



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
ANTOLOGÍA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Clave: L30078

Núcleo de formación: Sustantivo

Área curricular: Finanzas

Carácter de la UA: Obligatoria

UNIDAD DE APRENDIZAJE:

PROYECTOS DE INVERSIÓN

PROGRAMA EDUCATIVO

LICENCIATURA EN CONTADURÍA

ELABORADO POR:

Autor	M. en F. Marcela de la Colina Reyes
Coautor	Dr. en Ed. María del Carmen Hernández Silva
Coautor	Dr. en C.A. Filiberto Enrique Valdés Medina
Coautor	Dr. en A. Er Navas Maldonado
Coautor	Dr. en C.E.A. María del Rosario Demuner Flores

SEPTIEMBRE, 2019

DATOS DE PROGRAMA (IDENTIFICACIÓN)

Unidad de Aprendizaje: Proyectos de Inversión

Programas Educativos en los que se Imparte: Licenciatura en Contaduría, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Informática Administrativa

Área de Docencia: Finanzas

Tipo de Unidad de Aprendizaje: CTP – Curso Teórico Práctico

Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria

Núcleo de Formación: Sustantivo

Modalidad: Presencial

Horas Teoría: 3

Horas Práctica: 1

Total de Créditos: 7

Tabla de contenido

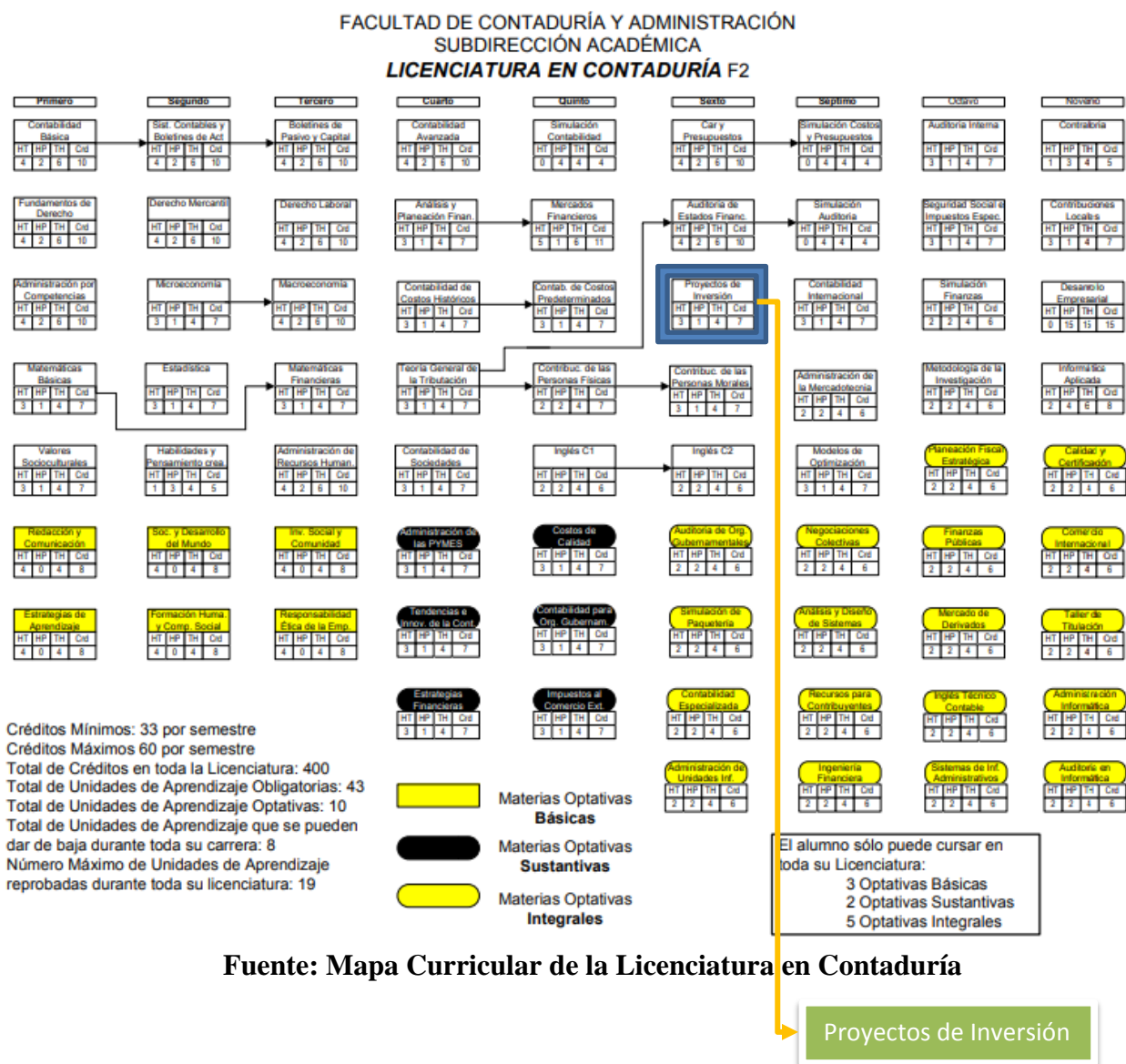
1. Mapa Curricular: Licenciatura en Contaduría	1
2. Presentación.....	2
3. Introducción	3
4. Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.	4
5. Resumen de la Pertinencia de los Materiales Con los Objetivos y Contenidos de las Unidades de Aprendizaje.	9
6. Índice de Tablas.....	14
7. Índice de Figuras	14
8. Contenido Programático	19
UNIDAD DE COMPETENCIA I	19
Título del artículo: “Los proyectos y los planes de negocios”	20
Título del artículo: “Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis.”	26
Título del artículo: “Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias”	32
Título del artículo: “Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión”	39
Título del artículo: “Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio”	44
Título del artículo: “Comparativo de los Métodos de Mínimos Cuadrados y Eliminación de Gauss-Jordan para la Resolución de Sistema de Ecuaciones en el tema de Regresión Lineal”	49
Título del artículo: “Análisis Económico de los Proyectos de Inversión”	51
UNIDAD DE COMPETENCIA II	57
Título del artículo: “Importancia de una investigación de mercado”	58
Título del artículo: “La clasificación de los Productos en el Marketing”	63
Título del artículo: “Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica”	69
Título del artículo: “La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones”	74
Título del artículo: “El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación”	80
Título del artículo: “Satisfacción y poder en los canales de distribución”	87
Título del artículo: “La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P’s”	92
Título del artículo: “Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa”	98
UNIDAD DE COMPETENCIA III	104

Título del artículo: “Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar”	105
Título del artículo: “Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores”	110
Título del artículo: “Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales”	114
Título del artículo: “Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración”	119
Título del artículo: “La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial”	124
Título del artículo: “Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos”	130
Título del artículo: “La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios”	135
Título del artículo: “Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico”	140
UNIDAD DE COMPETENCIA IV	146
Título del artículo: “Modelo de Gestión Financiera para una Organización”	147
Título del artículo: “Estados Financieros Proforma”	151
Título del artículo: “Administración del Capital de Trabajo”	159
Título del artículo: “El costo de capital depende de los flujos de caja libre”	160
Título del artículo: “WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores”	165
Título del artículo: “Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente”	169
Título del artículo: “El apalancamiento, financiación y rentabilidad”	174
Título del artículo: “Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes”	179
Título del artículo: “El emprendimiento y crecimiento de las Pymes”	184
UNIDAD DE COMPETENCIA V	188
Título del artículo: “Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?”	189
Título del artículo: “El apoyo a la innovación de la PyME en México. Un estudio exploratorio” 194	
9. ANEXOS	200
10. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA	202

1. Mapa Curricular: Licenciatura en Contaduría

En la figura 1 se muestra el mapa curricular de la Licenciatura en Contaduría, y la ubicación de la Unidad de Aprendizaje Proyectos de Inversión dentro del mismo mapa.

Figura 1. Mapa curricular de la licenciatura en contaduría



Fuente: Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría

2. Presentación

El programa de Proyectos de Inversión está ubicado en el sexto semestre del plan de estudios de la Licenciatura en Contaduría F2, y tiene como objetivo que el alumno desarrolle las técnicas y métodos de análisis y ejecución de proyectos de inversión que coadyuven en la toma de decisiones tanto de financiamiento, así como su respectivo impacto en el riesgo del proyecto.

La unidad de aprendizaje se divide en cinco unidades de competencia, mismas que se observan en la figura 2.

Figura 2. Unidades de competencia



Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría F2 de la UA Proyectos de Inversión.

La presente antología está diseñada principalmente para los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración, pertenecientes a la Licenciatura en Contaduría cursando el sexto semestre. Además, puede ser utilizada por docentes, alumnos o profesionales que busquen adquirir conocimientos relativos a los proyectos de inversión, y aplicación profesional. En las tablas 1 y 2 se muestra la selección, organización y relación del material con la unidad de aprendizaje, incluyendo los aprendizajes esperados y su relación con los objetivos.

3. Introducción

El objetivo principal de la presente antología es soportar la propuesta curricular de la Licenciatura en Contaduría en su plan F2, brindando a los estudiantes herramientas que les permitan obtener conocimiento de mejor manera, con la finalidad de generar planteamientos basados en información relevante, para presentar adecuadamente la formulación e interpretación de iniciativas de inversión e emprendimiento, así mismo se busca que el alumno comprenda el entorno de los Proyectos de Inversión, basados en los conocimientos sobre las técnicas y métodos para la aceptación o rechazo de los mismos, así como la estructura de financiamiento, e impacto en el riesgo del proyecto, todo lo anterior bajo una perspectiva de crítica constructiva.

El material de este documento está basado en investigación y análisis del marco teórico-conceptual, que engloba a la formulación de proyectos mediante los aspectos generales y particulares que los enmarcan, incluyendo las herramientas cuantitativas básicas para la toma de decisiones económico-financieras. Así mismo se integran herramientas que facilitan el entendimiento de las etapas que conforman un proyecto de inversión, principalmente las referentes a los estudios de: mercado, técnico, administrativo, legal, y financiero, analizando su factibilidad dentro del entorno de la aceptación o rechazo de la inversión, que implica adicionalmente la combinación óptima de financiamiento del proyecto a través de la estructura de capital deseada, determinada por el capital accionario y pasivos de corto y largo plazo.

En el mismo sentido, el presente material considera una estructura teórica-práctica con el objetivo de esclarecer los conceptos y llevarlos a la práctica, considerando lo anterior en el conjunto de actividades de las unidades de competencia, y de este modo se presenta el material didáctico basado en el programa de Proyectos de Inversión, de la Licenciatura en Contaduría, perteneciente a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México.

4. Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Tabla 1. Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Unidad de Competencia:		Unidad 1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión, incluyendo las herramientas cuantitativas básicas para la toma de decisiones económico-financieras.	
Objetivo de la Unidad de Competencia	Identificar las herramientas y principios esenciales que sustentan la formulación y evaluación de los proyectos de inversión.		
Contenido	Lectura y su relación con la unidad de aprendizaje	Aprendizajes Esperados en el alumno	
1.1.- Marco conceptual de los proyectos de inversión	1.-Los proyectos y los planes de negocio 2.-Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis	El estudiante conoce y entiende los las bases conceptuales inherentes a la formulación de proyectos de inversión.	
1.2.- Identificación de los proyectos de inversión	3.-Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.	El estudiante identifica el nivel de detalle de los estudios inherentes a una iniciativa de inversión, en comparación con el establecimiento de las directrices generales de la evaluación del planteamiento y modelo de negocios.	
1.3.- El proceso de preparación y evaluación de proyectos de inversión	4.-Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión.	El estudiante resumirá los elementos clave para determinar la factibilidad de los estudios que integran un proyecto de inversión.	
1.4.- Herramientas estadísticas de análisis de información	5.-Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un caso de estudio	El alumno evaluará las ventajas y desventajas de las herramientas estadísticas que intervienen en un análisis de riesgo en la inversión.	
1.5.- Herramientas de matemáticas financieras	6.-Comparativo de los Métodos de Mínimos Cuadrados y Eliminación de Gauss-Jordan para la Resolución de Sistemas de Ecuaciones en el tema de Regresión Lineal	El alumno analizará la aplicación de herramientas estadísticas en la toma de decisiones de inversión y riesgo en los proyectos de inversión.	
1.6.- Otras opciones de alternativas de inversión	7.-Análisis Económico de Proyectos de Inversión	El alumno comprenderá las principales herramientas aplicadas en la evaluación de los proyectos de inversión.	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 1. (Cont.) Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Unidad de Competencia:		
Unidad 2.- Estudio de Mercado		
Objetivo de la Unidad de Competencia	Realizar un estudio de mercado abarcando la clasificación de los productos, la estructura y tamaño de mercado, el análisis de la oferta y demanda, fijación de precios, canales de distribución y promoción.	
Contenido	Lectura y su relación con la unidad de aprendizaje	Aprendizajes Esperados en el alumno
2.1.-Metodología para realizar el estudio de mercado	1.-Importancia de una investigación de mercado	El alumno comprenderá la trascendencia de la realización de un estudio de mercado como factor de éxito en la formulación de un proyecto de inversión.
2.2.-Clasificación de los productos	2.-La clasificación de los Productos en el Marketing	El alumno analizará la taxonomía de productos como requisito indispensable en el establecimiento de acciones de marketing.
2.3.-Estructura y tamaño del mercado	3.-Conceptos básicos de mercado y segmentación de mercado	El alumno analizará el tamaño del mercado meta, para enfocar de una manera congruente los esfuerzos de mercadotecnia.
2.4.-Análisis de la oferta y la demanda	4.-El mercado, la demanda y el comportamiento del consumidor	El alumno determinara quienes son los principales competidores, así como la demanda actual de los bienes o servicios a ofrecer por la iniciativa de negocio.
2.5.-Análisis de precios	5.-Fijación de Precios	El alumno analizará las diversas opciones relativas a la fijación de precios, y su importancia para la viabilidad del proyecto.
2.6.-Análisis de los canales de distribución y promoción	6.-Satisfacción y poder en los canales de distribución	El estudiante identificará el tipo de canal que permita cubrir la demanda de una forma óptima.
2.7.-Las “p” de la mercadotecnia	7.-La mezcla de la mercadotecnia: Las 4 P’s	El alumno comprenderá la interrelación del precio, plaza, producto y promoción como factores de éxito en los proyectos de inversión.
2.8.-Definición de información necesaria	8.-Las segundas partes sí pueden ser mejores: Algunas Reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa	El alumno comprenderá la necesidad del uso de datos primarios y secundarios en una investigación de mercado.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 1. (Cont.) Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Unidad de Competencia:		Unidad 3.- Estudio Técnico (Incluye elementos administrativos y jurídicos)	
Objetivo de la Unidad de Competencia	Profundizar en los aspectos relativos a la tecnología e ingeniería necesaria para llevar a cabo el proyecto, los aspectos legales y administrativos necesarios para la operación del proyecto.		
Contenido	Lectura y su relación con la unidad de aprendizaje	Aprendizajes Esperados en el alumno	
3.1.- Organización y gestión administrativa	1.-Marco Legal - Formas o modalidades legales para operar	El alumno identificará la conveniencia de la adopción de ciertas figuras jurídicas en el éxito del proyecto.	
3.2.- Regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento	2.-Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los Trabajadores	El alumno aprenderá lo relacionado con las regulaciones legales, y ambientales, así como tópicos administrativos-jurídicos necesarios para la operación de las organizaciones.	
3.3.-Tópicos jurídicos	3.-Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países		
3.4.-Constitución jurídica	4.-Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración		
3.5.-Costos y gastos de arranque	5.-La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	El alumno comprenderá la relación y diferencia entre los costos y gastos, tanto de arranque como de operación.	
3.6.-Otros trámites	6.-Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos	El estudiante comprenderá la importancia de regulaciones a las que no está obligado por ley, y sin embargo son de gran trascendencia para la exitosa operación de las entidades.	
3.7.-Costo de inversión en activos fijos y variables	7.-La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	El alumno calculará el impacto de las inversiones de activo fijos en la estructura financiera de la organización.	
3.8.-Costos y gastos de fabricación	8.-Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico	El alumno analizará la relación de los costos y gastos en la generación de utilidades de un proyecto.	
3.9.-Gastos de operación			

