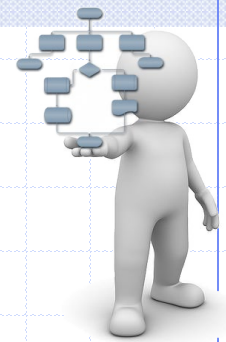
TRÁMITE

ABANDONO / RETRASO



RETO/OPORTUNIDAD

- INICIATIVA
- CRITERIO
- PROACTIVA
- CRÍTICA
-



Estructura

- ◆ **Parte I: Acerca del TFG** *¿qué es? ¿por qué? ¿para qué?*
 - Concepto y tipos de TFG
 - Objetivo: competencias generales de la titulación
 - Modo de realización de un TFG

- ◆ **Parte II: La investigación científica** *¿cómo?*
 - El método de investigación científica
 - El tema de estudio y el problema a investigar
 - Documentación bibliográfica

- ◆ **Parte III: Elaboración formal del TFG** *Recomendaciones*
 - Estructura del TFG
 - La redacción del TFG

I.- Trabajo de Fin de Grado

◆ ¿Qué es?

- Proyecto, memoria o estudio **ORIGINAL** realizado por el/la alumno/a, de forma **INDIVIDUAL**, bajo la **SUPERVISIÓN** de uno/a o más directores/as, en el que se integren y desarrollen los **CONTENIDOS FORMATIVOS** recibidos, las **capacidades, competencias y habilidades** adquiridas durante la docencia de GADE.

ORIGINAL →

PLAGIO
ACADEMICO

I.- Trabajo de Fin de Grado

SUPERVISIÓN

- Ejecución y responsabilidad del alumno/a
- Orientador, dinamizador y facilitador del aprendizaje.
- Aclarar las dudas.
- **Informe de valoración**



I.- Trabajo de Fin de Grado

◆ **CONTENIDOS FORMATIVOS**

- Asignaturas (obligatorias y optativas)
- Prácticas e Itinerario Dual
- Estancias
- Cursos adicionales
-



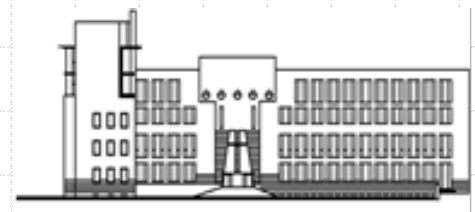
I.- Trabajo de Fin de Grado

◆ ¿Por qué?

■ RD 861/2010

Las enseñanzas oficiales de Grado, concluirán con la elaboración y defensa de un trabajo fin de Grado”.....
El trabajo de fin de Grado tendrá entre 6 y 30 créditos, deberá realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título

■ Reglamento [EHU](#) 10-04-2024





Reflexión sobre el trabajo realizado a la luz de los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

- Constará de al menos 200 palabras incorporadas como apartado específico dentro del texto del trabajo.
- Se podrá emplear la EHU agenda 2030 como marco de referencia específico de nuestra universidad.
- Además, el o la estudiante proporcionará los ODS de referencia del trabajo a través de los sistemas articulados por la universidad o el centro.

I.- Trabajo de Fin de Grado

◆ ¿Con qué objetivo se realiza?

- Demostrar que el/la alumno/a es capaz de **crear su propio negocio**, desempeñar cualquier tipo de **función dentro del ámbito de la dirección y administración** de empresas y organismos, o acometer un **proyecto de investigación**.

◆ Tipos de TFG

➡ ■ **Plan de negocio:** desarrollar un proyecto empresarial, analizando su viabilidad.

➡ ■ **Trabajo de consultoría:** plantear una solución a un problema real de una determinada organización y/o proponer mejoras.

➡ ■ **Trabajo de investigación:** aplicar la metodología científica en el estudio de un tema del ámbito económico/empresarial.

