

Alineación: centrado
Fuente: Times New Roman
Interlineado: 1,5
Tamaño de fuente: 12 puntos
Altas y bajas

Universidad de Lima
Facultad de Ciencias Empresariales
Carrera de Administración



Alineación: centrado
Estilo de fuente: negrita
Fuente: Times New Roman
Interlineado: sencillo
Mayúsculas
Tamaño de fuente: 20 puntos

TÍTULO DEL TRABAJO

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Alineación: centrado
Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 12 puntos
Altas y bajas

[Nombres y Apellidos del alumno]
Código [Insertar el código de alumno]

Asesor

Nombres y Apellidos del asesor

Lima – Perú

Mes y año

Alineación: centrado
Fuente: Times New Roman
Interlineado: 1,5
Tamaño de fuente: 12 puntos

Insertar una hoja en blanco después de la portada

Alineación: centrado
Espaciado superior: 10 espacios
Fuente: Times New Roman
Interlineado: 1,5
Tamaño de fuente: 20 puntos
Estilo de fuente: negrita
Mayúsculas



TÍTULO EN INGLES

Alineación: centrado
Tamaño de fuente: 16 puntos
Estilo de fuente: negrita
Mayúsculas
Espaciado posterior: 0 ptos.
Interlineado: 1.5

PLANTILLA N.º 3
Tabla de contenido

→ **TABLA DE CONTENIDO** (dejar dos espacios después del título)

<u>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	11
1.1 Primer subtítulo	11
1.2 Segundo subtítulo	11
1.2.1 División del segundo subtítulo	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	12
2.1 Primer subtítulo	12
2.2 Segundo subtítulo	12
2.2.1 División del segundo subtítulo	12
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS, VARIABLES, ASPECTOS DEONTOLÓGICOS	15
3.1 Primer subtítulo	15
3.2 Segundo subtítulo	15
3.2.1 División del segundo subtítulo	15
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	16
4.1 Primer subtítulo	16
4.2 Segundo subtítulo	16
4.2.1 División del segundo subtítulo	16
CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	22
5.1 Primer subtítulo	22
5.2 Segundo subtítulo	22
5.2.1 División del segundo subtítulo	22
CONCLUSIONES	23
RECOMENDACIONES	24
REFERENCIAS	25
BIBLIOGRAFÍA	27

ÍNDICE DE TABLAS

¶

¶

Se dejarán dos (2) espacios

*Alineación:
izquierda
Interlineado: 1,5*

Tabla 4.1 Promedio de años de estudio alcanzado por la población de 15 y más años de edad, según grupo de edad y ámbito geográfico, 2005-2013.....	8
Tabla 4.2 Exportación FOB, según principales productos, 2008-2014.....	9
Tabla 4.3 Exportación FOB, según principales productos, 2008-2014.....	11

ÍNDICE DE FIGURAS

¶

¶

Se dejarán dos (2) espacios

Alineación:
izquierda
Interlineado: 1,5

Figura 2.1 Participación de marcas en el mercado de cereales en Perú - 2018.....	4
Figura 2.2 Comparación de empresas en la categoría de cereales para el desayuno - 2018	5
Figura 4.1 Asistencia al supermercado por niveles socioeconómicos (%).....	7

ÍNDICE DE ANEXOS

¶

Se dejarán dos (2) espacios

¶

Alineación:
izquierda
Interlineado: 1,5

Anexo 1: Título del anexo.....18

RESUMEN

El resumen y las palabras clave deberán incluirse en español.

Descripción clara y concisa (entre 150 y 300 palabras) que permita al lector conocer la información más relevante del plan de negocios. Se debe detallar: Descripción general del emprendimiento, explicación breve y clara del modelo de generación de ingresos y beneficios, descripción de hitos clave para el desarrollo del emprendimiento, resumen de los resultados financieros más importantes

Palabras clave: Deben consignarse cinco palabras que reflejen los aspectos o variables centrales del estudio. Las palabras clave son términos compuestos por una o más palabras que identifican la investigación. Estas palabras podrán ser utilizadas por el público en su proceso de búsqueda para hacer referencia a la investigación.