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 1. (Cont.) Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Unidad de Unidad 4.- Estudio Financiero		
Competencia:		
Objetivo de la Unidad Competencia	Estimar los presupuestos, y necesidades de financiamiento así como preparar los estados de resultados pro-forma y evaluar la viabilidad del proyecto.	
Contenido	Lectura y su relación con la unidad de aprendizaje	Aprendizajes Esperados en el alumno
4.1.-Estimar las necesidades de financiamiento	1.-Modelo de Gestión Financiera para una Organización Perspectivas	Al alumno aprenderá a determinar la estructura de capital, considerando diversas fuentes de fondeo.
4.2.-Preparar el Estado de Resultados pro-forma	2.-Estados Financieros Pro-Forma	El alumno realizará balances y resultados proforma necesarios para determinar el flujo de efectivo.
4.3.-Construir la proyección de flujos de efectivo futuros	3.-Administración del Capital de Trabajo	El alumno formulará el estado de flujo de efectivo considerando el impacto de capital de trabajo.
4.4.-Calcular el costo de capital	4.-De vuelta a lo básico: El costo de capital depende de los flujos de caja libre 5.-WACC: definición, interpretaciones equivocadas y errores	El alumno calculará el costo promedio ponderado de todas las fuentes de financiamiento.
4.5.-Preparar el balance pro-forma	6.-Estados Financieros Pro-Forma	El alumno será capaz de preparar el balance pro-forma.
4.6.-Evaluar la viabilidad del proyecto	7.-Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	El estudiante evaluará mediante herramientas de análisis y evaluación financiera, la viabilidad económica del proyecto.
4.7.-Análisis e incorporación del riesgo cuantitativo	8.-El Apalancamiento. Financiación y Rentabilidad	El alumno evaluará la proporción de rentabilidad-riesgo, basado en el análisis del endeudamiento.
4.8.-Análisis de sensibilidad	9.-Análisis de Sensibilidad de Indicadores Financieros en la Evaluación de Inversiones en MIPYMES.	El alumno identificará los factores que tienen mayor impacto en la rentabilidad del proyecto, mediante un A. de sensibilidad.
4.9.-Selección del proyecto y plan de ejecución	10.-El emprendimiento y crecimiento de las Pymes	El alumno comprenderá cuáles son los factores para la selección del proyecto, la puesta en marcha del mismo.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 1. (Cont.) Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.

Unidad de Competencia:			Unidad 5. Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento.
Objetivo de la Unidad de Competencia			Conocer las convocatorias y reglas de operación de programas gubernamentales.
Contenido	Lectura y su relación con la unidad de aprendizaje	Aprendizajes Esperados en el alumno	
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatorias y Reglas de operación de programas de la Secretaría de Economía, INADEM. • Programas del Instituto Mexiquense del Emprendedor (Gobierno estatal) 	<p>1.-Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?</p> <p>2.-El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio</p>	<p>El alumno identificará diferentes opciones de financiamiento de los proyectos de inversión.</p>	

Fuente: Elaboración Propia.

5. Resumen de la Pertinencia de los Materiales Con los Objetivos y Contenidos de las Unidades de Aprendizaje.

Tabla 2. Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.

Unidad de Competencia:		Unidad 1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión, incluyendo las herramientas cuantitativas básicas para la toma de decisiones económico-financieras.	
Objetivo de la Unidad de Competencia		Identificar las herramientas y principios esenciales que sustentan la formulación y evaluación de los proyectos de inversión.	
Contenido	Lectura	Relación de la lectura con los contenidos y objetivos de la Unidad de Aprendizaje	
1.1.- Marco conceptual de los proyectos de inversión	1.-Los proyectos y los planes de negocio 2.-Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis	Las lecturas apoyan la comprensión de las bases teóricas-conceptuales de los proyectos de inversión, y los planes de negocios.	
1.2.- Identificación de los proyectos de inversión	3.-Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias	La lectura es relevante ya que identifica el alcance de los proyectos de inversión y su diferencia con los planes de negocio.	
1.3.- El proceso de preparación y evaluación de proyectos de inversión	4.-Estudio de Factibilidad en el Sistema de Dirección por Proyectos de Inversión	La lectura facilita la comprensión del proceso de preparación y evaluación de proyectos de inversión mediante el análisis de la factibilidad de su proceso de dirección.	
1.4.- Herramientas estadísticas de análisis de información	6.-Comparativo de los Métodos de Mínimos Cuadrados y Eliminación de Gauss-Jordan para la Resolución de Sistemas de Ecuaciones en el tema de Regresión Lineal	La lectura ejemplifica el uso de la regresión lineal como herramienta para la determinación de las variables relevantes, en un análisis determinado.	
1.5.- Herramientas de matemáticas financieras	5.-Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un caso de estudio	La lectura aborda el análisis de riesgo de los proyectos, utilizando tasas de descuento, tasas de inflación, y tasas de crecimiento, y técnicas relevantes en las matemáticas financieras.	
1.6.- Otras opciones de alternativas de inversión	7.-Análisis Económico de Proyectos de Inversión	La lectura permite comprender las medidas de evaluación de los proyectos, aspectos base para la selección de alternativas de inversión.	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 2. (Cont.) Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.

Unidad de Competencia: Unidad 2.- Estudio de Mercado		
Objetivo de la Unidad de Competencia	Realizar un estudio de mercado abarcando la clasificación de los productos, la estructura y tamaño de mercado, el análisis de la oferta y demanda, fijación de precios, canales de distribución y promoción.	
Contenido	Lectura	Relación de la lectura con los contenidos y objetivos de la Unidad de Aprendizaje
2.1.-Metodología para realizar el estudio de mercado	1.-Importancia de una investigación de mercado	La lectura identifica la trascendencia de las investigaciones de mercado, así como su base estructural.
2.2.-Clasificación de los productos	2.-La clasificación de los Productos en el Marketing	La lectura ejemplifica desde el punto de vista del marketing, una propuesta de clasificación de los productos.
2.3.-Estructura y tamaño del mercado	3.-Conceptos básicos de mercado y segmentación de mercado	La lectura destaca la necesidad de segmentar el mercado, para una mejor comprensión de su tamaño y estructura.
2.4.-Análisis de la oferta y la demanda	4.-El mercado, la demanda y el comportamiento del consumidor	La lectura se enfoca en el estudio del comportamiento del consumidor, el cual es requisito fundamental para la determinación de la oferta.
2.5.-Análisis de precios	5.-Fijación de Precios	La lectura aborda las diversas vertientes de fijación de precios, aspecto importante al realizar el análisis de precios.
2.6.-Análisis de los canales de distribución y promoción	6.-Satisfacción y poder en los canales de distribución	La lectura destaca el impacto de los canales de distribución y promoción en el éxito de los objetivos de ventas.
2.7.-Las “p” de la mercadotecnia	7.-La mezcla de la mercadotecnia: Las 4 P’s	La lectura aborda la importancia de la correcta interrelación del producto, precio, plaza y promoción, para el éxito de la comercialización.
2.8.-Definición de información necesaria	8.-Las segundas partes sí pueden ser mejores: Algunas Reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa	La lectura presenta reflexiones sobre el uso de datos secundarios, mismos que son imprescindibles en la toma de decisiones para los proyectos de inversión.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 2. (Cont.) Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.

Unidad de Competencia:		
Unidad 3.- Estudio Técnico		
Objetivo de la Unidad de Competencia	Profundizar en los aspectos relativos a la tecnología e ingeniería necesaria para llevar a cabo el proyecto, los aspectos legales y administrativos necesarios para la operación del proyecto.	
Contenido	Lectura	Relación de la lectura con los contenidos y objetivos de la Unidad de Aprendizaje
3.1.- Organización y gestión administrativa	1.-Marco Legal - Formas o modalidades legales para operar	La lectura destaca las diversas formas legales, que impactan la estructura de organización que puede asumir un proyecto. Las lecturas abordan temas relacionados con el marco jurídico – económico, y obligaciones legales de cumplimiento obligado de todas las empresas.
3.2.- Regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento	2.-Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los Trabajadores	
3.3.-Tópicos jurídicos	3.-Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países	
3.4.-Constitución jurídica	4.-Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración	
3.5.-Costos y gastos de arranque	5.-La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	La lectura presenta los costos, sistemas de control de gestión y rentabilidad empresarial, y su relación con el arranque de los proyectos.
3.6.-Otros trámites	6.-Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos	La lectura destaca la necesidad de considerar la protección intelectual, como buena práctica empresarial.
3.7.-Costo de inversión en activos fijos y variables	7.-La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	La lectura destaca la importancia el costo de inversión en activos fijos y variables, y el impacto fiscal de los mismos como estrategia financiera.
3.8.-Costos y gastos de fabricación	8.-Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico	La lectura ejemplifica la manera en que los costos y gastos de operación y fabricación pueden impulsar la competitividad.
3.9.-Gastos de operación		

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 2. (Cont.) Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.

Unidad de Competencia:		Unidad 4.- Estudio Financiero	
Objetivo de la Unidad de Competencia	Estimar los presupuestos, y necesidades de financiamiento así como preparar los estados de resultados pro-forma y evaluar la viabilidad del proyecto.		
Contenido	Lectura	Relación de la lectura con los contenidos y objetivos de la Unidad de Aprendizaje	
4.1.-Estimar las necesidades de financiamiento	1.-Modelo de Gestión Financiera para una Organización Perspectivas	La lectura permite visualizar la importancia de las fuentes de financiamiento en la gestión financiera adecuada.	
4.2.-Preparar el Estado de Resultados pro-forma	2.-Estados Financieros Pro-Forma	La lectura aborda la importancia y preparación de los estados financieros proforma.	
4.3.-Construir la proyección de flujos de efectivo futuros	3.-Administración del Capital de Trabajo	La lectura permite comprender la importancia de la correcta administración del capital de trabajo en los flujos de efectivo.	
4.4.-Calcular el costo de capital	4.-De vuelta a lo básico: El costo de capital depende de los flujos de caja libre 5.-WACC: definición, interpretaciones equivocadas y errores	Las lecturas abordan la conceptualización, determinación, e importancia del costo de capital en la evaluación de los proyectos de inversión.	
4.5.-Preparar el balance pro-forma	6.-Estados Financieros Pro-Forma	La lectura apoya la comprensión necesaria para la preparación de los estados financieros pro-forma.	
4.6.-Evaluar la viabilidad del proyecto	7.-Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	La lectura aborda técnicas de análisis financiero, que representan modelos de evaluación deseables en los proyectos de inversión.	
4.7.-Análisis e incorporación del riesgo cuantitativo	8.-El Apalancamiento. Financiación y Rentabilidad	La lectura aborda el endeudamiento dentro de la estructura de capital, aspecto fundamental en el análisis de riesgo de un proyecto.	
4.8.-Análisis de sensibilidad	9.-Análisis de Sensibilidad de Indicadores Financieros en la Evaluación de Inversiones en MIPYMES	La lectura apoya la comprensión del análisis de sensibilidad de indicadores financieros.	
4.9.-Selección del proyecto y plan de ejecución	10.-El emprendimiento y crecimiento de las Pymes	La lectura amplía el conocimiento del estado del emprendimiento en pymes, aspecto importante en la selección del proyecto y plan de ejecución.	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 2. (Cont.) Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.

Unidad de Competencia:		Unidad 5. Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento.	
Objetivo de la Unidad de Competencia		Conocer las convocatorias y reglas de operación de programas gubernamentales.	
Contenido	Lectura	Relación de la lectura con los contenidos y objetivos de la Unidad de Aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatorias y Reglas de operación de programas de la Secretaría de Economía, INADEM. • Programas del Instituto Mexiquense del Emprendedor (Gobierno estatal) 	<p>1.-Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?</p> <p>2.-El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio</p>	Las lecturas muestran los retos en el financiamiento a pymes en México.	

Fuente: Elaboración Propia.