Demostrar que el/la alumno/a posee en grado suficiente las **competencias generales** de la titulación.

Intervención

Investigación



I.- Trabajo de Fin de Grado

◆ Competencias generales de la titulación

- Buscar, identificar, analizar y sintetizar información sobre el tema elegido.
- **Evaluar la relevancia de la información y emitir juicios razonados, apoyándose en los datos obtenidos.**
- **Mostrar capacidad para el pensamiento analítico y la reflexión crítica.**
- Aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo en cualquier campo relacionado con ADE.
- **Capacidad para desarrollar la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor.**
- **Elaborar, emitir y presentar cualquier informe con claridad y coherencia.**
- **Mostrar capacidad para la comunicación escrita y oral con fluidez.**
- Asignar eficientemente los recursos disponibles, utilizando las TICs en su ámbito de estudio y contexto profesional.
- Desarrollar las habilidades de aprendizaje para **adquirir un alto grado de autonomía**, tanto de cara a emprender estudios posteriores como de cara a la propia autoformación, en un ámbito sujeto a continuos cambios e innovaciones.

II.- La investigación científica

RESULTADO DE UNA INVESTIGACIÓN

◆ ¿Cómo se realiza?

- De acuerdo con las normas propias de un **TRABAJO ACADÉMICO**
- Utilizando la **metodología de investigación científica**.

◆ Especialmente en:

- Trabajos de investigación

PERO TAMBIÉN EN TODO TRABAJO FIN DE GRADO

- Trabajos de consultoría (intervención)
- Planes de negocio
- Planes estratégicos
-



NORMAS

II.- La investigación científica

◇ El método de investigación científica

- ◆ **Ciencia:** conjunto sistemático de conocimientos sobre la realidad observable.
 - Conocer = describir/observar + explicar/analizar
- ◆ **Investigación:** actividad orientada a descubrir *cómo* y *porqué* es la realidad objeto de estudio.
 - Es la fuente de la ciencia. **crea conocimiento para la sociedad y la ciencia**
Empresa/Organización
- ◆ **Método científico:**
 - Procedimiento general de la acción investigadora
 - Aporta rigor, objetividad y racionalidad
 - Sistemático
 - Neutral
 - Objetivo
- ◆ *Consiste en **formular cuestiones** acerca de la realidad, con base en la observación de la misma y en las teorías existentes; en **anticipar respuestas** a esas cuestiones; y en **contrastar, en la misma realidad**, dichas respuestas anticipadas o hipótesis mediante la observación de los hechos, su clasificación y análisis (F. Bacon, 1561-1626).*

Simplificando:

Método científico:

- **Observación**
- **Planteamiento del problema (la pregunta)**
- **Formulación de hipótesis**
- **Experimentación o recopilación de datos**
- **Análisis de resultados**
- **Conclusiones**

II.- La investigación científica

◇ El método de investigación científica

◆ Metodologías de investigación social

■ Cuantitativa **¿Cuántos?**

- ◆ Carácter confirmatorio
- ◆ Estudio de la población en toda su extensión
- ◆ Análisis estadístico.

■ Cualitativa **¿Por qué? ¿Cómo?**

- ◆ Carácter exploratorio
- ◆ Estudio de casos en profundidad
- ◆ Análisis cualitativo.

■ Mixta o híbrida

II.- La investigación científica

◇ El tema de estudio y el problema a investigar

◆ El *tema de estudio*

Intereses personales y experiencia previa

- Relevante
- Motivador
- Actualidad

◆ El *problema a investigar*

- Definir el problema es definir el *objeto* de nuestro trabajo
- *Qué queremos saber* acerca del tema escogido
- Ha de suponer un interrogante, **una pregunta**

- ¿Qué?
- ¿Cómo?
- ¿Por qué?
- ¿Cuál es el impacto de...?
- ¿Cuáles son las estrategias...?
-



II.- La investigación científica

- ◇ El tema de estudio y el problema a investigar



¿Por qué es importante?