ABSTRACT

Es la traducción al inglés del resumen y las palabras clave (keywords) del ítem anterior

1 CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se dejará dos (2) espacios

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Espaciado posterior: 6 ptos.
Sangría: 1,25 cm en la primera línea de cada párrafo, a partir del segundo párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.¹

¶

Se dejará un (1) espacio antes de cada subtítulo.

1.1 Primer subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos.

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

¶

Se dejará un (1) espacio antes de cada subtítulo.

1.2 Segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

¶

1.2.1 División del segundo subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos. después de cada subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

■ (Viñeta)

-Interlineado entre viñetas: 1.5 cm.
La sangría de viñeta deberá tener la siguiente configuración:
- Sangría izquierda (1.25cm.)
- Sangría francesa en: 0.75 cm.
- Las viñetas deben estar alineadas a la primera línea del párrafo anterior.

¹ Las notas a pie de página son las que dan información adicional de interés para el lector.

2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO



Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Espaciado posterior: 6 ptos.
Sangría: 1,25 cm en la primera línea de cada párrafo, a partir del segundo párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



2.1 Primer subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos.

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



2.2 Segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



2.2.1 División del segundo subtítulo

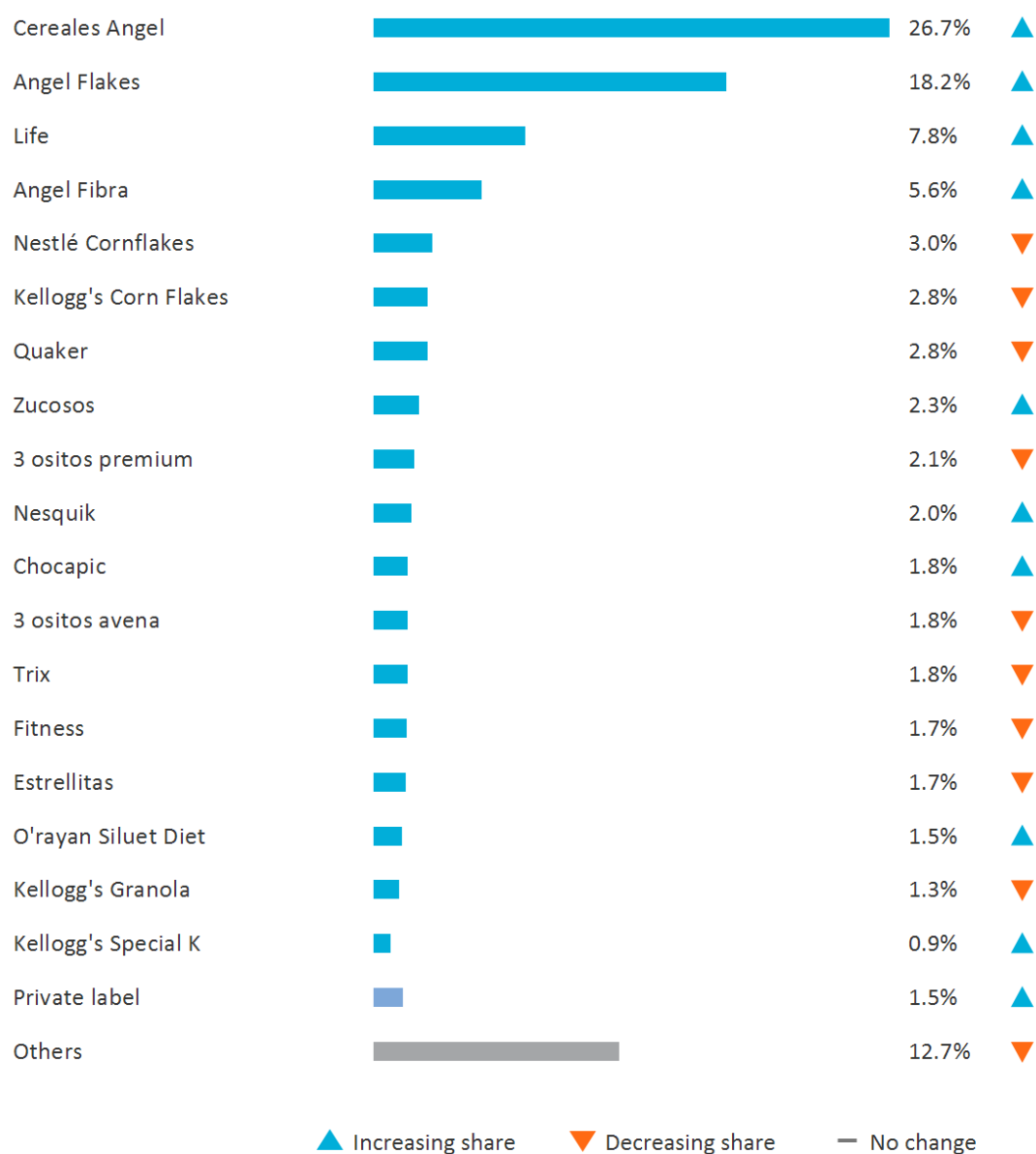
Espaciado posterior: 6 ptos. después de cada subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Figura CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.1