6. Índice de Tablas

Tabla 1. Resumen de la Relación, Justificación, Organización y aprendizajes esperados de las lecturas seleccionadas.	4
Tabla 2. Resumen De La Pertinencia De Los Materiales Con Los Objetivos Y Contenidos De Las Unidades De Aprendizaje.....	9
Tabla 3. Descripción de la unidad de competencia I.....	19
Tabla 4. Descripción de la unidad de competencia II	57
Tabla 5. Descripción de la unidad de competencia III.....	104
Tabla 6. Descripción de la unidad de competencia IV	146
Tabla 7. Descripción de la unidad de competencia V	188

7. Índice de Figuras

Figura 1. Mapa curricular de la licenciatura en contaduría	1
Figura 2.Unidades de competencia	2
Figura 3.Sopa de letras. Los proyectos y los planes de negocios.....	22
Figura 4. Crucigrama. Los proyectos y los planes de negocios	23
Figura 5.Sopa de letras (Respuestas). Los proyectos y los planes de negocios	25
Figura 6. Crucigrama (Respuestas). Los proyectos y los planes de negocios	26
Figura 7.Sopa de letras. Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.....	29
Figura 8. Crucigrama. Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.	30
Figura 9.Sopa de letras (Respuestas). Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.....	31
Figura 10. Crucigrama (Respuestas). Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.	32
Figura 11.Sopa de letras. Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.	34
Figura 12. Crucigrama. Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.	35
Figura 13.Sopa de letras (Respuestas). Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.....	37
Figura 14. Crucigrama (Respuestas). Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.....	38
Figura 15.Sopa de letras. Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión.....	41
Figura 4. Crucigrama. Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión	42
Figura 17.Sopa de letras (Respuestas). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión.....	43
Figura 18. Crucigrama (Respuestas). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión.....	44
Figura 19.Sopa de letras. Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio	46
Figura 20. Crucigrama. Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio	47

Figura 21.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio.....	48
Figura 22. Crucigrama (Respuestas). Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio.....	49
Figura 23.Sopa de letras. Análisis Económico de Proyectos de Inversión	53
Figura 24. Crucigrama. Análisis Económico de Proyectos de Inversión	54
Figura 25.Sopa de letras (Respuestas). Análisis Económico de Proyectos de Inversión	55
Figura 26. Crucigrama (Respuestas). Análisis Económico de Proyectos de Inversión.....	56
Figura 27.Sopa de letras. Importancia de una investigación de mercado	60
Figura 28. Crucigrama. Importancia de una investigación de mercado	61
Figura 29.Sopa de letras (Respuestas). Importancia de una investigación de mercado	62
Figura 30. Crucigrama (Respuestas). Importancia de una investigación de mercado.....	63
Figura 31.Sopa de letras. La clasificación de los Productos en el Marketing	66
Figura 32. Crucigrama. La clasificación de los Productos en el Marketing.....	67
Figura 33.Sopa de letras (Respuestas). La clasificación de los Productos en el Marketing.....	68
Figura 34. Crucigrama (Respuestas). La clasificación de los Productos en el Marketing	68
Figura 35.Sopa de letras. Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica	71
Figura 36. Crucigrama. Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica.....	72
Figura 37.Sopa de letras (Respuestas). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica	73
Figura 38. Crucigrama (Respuestas). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica	74
Figura 39.Sopa de letras. La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones	77
Figura 40. Crucigrama. La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones	78
Figura 41.Sopa de letras (Respuestas). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones	79
Figura 42. Crucigrama (Respuestas). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones	80
Figura 43.Sopa de letras. El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación.....	83
Figura 44. Crucigrama. El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación	84
Figura 45.Sopa de letras (Respuestas). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación.....	86
Figura 46. Crucigrama (Respuestas). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación	87
Figura 47.Sopa de letras. Satisfacción y poder en los canales de distribución.....	89
Figura 48. Crucigrama. Satisfacción y poder en los canales de distribución	90
Figura 49.Sopa de letras (Respuestas). Satisfacción y poder en los canales de distribución	91
Figura 50. Crucigrama (Respuestas). Satisfacción y poder en los canales de distribución.....	92
Figura 51.Sopa de letras. La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's.....	95
Figura 52. Crucigrama. La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's.....	96
Figura 53.Sopa de letras (Respuestas). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's.....	97
Figura 54. Crucigrama (Respuestas). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's	97

Figura 55.Sopa de letras. Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa.....	100
Figura 56. Crucigrama. Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa	101
Figura 57.Sopa de letras (Respuestas). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa.....	102
Figura 58. Crucigrama (Respuestas). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa	103
Figura 59.Sopa de letras. Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar	107
Figura 60. Crucigrama. Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar	107
Figura 61.Sopa de letras (Respuestas). Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar	109
Figura 62.Sopa de letras. Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores	111
Figura 63. Crucigrama. Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores	112
Figura 64.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores.....	113
Figura 65.Sopa de letras. Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales	116
Figura 66. Crucigrama. Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales	117
Figura 67.Sopa de letras (Respuestas). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales.....	118
Figura 68. Crucigrama (Respuestas). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales.....	119
Figura 69.Sopa de letras. Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración.....	121
Figura 70. Crucigrama. Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración.....	122
Figura 71.Sopa de letras (Respuestas). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración.....	123
Figura 72. Crucigrama (Respuestas). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración.....	124
Figura 73.Sopa de letras. La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	126
Figura 74. Crucigrama. La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	127
Figura 75.Sopa de letras (Respuestas). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	128
Figura 76. Crucigrama (Respuestas). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial	129
Figura 77.Sopa de letras. Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos	132

Figura 78. Crucigrama. Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos	132
Figura 79.Sopa de letras (Respuestas). Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos.....	134
Figura 80. Crucigrama (Respuestas). Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos.....	134
Figura 81.Sopa de letras. La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	137
Figura 82. Crucigrama. La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	138
Figura 83.Sopa de letras (Respuestas). La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	139
Figura 84. Crucigrama (Respuestas). La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios	140
Figura 85.Sopa de letras. Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico.....	142
Figura 86. Crucigrama. Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico.....	143
Figura 87.Sopa de letras (Respuestas). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico	144
Figura 88. Crucigrama (Respuestas). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico	145
Figura 89.Sopa de letras. Modelo de Gestión Financiera para una Organización.....	148
Figura 90. Crucigrama. Modelo de Gestión Financiera para una Organización	149
Figura 91.Sopa de letras (Respuestas). Modelo de Gestión Financiera para una Organización	150
Figura 92. Crucigrama (Respuestas). Modelo de Gestión Financiera para una Organización.....	151
Figura 93.Sopa de letras. Estados Financieros Proforma	156
Figura 94. Crucigrama. Estados Financieros Proforma	156
Figura 95.Sopa de letras (Respuestas). Estados Financieros Proforma.....	158
Figura 96. Crucigrama (Respuestas). Estados Financieros Proforma	158
Figura 97.Sopa de letras. El costo de capital depende de los flujos de caja libre	162
Figura 98. Crucigrama. El costo de capital depende de los flujos de caja libre	163
Figura 99.Sopa de letras (Respuestas). El costo de capital depende de los flujos de caja libre	164
Figura 100. Crucigrama (Respuestas). El costo de capital depende de los flujos de caja libre.....	164
Figura 101.Sopa de letras. WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores.....	167
Figura 102. Crucigrama. WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores	167
Figura 103.Sopa de letras (Respuestas). WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores	168
Figura 104. Crucigrama (Respuestas). WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores	169
Figura 105.Sopa de letras. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	171

Figura 106. Crucigrama. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	172
Figura 107.Sopa de letras (Respuestas). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	173
Figura 108. Crucigrama (Respuestas). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente	174
Figura 109.Sopa de letras. El apalancamiento, financiación y rentabilidad.....	176
Figura 110. Crucigrama. El apalancamiento, financiación y rentabilidad	177
Figura 111.Sopa de letras (Respuestas). El apalancamiento, financiación y rentabilidad	178
Figura 112. Crucigrama (Respuestas). El apalancamiento, financiación y rentabilidad	179
Figura 113.Sopa de letras. Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes.....	182
Figura 114.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes.....	183
Figura 115.Sopa de letras. El emprendimiento y crecimiento de las Pymes.....	186
Figura 116.Sopa de letras (Respuestas). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes	187
Figura 117.Sopa de letras. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	191
Figura 118. Crucigrama. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	192
Figura 119.Sopa de letras (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?.....	193
Figura 120. Crucigrama (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	194
Figura 121.Sopa de letras. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	196
Figura 122. Crucigrama. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	197
Figura 123.Sopa de letras (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?.....	198
Figura 124. Crucigrama (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?	199

8. Contenido Programático

UNIDAD DE COMPETENCIA I

Nombre Unidad: “Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión”

Tabla 3. Descripción de la unidad de competencia I

UNIDAD DE COMPETENCIA I		ELEMENTOS DE COMPETENCIA	
UNIDAD DE COMPETENCIA I	Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión, incluyendo las herramientas cuantitativas básicas para la toma de decisiones económico-financieras.	Marco conceptual de los proyectos de inversión. Identificación de los proyectos de inversión. El proceso de preparación y evaluación de los proyectos de inversión. Herramientas estadísticas de análisis de información (población y muestra, mínimos cuadrados, análisis de regresión). Herramientas de matemáticas financieras (valor del dinero en el tiempo, interés simple, interés compuesto, valor presente, valor futuro, valor presente neto, valor presente neto equivalente, tasa interna de retorno, periodo de recuperación), Anualidades y cálculo de financiamientos. Otras opciones de alternativas de inversión	<ul style="list-style-type: none"> • Razonamiento numérico y lógico, así como el uso, análisis e interpretación de la información. • Capacidad de análisis y síntesis, toma de decisiones, investigación, creatividad e innovación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resaltar la responsabilidad y la honestidad en la formulación y evaluación de los proyectos de inversión. • Ética profesional, creatividad en las formas de generar ideas para los proyectos de inversión. • Crítico y colaborador en el trabajo individual y de equipo, para una adecuada toma de decisiones. • Interés de superación constante. • Puntual y disciplinado. • Respeto hacia los ecosistemas.

Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría de la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Inversión.

MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Los proyectos y los planes de negocios”

Bibliografía: Cosío Hurtado, Joaquín Marcelo (2011). Los proyectos y los planes de negocios. PERSPECTIVAS, (27). [Fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>

A. RESUMEN

Podemos definir a un proyecto como un conjunto de actividades interrelacionadas con fechas de inicio y de término para crear un producto o servicio, con el fin de lograr un objetivo, con recursos, tiempo, alcance y calidad definidos previamente. El ciclo de vida de un proyecto de inversión se compone de ciertas fases; la primera es la pre inversión en donde se determinan las factibilidades financieras y socioeconómicas de un proyecto; la segunda fase y la que lleva más tiempo es la inversión, la cual ejecuta las actividades de construcción y equipamiento; y la última fase que es la operación se divide en dos etapas, inicio y puesta en marcha. Es importante saber que un plan de negocios es la concretización de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto.

El ciclo de vida de un proyecto de inversión parte de la idea, pasando por la etapa de pre inversión, misma que comprende la definición del perfil de la empresa, la prefactibilidad, la factibilidad y el diseño final, así mismo se tiene la inversión, como ya se ha mencionado anteriormente es la que lleva más tiempo al ejecutar todas las actividades para pasar a la operación del proyecto, como su inicio y la puesta en marcha de la idea.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los

proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información, así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es un proyecto?
2. ¿En qué consiste la fase de pre inversión del ciclo de vida de un proyecto de inversión?
3. ¿Cuáles son las etapas de la fase de operación del ciclo de vida de un proyecto?
4. Según el origen de los recursos, ¿Cómo se pueden clasificar los proyectos?
5. ¿Qué es un proyecto negocio?
6. ¿Cuál es la estructura normalmente utilizada por proyectos?
7. ¿Qué objetivo tiene el Reglamento Básico de Pre inversión?
8. ¿Cómo se define a la empresa?
9. ¿Qué es el acto emprendedor?
10. ¿Cuál es la definición de un plan de negocios?

Encuentra las palabras que se muestran a continuación en la sopa de letras.

- Proyecto de negocio
- Plan de negocio
- Idea
- Inversión
- Pre inversión
- Empresa
- Emprendedor
- Operación
- Ciclo de vida
- Publico
- Privado
- Orientar

Figura 3.Sopa de letras. Los proyectos y los planes de negocios

z	m	b	r	a	s	d	o	x	n	u	q	w	p	f	g	e	k	p
h	j	i	y	v	c	t	s	l	v	q	i	h	r	a	n	j	c	y
b	x	o	d	a	e	r	a	t	n	e	i	r	o	k	t	l	s	j
v	m	p	x	b	s	h	g	a	d	r	z	q	y	c	w	i	n	y
o	e	p	v	z	e	e	j	y	a	b	w	k	e	o	c	g	t	d
p	r	e	i	n	v	e	r	s	i	n	g	y	c	l	c	e	e	d
j	q	w	k	i	t	p	o	p	v	r	m	p	t	s	n	m	h	u
j	s	e	z	p	d	c	i	m	m	k	q	l	o	r	v	p	i	f
a	l	n	b	s	n	n	w	c	r	e	n	a	d	x	u	r	t	h
z	v	l	i	g	v	i	d	e	a	i	t	n	e	q	o	e	m	b
y	n	u	w	e	o	x	f	r	c	a	s	d	n	k	c	n	v	x
k	s	v	r	q	f	c	p	a	r	u	b	e	e	z	i	d	o	y
l	n	s	m	h	t	e	r	x	s	q	r	n	g	o	l	e	m	v
a	i	f	z	y	n	e	g	h	i	l	t	e	o	o	b	d	y	g
n	r	s	u	z	p	e	a	f	q	t	x	g	c	p	u	o	l	h
d	h	k	i	o	l	f	m	b	d	v	p	o	i	n	p	r	g	r
x	a	e	z	c	j	t	s	r	y	f	c	c	o	d	w	p	x	m
n	l	h	a	d	i	v	e	d	o	l	c	i	c	b	e	o	y	s
j	o	d	a	v	i	r	p	k	g	u	l	o	z	v	t	i	f	r

Fuente. Elaboración propia.