¿Es posible responderla?

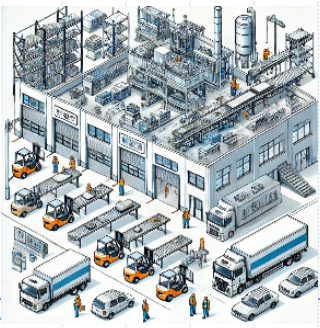
¿Dispones de recursos, tiempo y datos?



¿Qué acciones de marketing digital son más efectivas para aumentar la visibilidad y captar clientes un restaurante local?



¿Cómo influyen las redes sociales en las decisiones de compra de ropa deportiva entre los jóvenes de la Generación Z?



¿Cómo influye la estructura económico-financiera en la rentabilidad a largo plazo de una empresa del sector industrial?



¿Qué factores influyen en la motivación laboral del personal del sector servicios?

◇ El tema de estudio y el problema a investigar



II.- La investigación científica


- ◇ El tema de estudio y el problema a investigar



¿CUÁLES ES EL PROPÓSITO DEL TRABAJO?



OBJETIVOS

- General / Principal
 - Específicos / sub-objetivos
-
- Metas de conocimiento a alcanzar para dar respuesta a la pregunta 
 - Expresados de manera clara
 - Redactarse en infinitivo:
describir, explorar, examinar, comparar, evaluar, proponer.....



¿Qué acciones de marketing digital son más efectivas para aumentar la visibilidad y captar clientes un restaurante local?



Objetivo Principal: Elaborar un plan de marketing digital que permita incrementar la visibilidad y atracción de clientes para un restaurante local.

Objetivos Específicos:

- Conocer el comportamiento y preferencias digitales de los clientes potenciales del restaurante.
- Identificar las plataformas digitales (RRSS, Google, etc.) más eficaces para llegar a clientes locales.
- Diseñar una estrategia de fidelización digital para aumentar la retención de clientes.
- Desarrollar un calendario de contenidos y campañas específicas para redes sociales



¿Cómo influyen las redes sociales en las decisiones de compra de ropa deportiva entre los jóvenes de la Generación Z?



Objetivo Principal:

Analizar la influencia de las redes sociales en las decisiones de compra de ropa deportiva entre los jóvenes de la Generación Z.

Objetivos Específicos:

- Identificar las redes sociales más utilizadas por los jóvenes de la Generación Z
- Determinar que acciones en RRSS (publicidad, influencers, otros usuarios,..) impactan más en sus decisiones de compra.
- Analizar el comportamiento de los jóvenes de la Generación Z a la hora de comprar ropa deportiva
- Proponer recomendaciones para las marcas de ropa deportiva sobre el uso efectivo de redes sociales para captar y fidelizar a los jóvenes de la Generación Z.



¿Cómo influye la estructura económico-financiera en la rentabilidad a largo plazo de una empresa del sector industrial?



Objetivo Principal: Evaluar la influencia de la estructura económico-financiera en la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa a largo plazo

Objetivos Específicos:

- Analizar la composición de la estructura financiera de la empresa.
- Evaluar la rentabilidad y solvencia de la empresa a través de ratios financieros clave y ratios de liquidez.
- Comparar la estructura financiero-económica de la empresa con la de otras empresas del mismo sector.
- Examinar el impacto de la estructura financiera en la inversión y el crecimiento a medio y largo plazo.



¿Qué factores influyen en la motivación laboral del personal del sector servicios?



Objetivo Principal: Analizar los factores que influyen en la motivación laboral del personal del sector servicios.

Objetivos Específicos:

- Identificar los factores de motivación más comunes en el sector servicios (salario, reconocimiento, ambiente laboral, liderazgo, autonomía, etc.).
- Analizar cómo influyen las políticas de comunicación interna en la motivación.
- Examinar la relación entre condiciones laborales (horarios, carga de trabajo, flexibilidad) y el nivel de satisfacción del personal.
- Determinar si existen diferencias en los factores motivadores según antigüedad, puesto o turno.