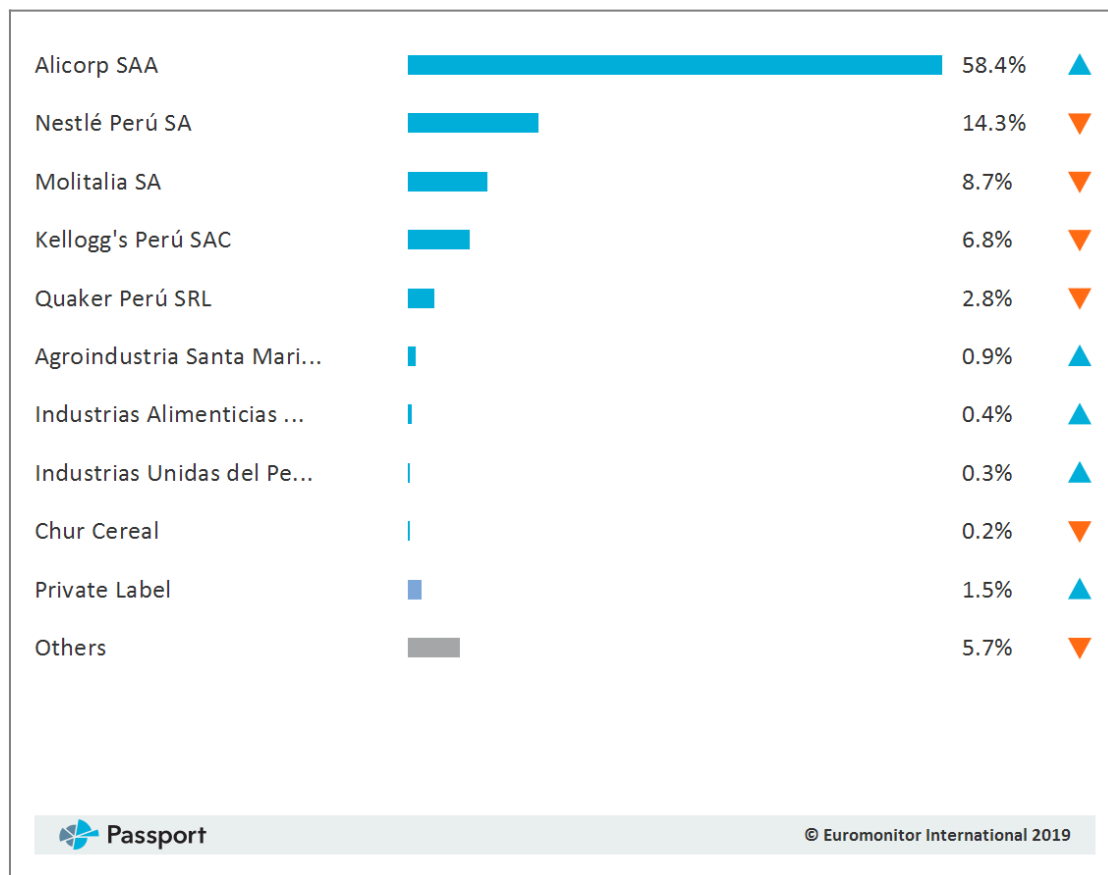
Participación de marcas en el mercado de cereales en Perú - 2018