Con base a los enunciados que se presentan a continuación complete el crucigrama.

Horizontal

2. Analiza el proyecto en base al retorno financiero.

3. Fase en donde se determinan las factibilidades financiera y socioeconómica de un proyecto.

4. Conjunto de recursos humanos, financieros y económicos, que cumplen un propósito social, que es el de satisfacer las necesidades de sus clientes; y el propósito económico, a través de la

creación de valor y utilidades para el empresario o los beneficiarios de la organización.

5. Conjunto de actividades interrelacionadas con fechas de inicio y término para crear un producto o servicio, dirigidos a lograr un objetivo, con recursos, tiempo, alcance y calidad definidos y establecidos.

6. Iniciador o quién se atreve a concretizar una idea de empresa o negocio a través de la organización de los

recursos, producto de una oportunidad que visualiza en el mercado.

9. Consta de la determinación y la cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.

Vertical

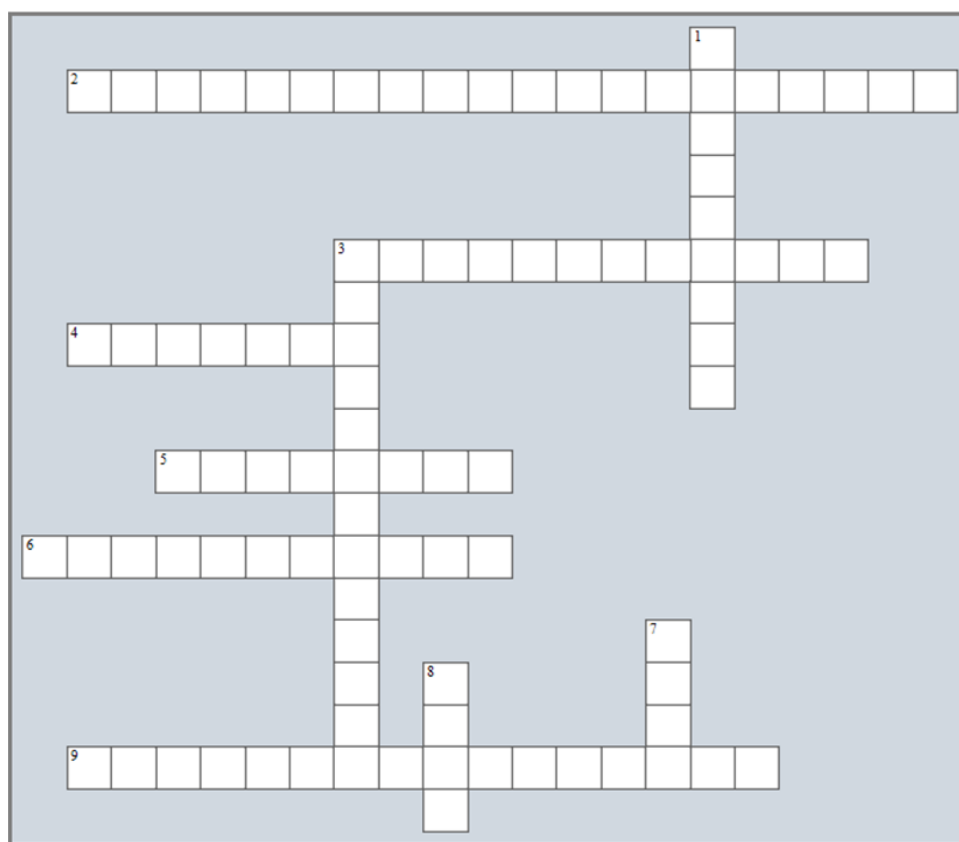
1. Es la fase del ciclo de vida de un proyecto que toma más tiempo.

3. Concretización de las ideas de un emprendedor, marca las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa.

7. Siglas del Estudio Integral Técnico, Económico, Social y Ambiental.

8. Nace como respuesta a la solución de un problema.

Figura 4. Crucigrama. Los proyectos y los planes de negocios



Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

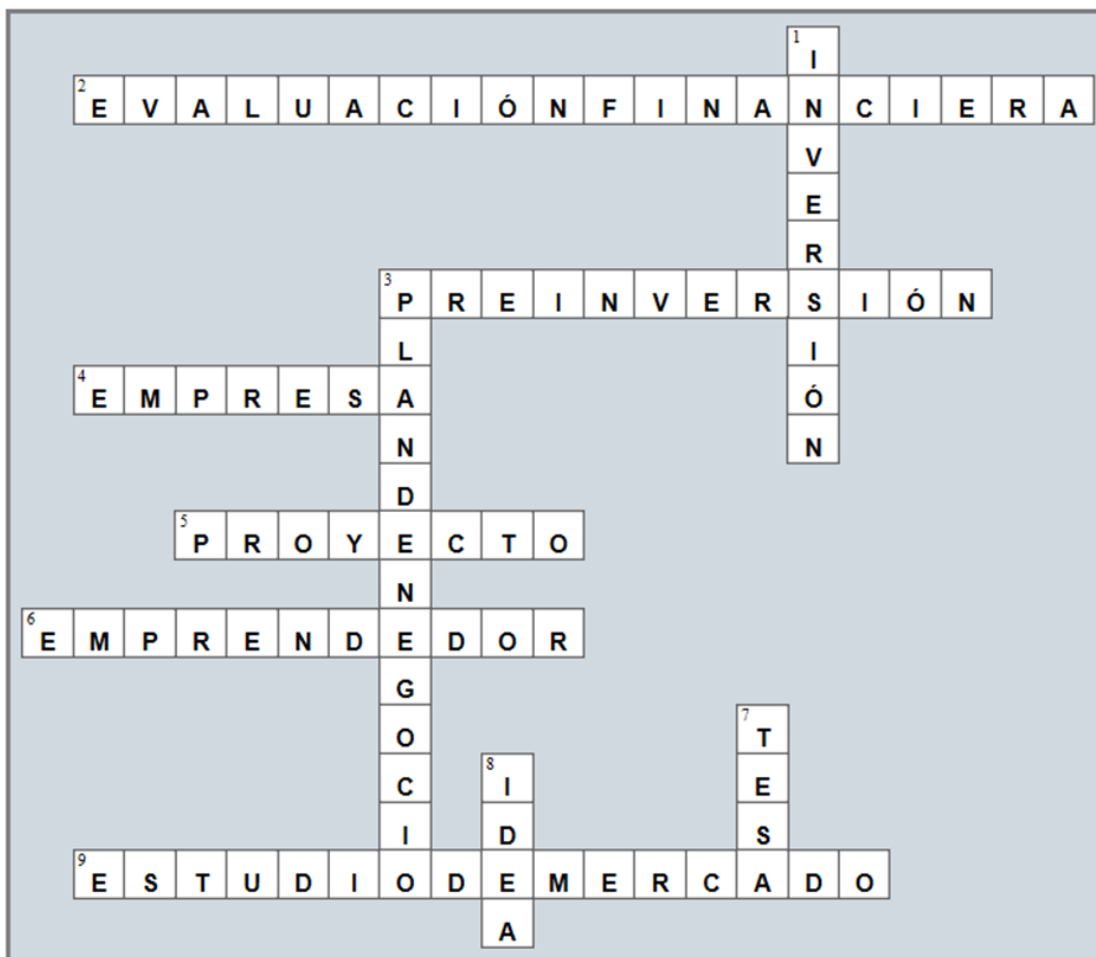
1. R= Conjunto de actividades interrelacionadas con fechas de inicio y término para crear un producto o servicio, dirigidos a lograr un objetivo, con recursos, tiempo, alcance y calidad definidos y establecidos.
2. R= Determina las factibilidades financiera y socioeconómica de un proyecto, analiza los aspectos legales, técnicos, del mercado, comerciales y ambientales. Esta fase permitirá concretizar o no la idea del proyecto.
3. R= Inicio y puesta en marcha.
4. R= Proyectos públicos y privados.
5. R= Los proyectos negocio son aquellos para crear, ampliar o diversificar una empresa o negocio haciendo realidad la iniciativa de un emprendedor.
6. R= Resumen ejecutivo del proyecto, antecedentes e historial del proyecto, estudio de mercado, tamaño, ubicación y emplazamiento, ingeniería del proyecto, estudio organizacional administrativo y legal, planificación de la ejecución del proyecto, evaluación financiera, evaluación ambiental y evaluación socioeconómica.
7. R= Orientar y apoyar el proceso racional de toma de decisiones de las entidades públicas, de manera de asignar recursos a las alternativas de inversión pública de mayor impacto en el bienestar de la sociedad.
8. R= Conjunto de recursos humanos, financieros y económicos, que cumplen un propósito social, que es el de satisfacer las necesidades de sus clientes; y el propósito económico, a través de la creación de valor y utilidades para el empresario o los beneficiarios de la organización.
9. R= Es la creación de valor a través del desarrollo de una oportunidad de negocio y su conversión en una empresa que, con un proyecto a largo plazo, centre su actividad en la producción de bienes o servicios y genere riqueza colectiva en su búsqueda del beneficio empresarial.
10. R= Es un documento ejecutivo, elaborado con el propósito de medir la factibilidad técnica y económica de un proyecto de creación o gestión de empresas.

Figura 5.Sopa de letras (Respuestas). Los proyectos y los planes de negocios

z	m	b	r	a	s	d	o	x	n	u	q	w	p	f	g	e	k	p
h	j	i	y	v	c	t	s	l	v	q	i	h	r	a	n	j	c	y
b	x	o	d	a	e	r	a	t	n	e	i	r	o	k	t	l	s	j
v	m	p	x	b	s	h	g	a	d	r	z	q	y	c	w	i	n	y
o	e	p	v	z	e	e	j	y	a	b	w	k	e	o	c	g	t	d
p	r	e	i	n	v	e	r	s	i	n	g	y	c	l	c	e	e	d
j	q	w	k	i	t	p	o	p	v	r	m	p	t	s	n	m	h	u
j	s	e	z	p	d	c	i	m	m	k	q	l	o	r	v	p	i	f
a	l	n	b	s	n	n	w	c	r	e	n	a	d	x	u	r	t	h
z	v	l	i	g	v	i	d	e	a	i	t	n	e	q	o	e	m	b
y	n	u	w	e	o	x	f	r	c	a	s	d	n	k	c	n	v	x
k	s	v	r	q	f	c	p	a	r	u	b	e	e	z	i	d	o	y
l	n	s	m	h	t	e	r	x	s	q	r	n	g	o	l	e	m	v
a	i	f	z	y	n	e	g	h	i	l	t	e	o	o	b	d	y	g
n	r	s	u	z	p	e	a	f	q	t	x	g	c	p	u	o	l	h
d	h	k	i	o	l	f	m	b	d	v	p	o	i	n	p	r	g	r
x	a	e	z	c	j	t	s	r	y	f	c	c	o	d	w	p	x	m
n	l	h	a	d	i	v	e	d	o	l	c	i	c	b	e	o	y	s
j	o	d	a	v	i	r	p	k	g	u	l	o	z	v	t	i	f	r

Fuente. Elaboración propia.

Figura 6. Crucigrama (Respuestas). Los proyectos y los planes de negocios



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis.”

Bibliografía: Andia Valencia, Walter (2010). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. Industrial Data, 13(1). [Fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81619989004>

A. RESUMEN

Con la finalidad de alcanzar una mejora en los servicios, calidad o cobertura, las empresas necesitan hacer inversiones, con base en las cuales se busca generar rentabilidad en un tiempo estimado; es aquí cuando los proyectos de inversión juegan un papel importante. Un proyecto de inversión es un conjunto de diferentes actividades agrupadas en componentes las cuales están orientadas al alcance de un objetivo, y dar solución a un problema en un tiempo determinado.

Es importante que un proyecto de inversión presente una visión clara sobre la idea o naturaleza de lo que se busca conseguir; otros puntos a considerar es contar con objetivos, metas, identificar a los beneficiarios directos e indirectos del proyecto, el lugar en donde se va a implementar, las actividades a realizar, la inversión que se va a requerir y la rentabilidad o beneficios a obtener.

Para que un proyecto logre un desarrollo sostenible debe ser analizado en tres dimensiones; la primera es la dimensión intrínseca que analiza los impactos de la naturaleza del proyecto; la siguiente es la dimensión, de análisis es la ambiental, que estudia los impactos positivos o negativos al medio ambiente, y por último el análisis social permite identificar posibles rechazos por parte de la población.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema: Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la presente unidad el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información, así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuál es la definición de proyecto de inversión desde una perspectiva general?
2. ¿Cuáles son las cuatro características del proyecto de inversión desde una perspectiva general?
3. Desde la perspectiva de proceso ¿Cómo se define el proyecto?
4. ¿Cuál es la definición de proyecto de inversión desde la perspectiva de estudio?
5. ¿Qué interrogantes debe explicar un proyecto de inversión? Menciona mínimo cuatro.
6. Un proyecto de inversión es un modelo en el cual, en base a un conjunto de información y antecedentes, se puede estimar las ventajas y desventajas que se derivan de asignar ciertos recursos para la producción de un bien o la realización de un servicio, que permiten satisfacer necesidades en forma adecuada, creativa y eficiente. ¿A qué perspectiva corresponde esta definición?
7. ¿Cuáles son las dimensiones de análisis de los proyectos?
8. ¿En qué consiste la dimensión intrínseca?
9. ¿Qué estudia la dimensión ambiental?
10. ¿Por qué es importante estudiar las dimensiones de análisis en un proyecto de inversión?

Actividad 1

Instrucciones: Encuentra las palabras que se muestran a continuación en la sopa de letras.