¿VUESTROS OBJETIVOS?



II.- La investigación científica

◇ El tema de estudio y el problema a investigar

PLANIFICACIÓN

◆ Acotar el problema a investigar

- En el **espacio y en el tiempo**: antecedentes históricos, población objeto de estudio, etc.
- Acotación **conceptual**: dentro de una disciplina, una corriente de pensamiento, un marco teórico.

◆ **Redacción del proyecto**: *Todo lo que no se es capaz de poner por escrito, es que no está claro en la cabeza.*

- La contextualización del tema
- Los objetivos del TFG: los interrogantes planteados
- La metodología, fuentes de datos y recursos a utilizar
- Primer esquema de la estructura del trabajo (índice)

◆ Esta planificación y el correspondiente cronograma, habrán de contar con el visto bueno del/la Director/a del TFG.

II.- La investigación científica

◇ Documentación bibliográfica

◆ El investigador ha de obtener la información *por sus propios medios* para:

- Evitar descubrir lo ya conocido
- Apoyar en ella su reflexión y acción posteriores:
 - ◆ Contextualizar teóricamente el tema y focalizar el problema
 - ◆ Fundamentar las hipótesis
 - ◆ Realizar un estudio teórico
 - ◆ Realizar una contrastación empírica. Fuentes de datos: textos y estadísticas.

◆ Bases de datos

- Bibliográficas: Dialnet, etc.
- Estadísticas: según la temática del trabajo.
- Propias de la Empresa u Organización.



Validez y fiabilidad de la información

II.- La investigación científica

◇ Documentación bibliográfica

◆ *Lectura activa* de la documentación

- Comprendiendo lo esencial del documento leído
- Analizando y evaluando el texto, con sentido crítico
- Pensando que uno mismo ha de escribir sobre esa materia

◆ Tipos de lectura

- Superficial
 - ◆ Para obtener una visión general, porque se está en la fase de elegir el tema o para saber si el documento nos interesa.
 - ◆ Empezar por el índice, introducción y conclusiones.
 - ◆ Hasta la “saturación” de la información.
- Detenida
 - ◆ Para obtener información específica, señalando, tomando notas.
 - ◆ A veces, solo interesa una parte de un libro
 - ◆ Los artículos, interesan en conjunto o no interesan
- De control
 - ◆ Para mantenernos al día (en investigaciones largas)



II.- La investigación científica

En síntesis.....

- Identificación y formulación del problema.
- Revisión bibliográfica.
- Establecer los objetivos.
- Diseño del estudio empírico.
- Ejecución del estudio.
- Análisis de resultados.
- **CONCLUSIONES**

Responder a los objetivos planteados

III.-Elaboración formal del TFG

◇ Estructura del TFG I

■ Portada

- ◆ Logotipo de la UPV/EHU
- ◆ Nombre del Centro
- ◆ Título: corto e ilustrativo, posibilidad de un subtítulo.
- ◆ Nombre del autor/a
- ◆ Nombre de quien haya dirigido el trabajo
- ◆ Año de elaboración y defensa.

■ Resumen y palabras clave

■ Índice general: analítico y detallado, señalando las páginas

- ◆ Otros índices: de tablas, de gráficos, etc.