Para insertar las notas y fuentes de una tabla y/o figura, revisar la guía actualizada del [formato de presentación para tesis y/o trabajos de investigación \(sección tablas y figuras, p. 3\)](#)

Figura CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.2

Comparación de empresas en la categoría de cereales para el desayuno - 2018



Para insertar las notas y fuentes de una tabla y/o figura, revisar la guía actualizada del [formato de presentación para tesis y/o trabajos de investigación \(sección tablas y figuras, p. 3\)](#)

3 CAPÍTULO III: HIPÓTESIS, VARIABLES, ASPECTOS DEONTOLÓGICOS

¶

¶

Se dejará dos (2) espacios

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Espaciado posterior: 6 ptos.

Sangría: 1,25 cm en la primera línea de cada párrafo, a partir del segundo párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

¶

Se dejará un (1) espacio
antes de cada subtítulo.

3.1 Primer subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos.

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

¶

Se dejará un (1) espacio
antes de cada subtítulo.

3.2 Segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

¶

3.2.1 División del segundo subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos. después de cada
subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

4 CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA



Se dejará dos (2) espacios

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Espaciado posterior: 6 ptos.
Sangría: 1,25 cm en la primera línea de cada párrafo, a partir del segundo párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Se dejará un (1) espacio
antes de cada subtítulo.

4.1 Primer subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos.

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Se dejará un (1) espacio
antes de cada subtítulo.

4.2 Segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Espaciado posterior: 6 ptos. después de cada
subtítulo

4.2.1 División del segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

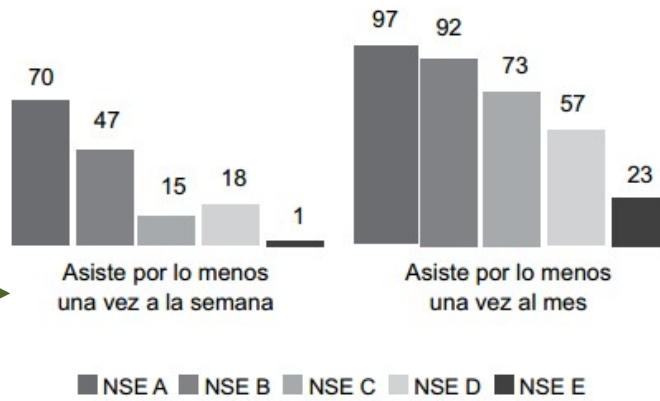
El primer dígito debe corresponder al número del
capítulo; el segundo, al número de la tabla.

Figura CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.3

Asistencia al supermercado por niveles socioeconómicos (%)

Espaciado posterior: 6 pts.

Fuente: Arial
Interlineado:
sencillo
Tamaño de fuente:
8 a 14 puntos.



Para insertar las notas y fuentes de una tabla y/o figura, revisar la guía actualizada del [formato de presentación para tesis y/o trabajos de investigación \(sección tablas y figuras, p. 3\)](#)

El primer dígito debe corresponder al número del capítulo; el segundo dígito, al número de la tabla.

Tabla CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.1

Promedio de años de estudio alcanzado por la población de 15 y más años de edad, según grupo de edad y ámbito geográfico, 2005-2013

Espaciado posterior: 6 ptos.