- Proyecto de inversión
- Problema
- Tiempo
- Social
- Actividades
- Resolver
- Justificación
- Rentabilidad
- Dimensiones
- Objetivo
- Análisis
- Intrínseca
- Ambiental

Figura 7.Sopa de letras. Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.

t	q	a	m	e	u	o	y	f	g	p	r	o	b	l	e	m	a	n	x	v
j	p	j	z	s	q	c	r	s	f	u	n	e	r	i	t	k	h	o	v	m
z	o	j	u	b	w	e	a	g	l	r	j	b	a	l	o	r	x	i	d	s
f	v	w	m	s	v	k	z	m	y	u	h	n	t	g	e	k	h	s	l	i
o	b	t	u	l	t	v	c	m	b	g	d	w	j	n	e	f	r	r	s	z
c	n	h	o	s	w	i	o	u	a	i	j	p	t	f	g	k	i	e	v	y
e	r	s	m	g	z	v	f	i	y	o	e	a	c	s	p	e	h	v	x	n
a	e	a	d	q	j	a	k	i	e	u	b	n	b	a	h	w	s	n	o	v
r	c	c	k	d	z	t	c	i	c	i	l	g	t	n	y	c	w	i	z	p
v	k	e	i	t	f	e	l	t	l	a	m	x	q	a	g	o	j	e	u	d
p	i	q	s	s	a	c	e	i	i	r	c	x	j	w	l	b	o	d	n	d
l	z	m	t	n	i	e	d	u	l	v	s	i	f	m	c	j	n	o	h	i
o	l	p	b	v	i	a	j	v	l	a	i	n	o	s	d	e	i	t	a	m
j	f	o	m	c	d	r	g	a	x	k	i	d	c	n	p	t	k	c	d	e
f	o	y	n	s	w	r	t	l	n	b	q	c	a	t	j	i	i	e	m	n
r	h	o	p	m	e	i	t	n	q	a	y	z	o	d	x	v	g	y	t	s
d	c	g	r	l	s	a	v	d	i	y	l	z	w	s	e	o	k	o	t	i
i	x	b	p	h	j	n	b	r	a	l	o	i	v	e	z	s	g	r	u	o
q	t	s	j	h	d	f	k	w	y	p	x	l	s	m	h	w	s	p	i	n
t	f	o	x	d	y	u	a	e	p	q	g	k	v	i	c	r	x	d	c	e
m	v	a	y	w	n	o	b	h	e	g	q	r	z	i	s	u	s	t	k	s

Fuente. Elaboración propia.

Actividad 2

Instrucciones: Con base en los enunciados que se presentan a continuación complete el crucigrama.

Horizontal

2. Conjunto de actividades agrupadas en componentes orientadas al alcance de un objetivo y dar solución a un problema en un tiempo determinado.

4. Tema que responde a la pregunta: ¿por qué es necesario realizar el proyecto?

9. Es la dimensión que analiza los impactos directos e indirectos propios del proyecto.

10. Dimensión que identifica si va a existir algún tipo de rechazo por parte de grupos de interés debido a los cambios generados en sus condiciones sociales.

Vertical

1. Son las personas hacia las que va dirigido un proyecto.

3. Se puede definir como los beneficios que se desean obtener.

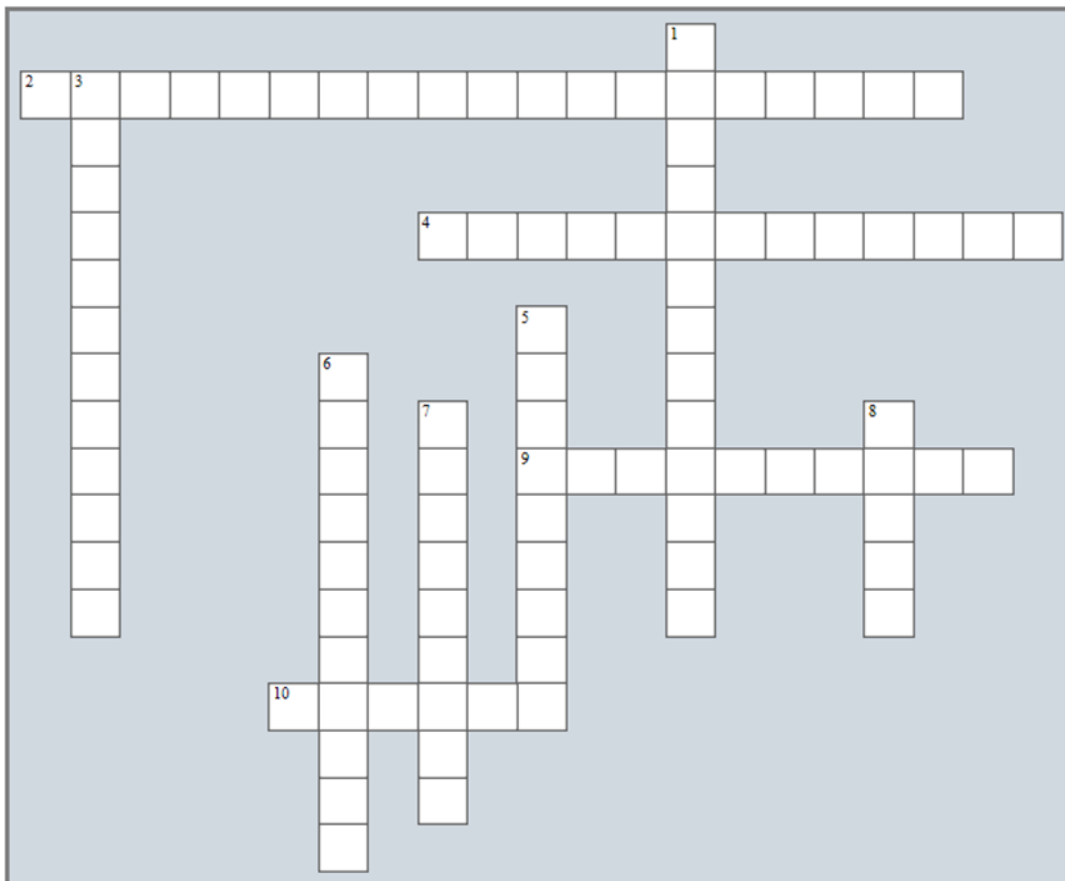
5. Esta dimensión estudia los impactos positivos o negativos al medio ambiente.

6. Para que los proyectos logren un desarrollo sostenible en sus distintas etapas, tienen que ser analizados desde tres _____.

7. Cantidad de recursos que se requieren para un proyecto.

8. Son los cambios que se quieren realizar.

Figura 8. Crucigrama. Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.

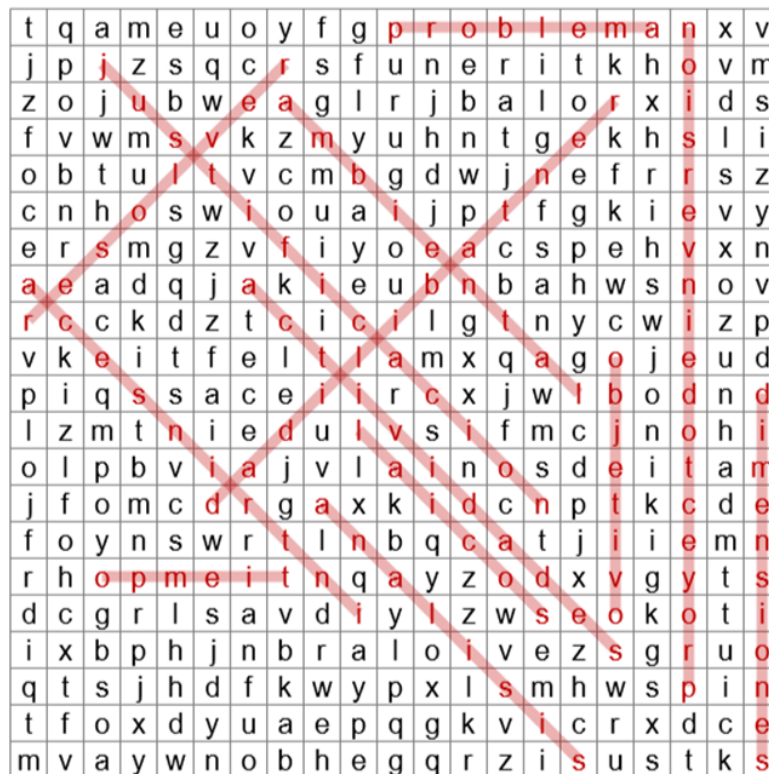


Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= Se entiende como una intervención en un medio para dar solución a una problemática existente y lograr un cambio deseado.
2. R= Es una intervención delimitada en el tiempo; se integra como una unidad de servicio en un horizonte de tiempo; interviene en un medio social: población y organizaciones; interviene en un área geográfica definida donde tendrá influencia el proyecto.
3. R= Como un conjunto de actividades interdependientes agrupadas en componentes orientadas al logro de un objetivo en un tiempo determinado.
4. R= Es aquel donde se plasma con claridad y detalle lo que se desea lograr.
5. R= ¿Qué se desea hacer?, ¿Por qué es necesario realizar el proyecto?, ¿A quién va dirigido el proyecto?, ¿Cuáles son los beneficios por obtener?
6. R= Perspectiva de generación de nuevas iniciativas empresariales.
7. R= Dimensión intrínseca, ambiental y social.
8. R= Analiza los impactos directos e indirectos propios de la naturaleza del proyecto.
9. R= Estudia los impactos positivos o negativos al medio ambiente.
10. R= Para que los proyectos sean sostenibles, es decir, compatibles con el medio ambiente, sin conflictos sociales y con una rentabilidad económica.

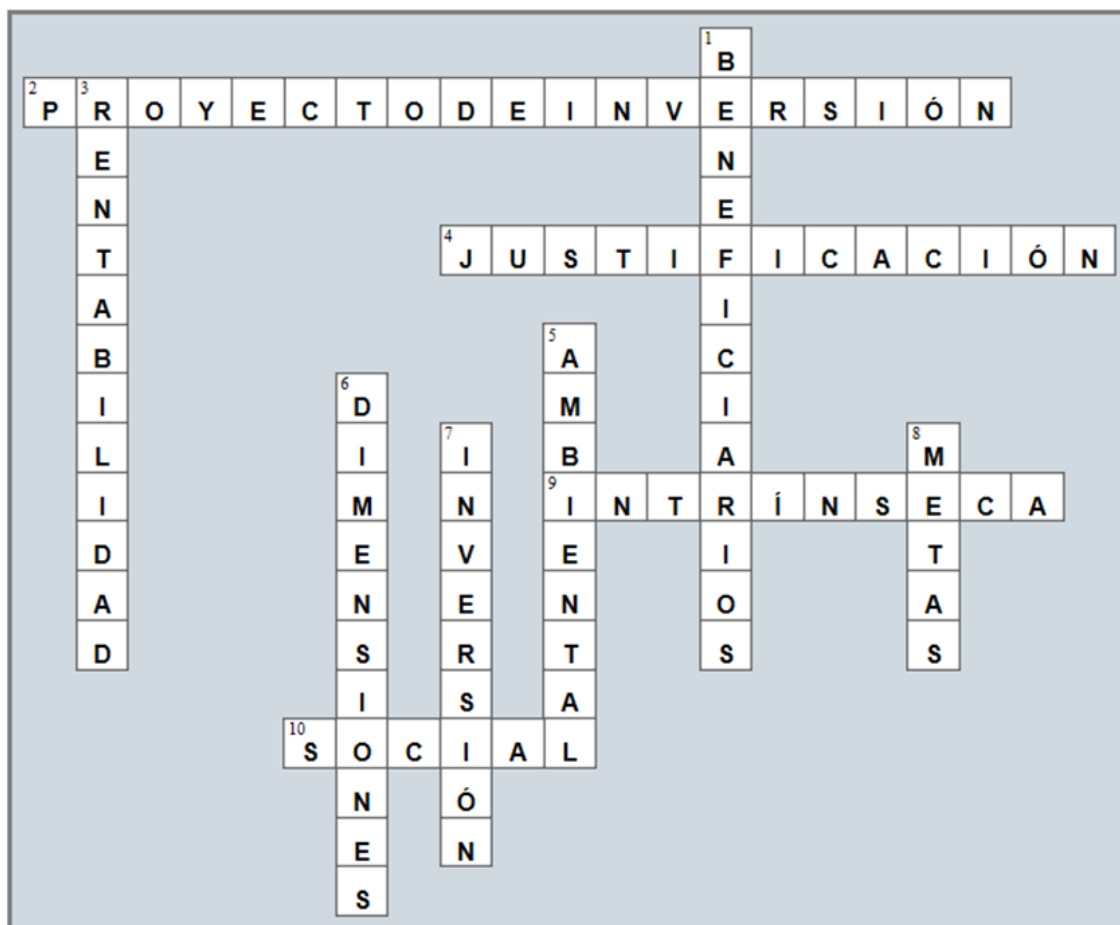
Figura 9.Sopa de letras (Respuestas). Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.



Fuente. Elaboración propia.



Figura 10. Crucigrama (Respuestas). Proyectos de Inversión. Un enfoque diferente de análisis.



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias”

Bibliografía: Andía Valencia, Walter., Paucara Pinto, Elizabeth (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. Industrial Data, 16(1), 80-84 [fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

A. RESUMEN

Un plan de negocios es un instrumento de gestión de la empresa que sirve como guía para implementar un negocio. Los elementos que integran un plan de negocios son: resumen ejecutivo, descripción y visión del negocio, análisis del mercado, planeamiento estratégico, estrategia de comercialización y ventas, análisis del proceso productivo y análisis económico financiero. El proyecto de inversión permite dar solución a problemas existentes y conseguir el objetivo que se desea. Los proyectos de inversión se componen de seis estudios los cuales sintetizan la información del negocio, siendo estos el legal, de mercado, técnico, de organización, ambiental y el económico – financiero.