■ Introducción:

- ◆ **Temática y objetivos del trabajo: su alcance y sus límites**
- ◆ **Justificación: relevancia y actualidad del tema**
- ◆ **Métodos y técnicas utilizados**
- ◆ **Presentación de los capítulos**

III.- Elaboración formal del TFG

◇ Estructura del TFG II

- **Capítulos**
 - ◆ Estructurados según temáticas. Subdivididos en apartados.
 - ◆ Títulos: con expresión similar y enumerados.
 - ◆ Extensión, más o menos, homogénea.
 - ◆ Los distintos capítulos harán referencia a:
 - Marco teórico o estado del arte
 - Hipótesis a contrastar
 - Metodología empleada: justificación y presentación del diseño del trabajo de campo, las técnicas de observación y el análisis realizado
 - Datos obtenidos, análisis realizado y resultados a los que se llega
- **Conclusiones**
 - ◆ Resultados obtenidos en el TFG, su valor y sus limitaciones
 - ◆ No son un resumen del trabajo
 - ◆ **No deben aparecer ideas por primera vez**
 - ◆ Cuestiones pendientes y posibles líneas abiertas de estudio
- **Referencias bibliográficas:** las fuentes utilizadas y, por tanto, citadas
 - ◆ [Normas de la A.P.A., 7ª ed. \(2026\)](#)
- **Anexos:** material utilizado o producido en el trabajo
 - ◆ Cuestionarios utilizados, tablas con los datos, glosario de términos, de acrónimos, etc.
- **Notas a pie de página**

III.-Elaboración formal del TFG

◇ La redacción del TFG

◆ Redacción del TFG

■ Estructura del texto

- ◆ Ir de lo general a lo particular
- ◆ Definir antes de explicitar o ilustrar
- ◆ No pasar de una idea a otra sin transición: debe de verse la coherencia
- ◆ Agotar una idea antes de pasar a la siguiente: no volver atrás
- ◆ No perder el hilo conductor, el discurso principal

■ Estilo de expresión

- ◆ Claro y sencillo: el TFG no es una producción artística
- ◆ Preciso: la necesaria terminología técnica
- ◆ Sincero y original: expresión con las propias palabras del autor
- ◆ Honesto: reconocer y reproducir bien las ideas de otros (**lo contrario es plagio**)
- ◆ Frases cortas, estilo anglosajón.

UNA VEZ FINALIZADO.....



1. SOLICITAR LA DEFENSA (GAUR)



2. DEPOSITARLO (ADDI)

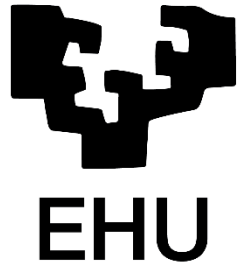


3. EXPOSICIÓN Y DEFENSA



Bibliografía

- ◆ BAELO, M. (2020).- *Manual para la elaboración de trabajos académicos fin de título*. Valencia: Tirant humanidades.
- ◆ BELTRÁN, M. (2000).- “Cinco vías de acceso a la realidad social”. En: GARCIA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA. F. (Comp.) (2000).- *El análisis de la realidad social: Métodos y Técnicas de Investigación (3ª edición)*. Madrid: Alianza Universidad Textos. Pp. 15-55.
- ◆ GARCIA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA. F. (Comp.) (2000).- *El análisis de la realidad social: Métodos y Técnicas de Investigación (3ª ed.)*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- ◆ HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ-COLLADO, C. y BAPTISTA LUCÍO, P. (2006).- *Metodología de la investigación (4ª ed.)*. México D.F.: Mc Graw-Hill.
- ◆ PRATS, J. (2004).- *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales: bibliografía y orientaciones metodológicas*. Barcelona: Departament de Didàctica de les Ciències Socials, Universitat de Barcelona.
- ◆ SARABIA SÁNCHEZ, F.J. (coord.) (2013).- *Métodos de investigación social y de la empresa*. Madrid: Pirámide.
- ◆ SIERRA BRAVO, R. (2001).- *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.



EKONOMIA
ETA ENPRESA
FAKULTATEA
FACULTAD
DE ECONOMÍA
Y EMPRESA

BASES METODOLÓGICAS PARA LA REALIZACIÓN DE UN TFG

24 / 03 / 2026



F. Javier Villalba Merlo
Dpto.: Economía Financiera II