Grupo de edad / Ámbito geográfico	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total	9,5	9,6	9,7	9,8	9,9	9,9	10,0	10,1	10,1
Resto país	8,9	9,0	9,1	9,2	9,3	9,4	9,4	9,5	9,5
Lima Metropolitana 2/	10,8	10,9	10,9	11,0	11,0	11,0	11,0	11,1	11,1
Grupos de edad									
De 15 a 19 años	9,2	9,3	9,4	9,4	9,4	9,6	9,6	9,7	9,8
De 20 a 29 años	10,6	10,8	10,8	11,0	11,1	11,2	11,4	11,5	11,6
De 30 a 39 años	10,0	10,1	10,3	10,3	10,3	10,4	10,4	10,5	10,4
De 40 a 49 años	9,5	9,4	9,7	9,7	9,8	9,8	9,8	9,9	9,9
De 50 a 59 años	8,5	8,8	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	9,5	9,3
De 60 y más años	7,0	7,2	7,1	7,2	7,2	7,4	7,5	7,7	7,7
Área de residencia									
Urbana	10,4	10,5	10,5	10,6	10,6	10,6	10,7	10,8	10,7
Rural	6,9	7,0	7,2	7,2	7,3	7,3	7,4	7,5	7,6
Región natural									
Costa 1/	10,3	10,4	10,5	10,5	10,5	10,6	10,6	10,7	10,7
Lima Metropolitana 2/	10,8	10,9	10,9	11,0	11,0	11,0	11,0	11,1	11,1
Resto de Costa 3/	9,6	9,6	9,8	9,8	9,9	10,0	10,0	10,1	10,0

Alineación:
izquierda
Fuente: Times New
Roman
Interlineado: 1,5
Tamaño de fuente: 12
punto
Espaciado posterior:
6 puntos

Fuente: Times New
Roman
Interlineado: sencillo
Tamaño de fuente: 10
puntos

Para insertar las notas y fuentes de una tabla y/o figura, revisar la guía actualizada del [formato de presentación para tesis y/o trabajos de investigación \(sección tablas y figuras, p. 3\)](#)

Tabla CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.2

Exportación FOB, según principales productos, 2008-2014

Espaciado posterior: 6 ptos.

Principales Productos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 P/
Valor Total	31 018	27 071	35 803	46 376	47 411	42 861	39 533
I. Productos Tradicionales	23 266	20 720	27 850	35 896	35 869	31 553	27 686
Pesqueros	1 797	1 683	1 884	2 114	2 312	1 707	1 731
Harina de pescado	1 413	1 426	1 610	1 780	1 770	1 364	1 335
Volumen (Miles Tm)	1 565	1 540	1 083	1 301	1 333	851	856
Precio (US\$/Tm)	903	926	1 486	1 368	1 328	1 602	1 560
Aceite de pescado	385	258	274	333	542	343	395
Volumen (Miles Tm)	258	304	254	235	312	126	163
Precio (US\$/Tm)	1 493	847	1 079	1 419	1 737	2 718	2 419
Agrícolas	686	634	975	1 689	1 095	786	847
Algodón	2	3	1	8	4	2	4
Volumen (Miles Tm)	1	2	0	2	2	1	2
Precio (US\$/Tm)	2 505	1 722	2 418	3 762	2 358	2 142	2 371
Azúcar	25	35	65	48	6	14	37
Volumen (Miles Tm)	70	81	112	63	8	27	69
Precio (US\$/Tm)	351	429	578	760	691	525	535
Café	645	585	889	1 597	1 024	696	734
Volumen (Miles Tm)	225	198	230	296	266	237	182
Precio (US\$/Tm)	2 866	2 957	3 863	5 388	3 842	2 930	4 028
Resto de Agrícolas 1/	14	12	21	37	61	75	72
Mineros	18 101	16 482	21 903	27 526	27 467	23 789	20 545
Cobre 2/	7 277	5 935	8 879	10 721	10 731	9 821	8 875
Volumen (Miles Tm)	1 243	1 246	1 256	1 262	1 406	1 404	1 402
Precio (¢US\$/Lb)	266	216	321	385	346	317	287
Estaño	663	591	842	776	558	528	540
Volumen (Miles Tm)	38	37	39	32	26	24	25
Precio (¢US\$/Lb)	786	723	978	1 103	991	1 005	993
Hierro	385	298	523	1 030	845	857	647
Volumen (Millones Tm)	7	7	8	9	10	10	11
Precio (US\$/Tm)	56	44	66	111	86	83	57
Oro	5 586	6 791	7 745	10 235	10 746	8 536	6 729
Volumen (Miles Oz. Troy)	6 418	6 972	6 335	6 492	6 427	6 047	5 323
Precio (US\$/Oz. Troy)	870	974	1 223	1 577	1 672	1 412	1 264
Plata refinada	595	214	118	219	210	479	331
Cobre 2/	7 277	5 935	8 879	10 721	10 731	9 821	8 875
Volumen (Miles Tm)	1 243	1 246	1 256	1 262	1 406	1 404	1 402
Precio (¢US\$/Lb)	266	216	321	385	346	317	287
Estaño	663	591	842	776	558	528	540
Estaño	663	591	842	776	558	528	540
Volumen (Miles Tm)	38	37	39	32	26	24	25
Precio (¢US\$/Lb)	786	723	978	1 103	991	1 005	993
Hierro	385	298	523	1 030	845	857	647
Volumen (Millones Tm)	7	7	8	9	10	10	11
Precio (US\$/Tm)	56	44	66	111	86	83	57