Ambas terminologías tienen por objeto ser un documento que sintetice lo que se desea llevar a cabo en la implementación de una actividad empresarial. De igual manera el fin principal del proyecto de inversión y el plan de negocio es generar oportunidades de mejora del servicio y actualización del negocio. Así bien, los proyectos de inversión tienen una aplicación de carácter organizacional, mientras que los planes de negocio poseen una tendencia unipersonal de negocios.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

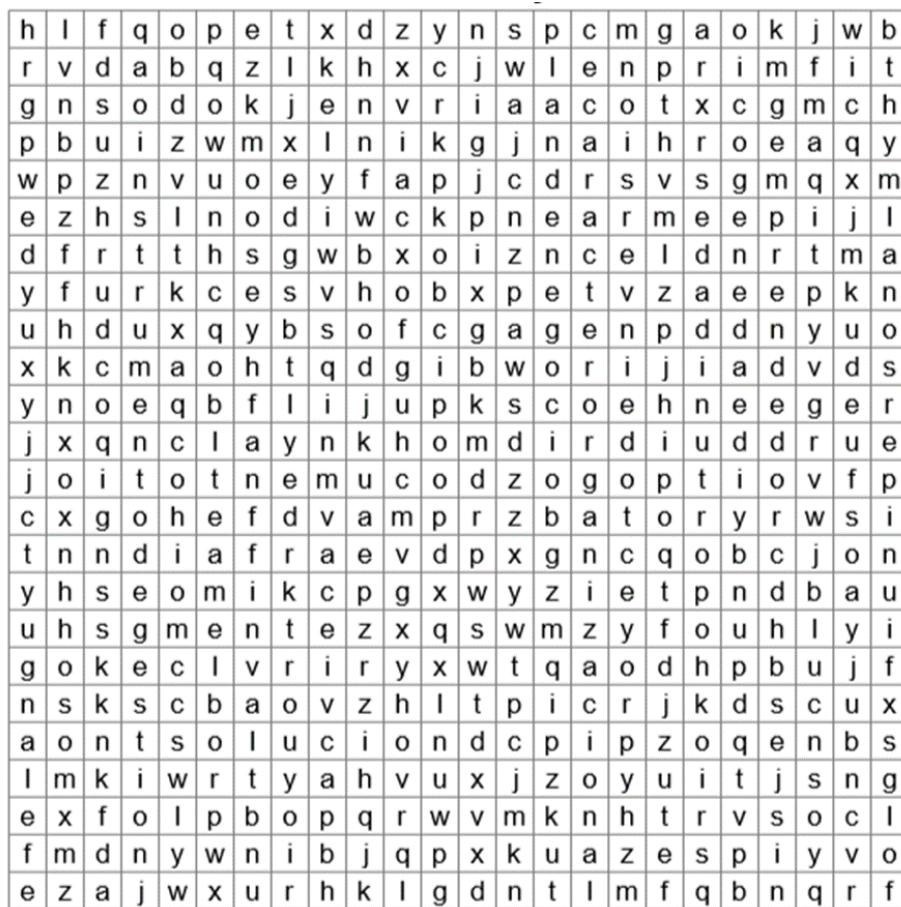
Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es un plan de negocios?
2. ¿Por qué se dice que un plan de negocio es un instrumento de planificación?



3. ¿Cuál es la utilidad del plan de negocios?
4. ¿Quién es un emprendedor?
5. ¿Cuántos y cuáles son los elementos de la estructura del plan de negocio?
6. ¿Cómo se define un proyecto de inversión?
7. ¿Qué es un proyecto?
8. ¿Cuáles son los seis estudios que componen la estructura de un proyecto de inversión?
9. ¿Cuál es la similitud que existe entre un plan de negocios y un proyecto de inversión?
10. ¿Qué diferencia un proyecto de inversión de un plan de negocios?

Figura 11. Sopa de letras. Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.

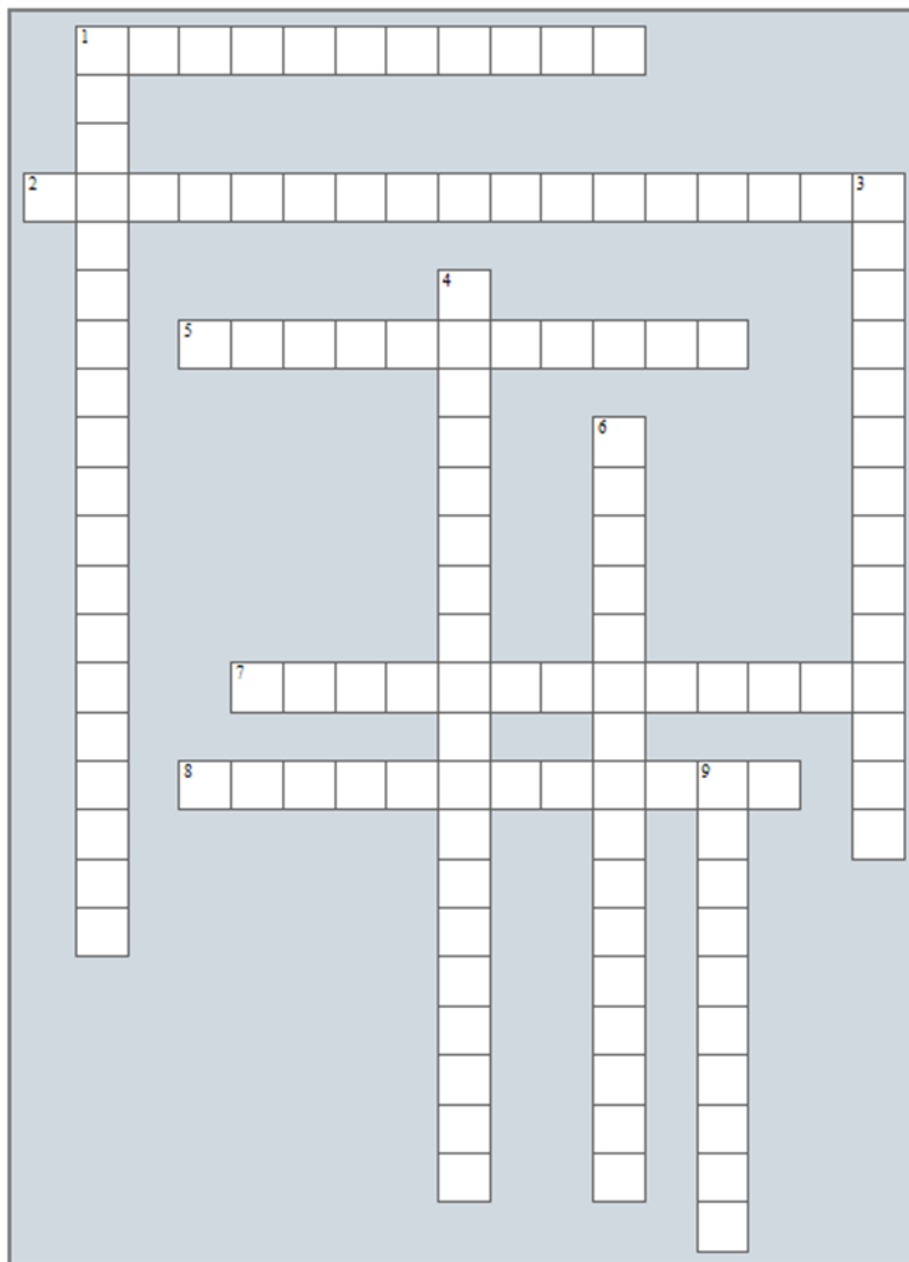


Fuente. Elaboración propia.

Encuentra las palabras que se muestran a continuación en la sopa de letras.

- Plan de negocio
- Proyecto de inversión
- Emprendedor
- Idea de negocio
- Instrumento de gestión
- Solución
- Problema
- Unipersonal
- Carácter organizacional
- Documento

Figura 12. Crucigrama. Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.



Fuente. Elaboración propia.

Con base en los enunciados que se presentan a continuación complete el crucigrama.

Horizontal

1. Es quien impulsado por un sueño o una idea de negocio asume el reto de concretarlo enfrentando escenarios cambiantes y dificultades que son duras para otros.
2. Descripción del sector en el que el negocio competirá.
5. Tipo de tendencia de negocios que posee un plan de negocios.
7. Instrumento de gestión de la empresa que sirve como guía para implementar un negocio.
8. Determina la existencia de restricciones en la realización del proyecto, relacionada a la normatividad.

Vertical

1. Es el estudio que determina la viabilidad del proyecto a partir de indicadores de rentabilidad.
3. Es el tipo de aplicación que tiene un proyecto de inversión.
4. Es una intervención en un determinado medio para dar solución a un problema existente y conseguir el objetivo que se desea.
6. Es un resumen y conclusiones.
9. Es la diferencia entre la terminología de un proyecto de inversión y un plan de negocio.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= Es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación.
2. R= Debido a que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su funcionamiento.
3. R= Ayuda a conocer el negocio a detalle (sus antecedentes, las estrategias, factores de éxito o fracaso, y las metas).
4. R= Es quien impulsado por un sueño o una idea de negocio asume el reto de concretarlo enfrentando escenarios cambiantes y dificultades que son duras para otros.
5. R= Son siete elementos; resumen ejecutivo, descripción y visión del negocio, análisis de mercado, planeamiento estratégico, estrategia de comercialización y ventas, análisis del proceso productivo y análisis económico financiero.
6. R= Es una intervención en un determinado medio para dar solución a un problema existente y conseguir el objetivo que se desea.
7. R= Serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la prestación de servicios, empleando una cierta metodología y con el fin de obtener ciertos resultados.
8. R= Estudio legal, estudio de mercado, estudio técnico, estudio de organización, estudio ambiental y estudio económico- financiero.



9. R= La similitud es que ambos generan oportunidades de mejora del servicio y actualización del negocio.
10. R= La aplicación; un proyecto de inversión tiene una aplicación organizacional, mientras que un plan de negocios tiene una tendencia unipersonal de negocios.

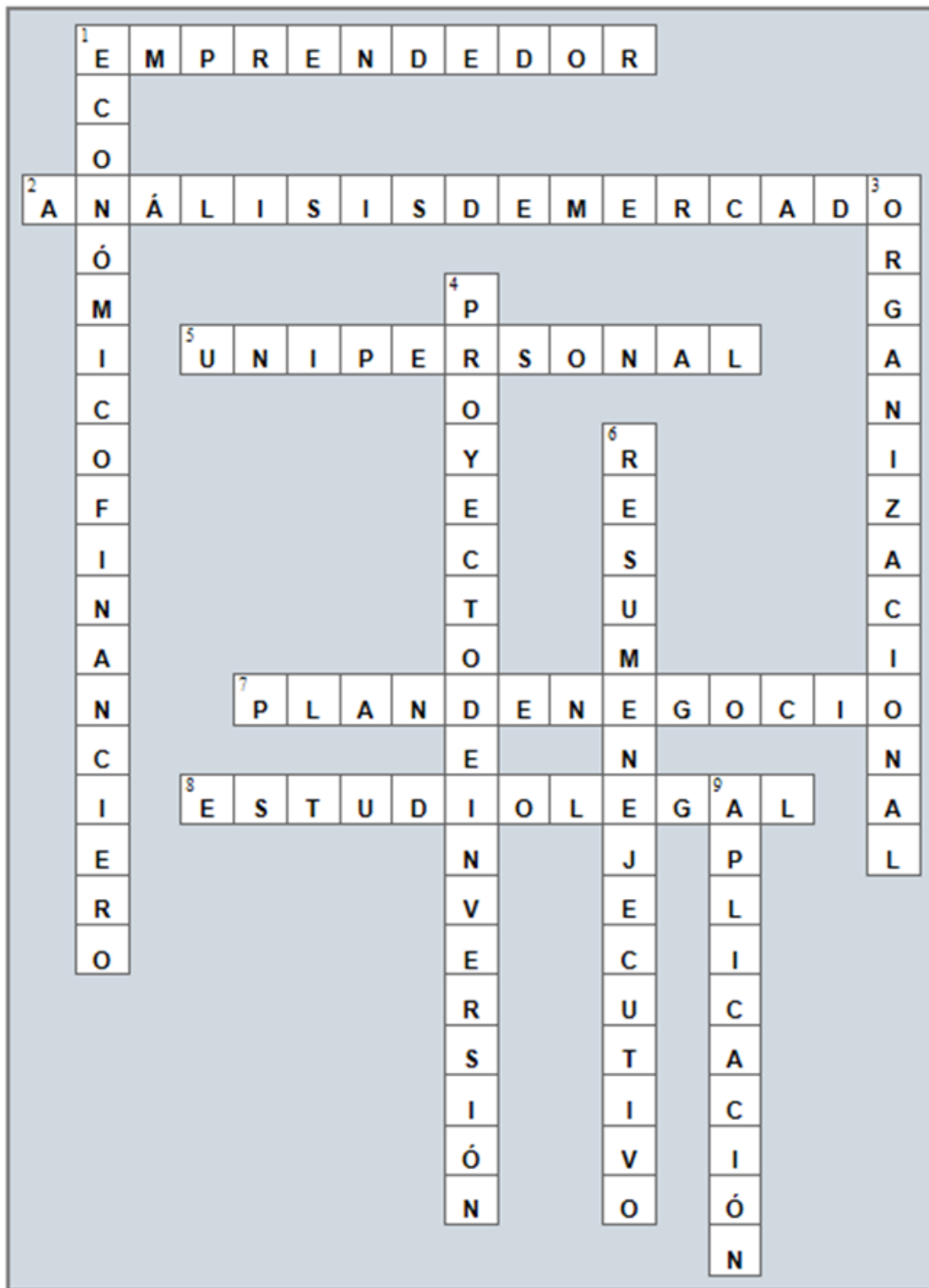
Figura 13.Sopa de letras (Respuestas). Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.

h	l	f	q	o	p	e	t	x	d	z	y	n	s	p	c	m	g	a	o	k	j	w	b
r	v	d	a	b	q	z	l	k	h	x	c	j	w	l	e	n	p	r	i	m	f	i	t
g	n	s	o	d	o	k	j	e	n	v	r	i	a	a	c	o	t	x	c	g	m	c	h
p	b	u	i	z	w	m	x	l	n	i	k	g	j	n	a	i	h	r	o	e	a	q	y
w	p	z	n	v	u	o	e	y	f	a	p	j	c	d	r	s	v	s	g	m	q	x	m
e	z	h	s	l	n	o	d	i	w	c	k	p	n	e	a	r	m	e	e	p	i	j	l
d	f	r	t	t	h	s	g	w	b	x	o	i	z	n	c	e	l	d	n	r	t	m	a
y	f	u	r	k	c	e	s	v	h	o	b	x	p	e	t	v	z	a	e	e	p	k	n
u	h	d	u	x	q	y	b	s	o	f	c	g	a	g	e	n	p	d	d	n	y	u	o
x	k	c	m	a	o	h	t	q	d	g	i	b	w	o	r	i	j	i	a	d	v	d	s
y	n	o	e	q	b	f	l	i	j	u	p	k	s	c	o	e	h	n	e	e	g	e	r
j	x	q	n	c	l	a	y	n	k	h	o	m	d	i	r	d	i	u	d	d	r	u	e
j	o	i	t	o	t	n	e	m	u	c	o	d	z	o	g	o	p	t	i	o	v	f	p
c	x	g	o	h	e	f	d	v	a	m	p	r	z	b	a	t	o	r	y	r	w	s	i
t	n	n	d	i	a	f	r	a	e	v	d	p	x	g	n	c	q	o	b	c	j	o	n
y	h	s	e	o	m	i	k	c	p	g	x	w	y	z	i	e	t	p	n	d	b	a	u
u	h	s	g	m	e	n	t	e	z	x	q	s	w	m	z	y	f	o	u	h	l	y	i
g	o	k	e	c	l	v	r	i	r	y	x	w	t	q	a	o	d	h	p	b	u	j	f
n	s	k	s	c	b	a	o	v	z	h	l	t	p	i	c	r	j	k	d	s	c	u	x
a	o	n	t	s	o	l	u	c	i	o	n	d	c	p	i	p	z	o	q	e	n	b	s
l	m	k	i	w	r	t	y	a	h	v	u	x	j	z	o	y	u	i	t	j	s	n	g
e	x	f	o	l	p	b	o	p	q	r	w	v	m	k	n	h	t	r	v	s	o	c	l
f	m	d	n	y	w	n	i	b	j	q	p	x	k	u	a	z	e	s	p	i	y	v	o
e	z	a	j	w	x	u	r	h	k	l	g	d	n	t	l	m	f	q	b	n	q	r	f

Fuente. Elaboración propia.



Figura 14. Crucigrama (Respuestas). Los planes de negocios y los proyectos de inversión similitudes y diferencias.



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión”

Bibliografía: Burneo -Valarezo, Servio., Delgado Víctore, Roberto., Vérez, María Antonia (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. Ingeniería Industrial, XXXVII (3), 305-312. [Fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 0258-5960. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031009>

A. RESUMEN

El sector construcción, específicamente de viviendas, ha presentado un aumento de la demanda lo que presentó un área de oportunidad en los sistemas de dirección, buscando tener una estrategia al momento de ejecutar los proyectos de inversión, y definiendo prioridades de acuerdo a los estudios de factibilidad.

Se establece un procedimiento para el cálculo y desarrollo del estudio de factibilidad, esto en relación a la duración del proyecto de inversión. Esta hoja en conjunto con el estudio de factibilidad es la herramienta perfecta que permitirá la evaluación de propuestas de proyectos, atendiendo a la disponibilidad del financiamiento para aprobar las inversiones y buscar las mejores estrategias.

Por otra parte, unas de sus principales herramientas son el MS Project 2016 y el Excel, mismas que garantizan una buena aplicación en el sistema de dirección del proyecto. También se encuentra el estudio de sensibilidad, que es una herramienta importante en este caso para el inversionista, en la evaluación y aprobación de los posibles cambios, que hace su trabajo sin alterar el alcance del proyecto.



B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

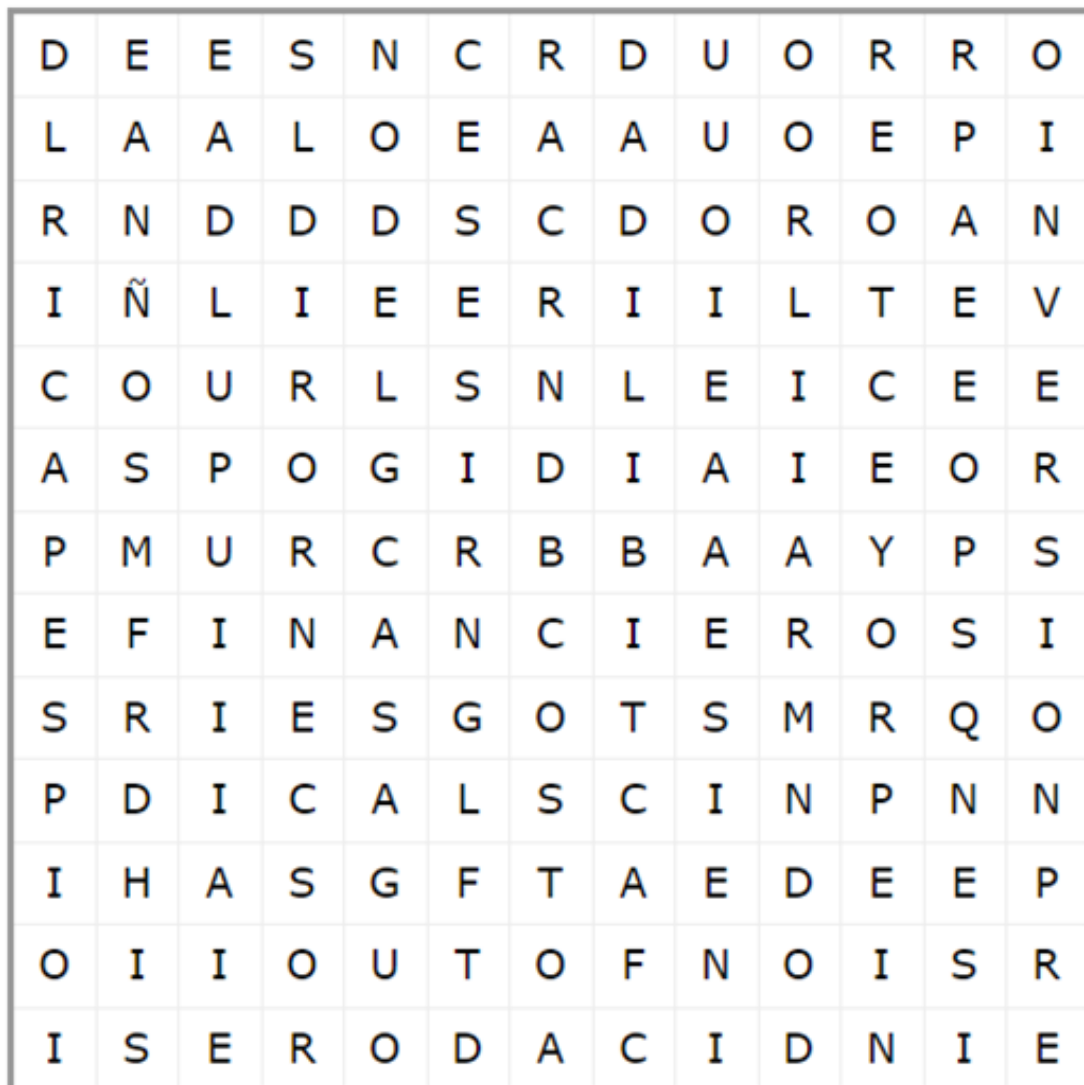
1. ¿Qué es el estudio de sensibilidad?
2. ¿A través de que indicadores se podrían lograr estrategias de ejecución en los proyectos de inversión?
3. ¿Qué es lo que se logra utilizando una hoja de cálculo en conjunto con el estudio de factibilidad?
4. ¿Qué permite hacer el estudio de factibilidad?
5. ¿Cuál es el principal objetivo de todo este trabajo?
6. ¿Qué es riesgo?
7. ¿Qué se considera Riesgo Financiero?
8. ¿Qué son las variables Exógenas o Externas de un proyecto?
9. ¿Cuál es la primera etapa que construye el modelo determinístico?
10. ¿Qué presenta el modelo determinístico?

Palabras a encontrar:

- Factibilidad
- Indicadores
- Financieros
- Inversión
- Proyecto
- Riesgo
- Empresa
- Sensibilidad



Figura 15.Sopa de letras. Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión



Fuente. Elaboración propia.

A continuación se presentan las preguntas para responder el crucigrama.

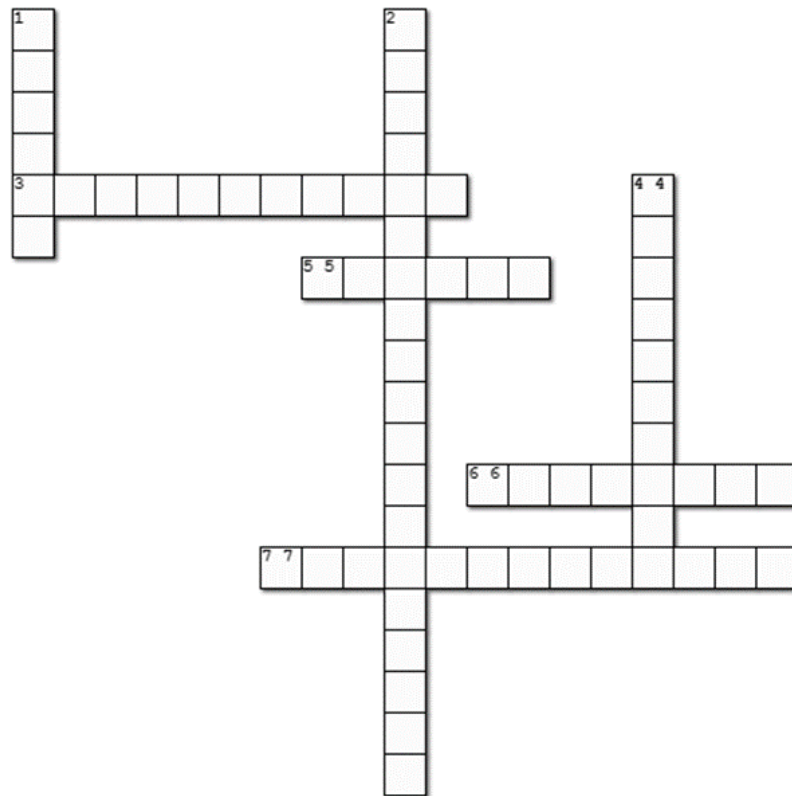
Horizontal

3. En la primera etapa se construye el modelo determinístico
5. Muestra al inversionista o analista diferentes escenarios
6. Se afectaron las variables que más impactan los resultados finales del proyecto
7. Es menor a la calculada en el modelo determinístico

Vertical

1. Son las utilidades antes de impuestos, intereses, depreciaciones y amortización de activos
2. Se requiere de una mayor producción y ventas
4. Es el período con diferencias más frecuentes entre los modelos

Figura 16. Crucigrama. Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión



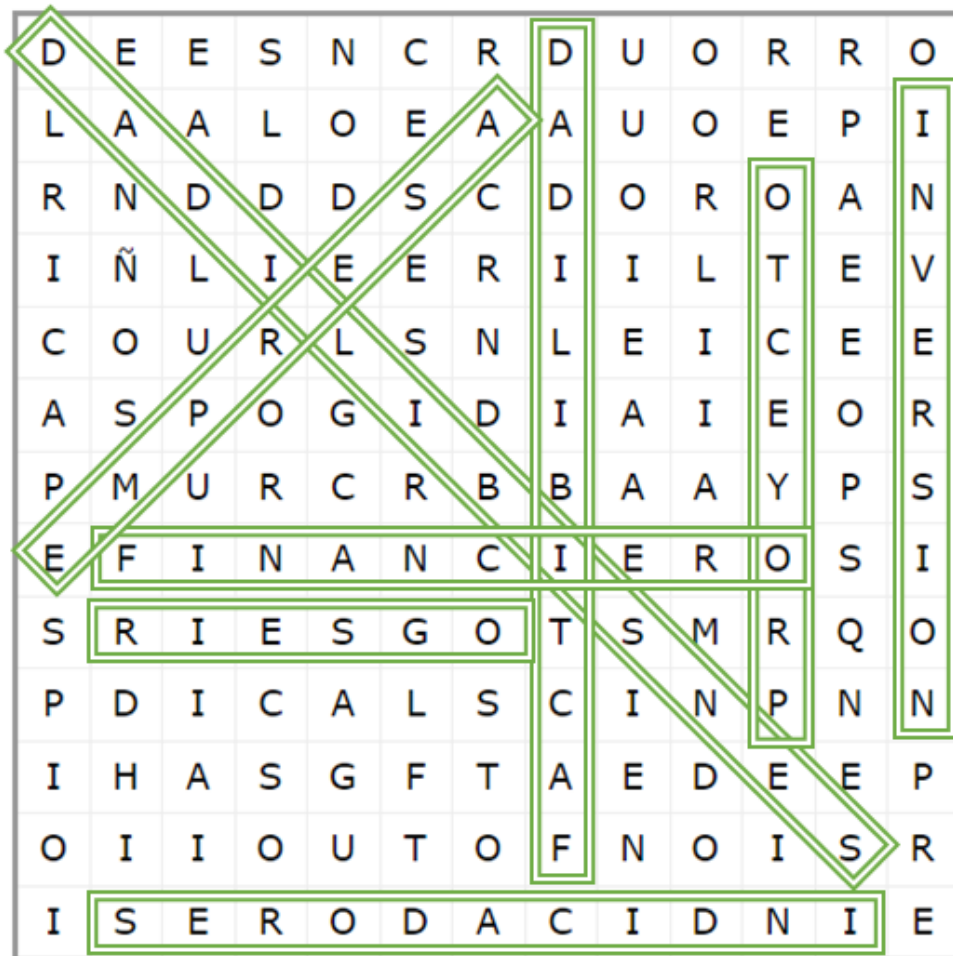
Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= es una herramienta importante en este caso para el inversionista, en la evaluación y aprobación de los posibles cambios, que hace su trabajo sin alterar el alcance del proyecto establecido en el estudio de factibilidad.
2. R= los indicadores del estudio de factibilidad
3. R= Permitirá la evaluación de propuestas de proyectos, atendiendo a la disponibilidad del financiamiento para aprobar las inversiones y buscar las mejores estrategias
4. R= Un método que permite definir cuál de los anteproyectos es el viable y proceder a determinar el presupuesto del seleccionado
5. R= Tiene como objetivo, brindar un procedimiento para el cálculo y desarrollo del estudio de factibilidad a lo largo del ciclo de vida del proyecto de inversión apoyado en el uso de la hoja de cálculo electrónica.