(continúa)

Alineación: derecha
Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 12 puntos

(continuación)

Principales Productos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 P/
Plomo 2/	1 136	1 116	1 579	2 427	2 575	1 776	1 523
Volumen (Miles Tm)	525	682	770	988	1 170	855	768
Precio (¢US\$/Lb)	98	74	93	111	100	94	90
Zinc	1 468	1 233	1 696	1 523	1 352	1 414	1 504
Volumen (Miles Tm)	1 457	1 373	1 314	1 007	1 016	1 079	1 149
Precio (¢US\$/Lb)	46	41	59	69	60	59	59
Molibdeno	943	276	492	564	428	356	360
Volumen (Miles Tm)	18	12	17	19	18	18	16
Precio (¢US\$/Lb.)	2 343	1 024	1 337	1 315	1 087	874	991
Resto de Mineros 3/	48	27	29	31	22	23	38
Petróleo y Gas Natural	2 681	1 921	3 088	4 568	4 996	5 271	4 562
Petróleo y derivados	2 681	1 921	2 805	3 284	3 665	3 899	3 776
Volumen (Millones de Barriles)	31	33	37	32	36	39	41
Precio (US\$/Barril)	86	57	76	102	103	99	92
Gas natural	-	-	284	1 284	1 331	1 372	786
Volumen (Miles m3)	-	-	3 605	8 969	8 737	9 562	9 227
Precio (US\$/m3)	-	-	79	143	152	143	85
II. Productos No Tradicionales	7 562	6 196	7 699	10 176	11 197	11 069	11 677
III. Otros 4/	190	154	254	304	345	238	171

Para insertar las notas y fuentes de una tabla y/o figura, revisar la guía actualizada del [formato de presentación para tesis y/o trabajos de investigación \(sección tablas y figuras, p. 3\)](#)

Tabla CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.3

Exportación FOB, según principales productos, 2008-2014

Espaciado posterior: 6 ptos.

Grupo de edad / Ámbito geográfico	2002	2003	2004	2005	2006	2017	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	9,5	9,6	9,7	9,8	9,9	9,9	10,0	10,1	10,1	10,1	10,0	10,0	10,1	10,0	10,0
Resto país	8,9	9,0	9,1	9,2	9,3	9,4	9,4	9,5	9,5	9,5	9,4	9,4	9,5	9,4	9,4
Lima Metropolitana 2/	10,8	10,9	10,9	11,0	11,0	11,0	11,0	11,1	11,1	11,1	11,0	11,0	11,1	11,0	11,0
Grupos de edad															
De 15 a 19 años	9,2	9,3	9,4	9,4	9,4	9,6	9,6	9,7	9,8	9,7	9,6	9,6	9,7	9,6	9,6
De 20 a 29 años	10,6	10,8	10,8	11,0	11,1	11,2	11,4	11,5	11,6	11,5	11,4	11,4	11,5	11,4	11,4
De 30 a 39 años	10,0	10,1	10,3	10,3	10,3	10,4	10,4	10,5	10,4	10,5	10,4	10,4	10,5	10,4	10,4
De 40 a 49 años	9,5	9,4	9,7	9,7	9,8	9,8	9,8	9,9	9,9	9,9	9,8	9,8	9,9	9,8	9,8
De 50 a 59 años	8,5	8,8	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	9,5	9,3	9,5	9,3	9,3	9,5	9,3	9,3
De 60 y más años	7,0	7,2	7,1	7,2	7,2	7,4	7,5	7,7	7,7	7,7	7,5	7,5	7,7	7,5	7,5
Área de residencia															
Urbana	10,4	10,5	10,5	10,6	10,6	10,6	10,7	10,8	10,7	10,8	10,7	10,7	10,8	10,7	10,7
Rural	6,9	7,0	7,2	7,2	7,3	7,3	7,4	7,5	7,6	7,5	7,4	7,4	7,5	7,4	7,4

5 CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS



Se dejará dos (2) espacios

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

*Espaciado posterior: 6 ptos.
Sangría: 1,25 cm en la primera línea de cada párrafo, a partir del segundo párrafo.*

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Se dejará un (1) espacio antes de cada subtítulo.

5.1 Primer subtítulo

Espaciado posterior: 6 ptos.

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Se dejará un (1) espacio antes de cada subtítulo.

5.2 Segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.



Espaciado posterior: 6 ptos. después de cada subtítulo

5.2.1 División del segundo subtítulo

Primer párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

Segundo párrafo. Este es un texto de ejemplo sobre el uso de sangrías al inicio de cada párrafo.

6 CONCLUSIONES



Se dejará dos (2) espacios

- Este es un texto de ejemplo de la primera conclusión. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la segunda conclusión. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la tercera conclusión. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la cuarta conclusión. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.

Espaciado posterior: 6 ptos.

Pueden incluirse las conclusiones que consideren necesarias.

7 RECOMENDACIONES



Se dejará dos (2) espacios

- Este es un texto de ejemplo de la primera recomendación. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la segunda recomendación. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la tercera recomendación. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.
- Este es un texto de ejemplo de la cuarta recomendación. El texto debe ir justificado en toda la hoja de trabajo.

Espaciado posterior: 6 ptos.

Pueden incluirse las recomendaciones que consideren necesarias.

8 REFERENCIAS

Se dejará dos (2) espacios

¶

¶

American Psychological Association. (2010). *Publication manual of the American Psychological Association* (4th ed.). Autor.

Boluarte Chávez, R. (2009). *Medidas para el fortalecimiento del Sistema Interamericano de Derechos Humanos* (tesis de licenciatura). Universidad de Lima.

Bonet, E. (2 de febrero del 2011). Miles de personas oran en la plaza Tahrir de El Cairo. *El Tiempo*. <http://www.eltiempo.com/>

Bravo, C. (10 de julio de 2014). Cómo vender productos sin hacer branding en un e-commerce [mensaje en un blog]. <http://www.marketingguerrilla.es/como-vender-productos-sin-hacer-branding-en-un-e-commerce/>

Choque Callizaya, S. A. (2010). *La actitud de los padres de familia frente a la violencia pedagógica* (tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia). <http://tesislatinoamericanas.info/index.php/record/view/33656>

Ciencia de la Ciencia. (15 de febrero de 2016). ¿Qué es el método científico? [archivo de video]. <https://youtu.be/4uKxILV7HOI>

Cobo Romani, C. y Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food* [versión PDF]. <http://www.planetaweb2.net/>

Euromonitor. (2019a). *Brand Shares of breakfast cereals* [Comparación de marcas en cereales para el desayuno]. <http://www.portal.euromonitor.com/>

Euromonitor. (2019b). *Company Shares of Breakfast Cereals* [Comparación de empresas en cereales para el desayuno]. <http://www.portal.euromonitor.com/>

Euromonitor. (2019c). *Market Sizes* [Tamaño del Mercado]. <http://www.portal.euromonitor.com/>

Google. (s.f.). [Mapa de la Universidad de Lima, Perú en Google Maps]. Recuperado el 25 de febrero del 2019, de:
<https://www.google.com/maps/place/Universidad+de+Lima/@-12.0847243,-76.9731982,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x9105c7b2985b2f5d:0xc55a9050acb093fc!8m2!3d-12.0847243!4d-76.9710095>

Ipsos Opinión y Mercado. (2010). *Perfil del ama de casa peruana: Perú urbano* [encuesta]. <https://www.ipsos.com/es-pe>

Jacsó, P. (2004). Citation-enhanced indexing/ abstracting databases. *Online Information Review*, 28(3), 235-238. http://dx.doi.org/10.1108/14684520410543689_

Alineación:
izquierda
Espaciado
posterior: 12
puntos
Fuente: Times
New Roman
Interlineado:
sencillo
Sangría
francesa: 1,25 cm
Tamaño de
fuente: 12 puntos

- Logo de marcas. (2019). Amazon Logo. Recuperado de <https://logosmarcas.com/amazon-logo/>
- Pifarré, M. J. (enero-junio del 2013). Internet y redes sociales: un nuevo contexto para el delito. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 16, 40-43.
<http://www.redalyc.org/revista.oa?id=788>
- Takeuchi, H. (2011). Fast Retailing Group (caso 711-496). Recuperado del sitio de internet de Universidad Harvard, Escuela de Negocios:
<https://www.harvard.edu/>
- Utilidades de 100 empresas líderes de BVL crecieron 97% en primer semestre. (4 de agosto de 2016). *Gestión*, p. 6.
- Vidal, V. (20 de noviembre de 2018). Marketing: las estrategias digitales con enfoque en el usuario. *Semana económica*.
<http://semanaeconomica.com/article/management/marketing/314242-estrategias-digitales-con-enfoque-en-el-usuario/?ref=especial>

Lista de fuentes citadas en el texto, que permite su identificación precisa, con el fin de que el lector pueda localizarlas para cerciorarse de la información contenida allí o para complementarla.

9 BIBLIOGRAFÍA



Se dejará dos (2) espacios



- Cabanne, P. (1993). *Hombre, creación y arte* (Vols. 1-5). Barcelona: Argos-Vergara.
- Gutiérrez Pulido, H. y Vara Salazar, R. (2013). *Control estadístico de calidad y Seis Sigma* (2ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández Zubizarreta, J. (Ed.). (2012). *Diccionario crítico de empresas transnacionales: claves para enfrentar el poder de las grandes corporaciones*. Barcelona: Icaria.
- Hilera, J. R., García, E. y de-Marcos, L. (2010). Análisis comparativo de estándares y modelos de calidad en e-learning. En J. R. Hilera, F. Cervantes y L. Bengochea (Eds.), *I Congreso Iberoamericano sobre Calidad de la Formación Virtual: CAFVIR 2010* (pp. 167-172). Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá. Recuperado de <http://www.ugr.es/~cafvir2015/documentos/LibroActasCAFVIR2010.pdf>
- Sowell, T. (2013). *Economía básica: un manual de economía escrito desde el sentido común* (1ª ed.). Barcelona: Deusto.
- Zea, L. (2007). América Latina: largo viaje hacia sí misma. En D. Pantoja (Comp.), *Antología del pensamiento latinoamericano sobre la educación, la cultura y las universidades* (pp. 125-138). México: Uduel.

Alineación:
izquierda
Espaciado
posterior: 12
puntos
Fuente: Times
New Roman
Interlineado:
sencillo
Sangría francesa:
1,25 cm
Tamaño de fuente:
12 puntos

Opcional

Lista de trabajos que no se han citado en el documento pero que sirvieron de fundamento o son útiles para una lectura posterior.

ANEXOS



Alineación: centrado
Fuente: Times New Roman
Mayúsculas
Tamaño de fuente: 20 puntos
Espaciado superior: 13 espacios

Estilo de fuente: negrita
Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 16 puntos
Alineación: centrado



Anexo 1: Título del anexo

© 2019

Elaborado por:

Dennis Cuellar Ascencio

Biblioteca Universidad de Lima

Coordinador del Repositorio Institucional Ulima

Gestión de Servicios al Usuario

Área de formación de usuarios

437-6767 – 30915. ✉ dcuellar@ulima.edu.pe

biblioteca.ulima.edu.pe f facebook.com/bibliotecaulima