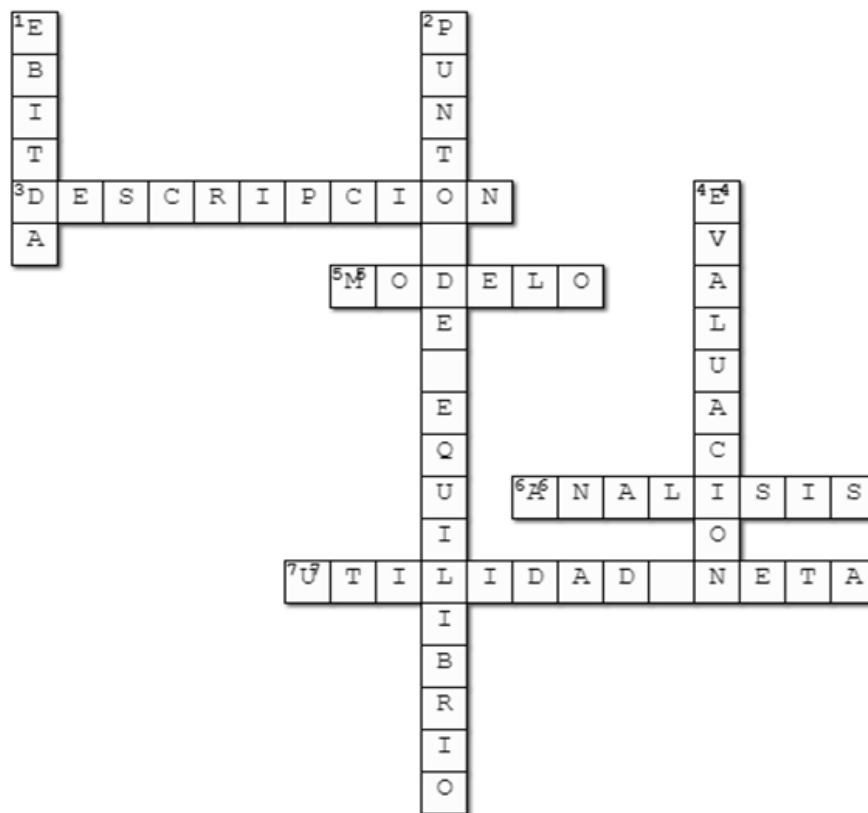
6. R= Toda posibilidad de ocurrencia de aquella situación que pueda entorpecer el normal desarrollo de las funciones y actividades de una empresa que impidan el logro de sus objetivos, en cumplimiento de su misión y su visión.
7. R= El riesgo de pérdidas en las posiciones dentro y fuera del balance proveniente de movimientos adversos en los precios de mercado.
8. R= Aquellas variables que no tienen control por parte de la empresa ni sus administradores y que influyen o afectan un proyecto de inversión, y/o el comportamiento general de una empresa.
9. R= Descripción del proceso aplicado
10. R= Presenta una información puntual y desconoce el elemento riesgo de la inversión, pero, con este modelo se debe iniciar para validar la formulación del mismo.

Figura 17. Sopa de letras (Respuestas). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión



Fuente. Elaboración propia.

Figura 18. Crucigrama (Respuestas). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio”

Bibliografía: Bazzani C., Carmen Lucia., Cruz Trejos, Eduardo A. (2008). Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio. Scientia Et Technica, XIV (38), 309-314 [fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN: 0122-1701. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84903854>

A. RESUMEN

Los riesgos Financieros en los Proyectos de Inversión de las empresas tienen que ser identificados de una forma u otra, así como su análisis y manejo, de tal forma que contribuya garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales como la misión y visión, y la supervivencia de las empresas.

Puede sonar muy complicado ya que nunca sabemos a qué riesgos nos vamos a enfrentar, pero con este modelo al momento de iniciar se logra validar la formulación del mismo. Pues esto ayudara a estar seguros en el proceso que se emplee posteriormente. Los términos manejados se deben tener muy presentes ya que son punto clave para poder entender y hacer el estudio en cada proceso, como lo es en las tablas de Modelo Determinístico, Modelo Estocástico y el de la comparación entre ambos.

Estos modelos financieros no toman decisiones por si solos, pero si lo prevén para un futuro en el corto y largo plazo. En países en vía de desarrollo como Colombia son volátiles e inestables y obligan a la realización de este tipo de técnicas para la toma de decisiones con mejores elementos de juicio.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es un proyecto de Inversión?



2. ¿Cuál ha sido una de las preocupaciones centrales de los investigadores y operadores en finanzas?
3. ¿Cómo se lleva a cabo la simulación de Montecarlo?
4. Es aquel proceso donde se agrupa una serie de procedimientos que analizan distribuciones de variables aleatorias usando simulación de números aleatorios
5. Es aquel modelo donde se establecen las variables que más impactan los resultados finales del proyecto
6. ¿Qué presenta el modelo determinístico?
7. ¿Qué se considera Riesgo Financiero?
8. ¿Qué son las variables Exógenas o Externas de un proyecto?
9. ¿Cuál es la primera etapa que construye el modelo determinístico?
10. ¿Qué es riesgo?

Figura 19.Sopa de letras. Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio

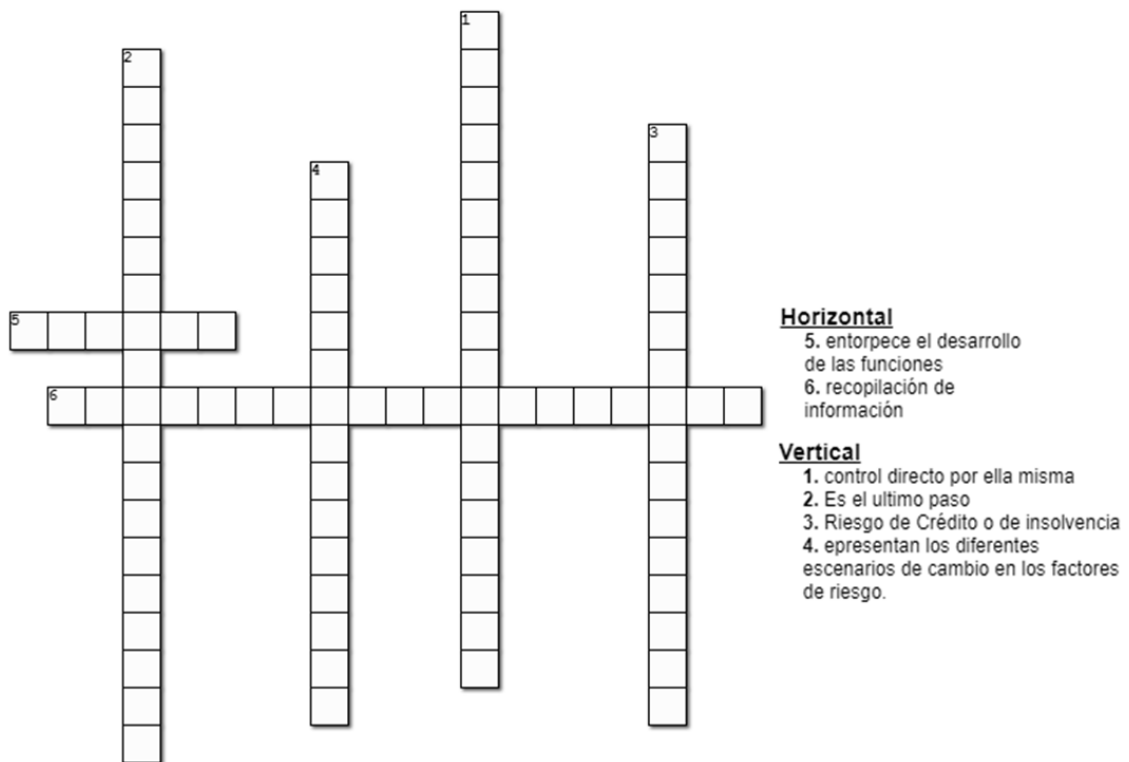
O	O	V	A	R	I	A	B	L	E	S	E	I
I	N	E	B	M	I	S	I	O	N	A	N	I
T	R	L	S	M	O	D	E	L	O	V	C	O
E	I	E	N	T	O	E	E	V	E	A	O	M
E	D	V	O	M	O	D	R	R	S	M	L	R
M	E	R	V	O	D	C	S	I	O	R	O	O
P	R	S	T	O	L	I	A	O	O	M	M	A
R	T	N	S	T	O	N	G	S	R	O	B	E
E	A	M	O	N	L	S	A	A	T	O	I	S
S	M	O	I	I	E	A	N	E	E	I	A	T
A	N	S	T	I	S	D	A	N	C	L	C	M
O	T	N	R	B	S	I	F	S	E	I	I	O
A	E	O	O	E	E	I	V	O	N	O	S	O

Fuente. Elaboración propia.

Palabras a encontrar:

- Variables
- Misión
- Modelo
- Colombia
- Empresa
- Estocástico
- Visión
- Riesgo
- Inversionista

Figura 20. Crucigrama. Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio



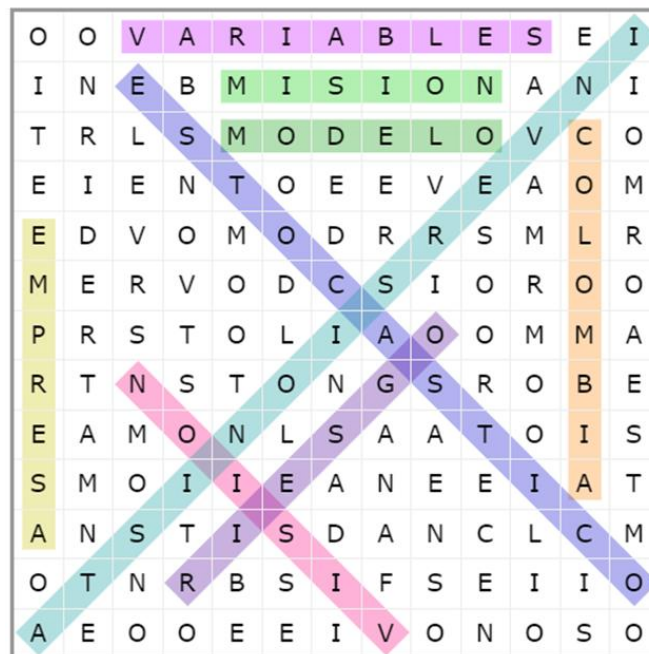
Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= es la recopilación de información, el procesamiento y análisis de la misma, con el fin de tener antecedentes suficientes que permitan estimar las ventajas y desventajas de invertir ciertos recursos en determinada actividad que configuren elementos de juicio suficientes para decidir en qué medida adelantar esa alternativa de inversión.
2. R= La cuantificación del riesgo en proyectos de inversiones

3. R= Se lleva a cabo a través de la generación aleatoria de valores de una distribución, los cuales representan los diferentes escenarios de cambio en los factores de riesgo.
4. R= “Método de Monte Carlo” o “Simulación Monte Carlo”
5. R= Modelo probabilístico
6. R= Presenta una información puntual y desconoce el elemento riesgo de la inversión, pero, con este modelo se debe iniciar para validar la formulación del mismo.
7. R= El riesgo de pérdidas en las posiciones dentro y fuera del balance proveniente de movimientos adversos en los precios de mercado.
8. R= Aquellas variables que no tienen control por parte de la empresa ni sus administradores y que influyen o afectan un proyecto de inversión, y/o el comportamiento general de una empresa.
9. R= Descripción del proceso aplicado
10. R= Toda posibilidad de ocurrencia de aquella situación que pueda entorpecer el normal desarrollo de las funciones y actividades de una empresa que impidan el logro de sus objetivos, en cumplimiento de su misión y su visión.

Figura 21.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio



Fuente. Elaboración propia.



A. RESUMEN

En el presente artículo se menciona la diferencia que existe al resolver sistemas de ecuaciones de diferente orden, siendo casi siempre de tres ecuaciones con tres incógnitas. Hay dos métodos los cuales nos ayudan a resolver estos sistemas, los cuales son:

A) Método de mínimos cuadrados: se sustenta en la multiplicación de matrices, la matriz transpuesta y la matriz inversa.

Se utiliza para encontrar la solución de sistemas de ecuación lineal.

En un sistema $[A]\{X\} = \{B\}$ hay dos opciones:

Cuando el sistema tiene “n” ecuaciones con “n” variables donde “A” es invertible (mismo número de filas y columnas, y A es diferente a 0) se tiene una solución única.

Si es un sistema de “n” ecuaciones con “m” variables, el sistema en general no tiene solución y se dice que está sobre determinado.

B) Método de Gauss- Jordan: Es más sencillo de desarrollar ya que se basa en la multiplicación de filas y columnas para obtener una matriz identidad, por medio de la suma, resta y división.

Es una serie de algoritmos de álgebra lineal que nos ayuda a determinar ecuaciones lineales y así hallar matrices e inversas.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.



MÓDULO I

1. Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión.

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis Económico de los Proyectos de Inversión”

Bibliografía: Tito Duarte, Ramón Elías Jiménez Arias, Myriam Ruiz Tibaná (2007). Análisis económico de proyectos de inversión. Scientia Et Technica, vol. XIII, núm. 35, agosto, 2007, pp. 333-338, Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. [Fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN (Versión impresa): 0122-1701. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4804214>

A. RESUMEN

Cuando hablamos de análisis económico nos referimos a la manera de medir los costos y beneficios en la economía de un país y la población. Su principal finalidad es analizar la conveniencia o inconveniencia en el uso de los recursos destinados a un proyecto, para la solución de un problema o satisfacer alguna necesidad.

El análisis financiero, se determina para conocer el impacto a precios de mercado o financieros, así mismo se trata de determinar la rentabilidad de la inversión a efectuar en el proyecto, su valor presente en un año dado y la rentabilidad anual de la inversión propuesta.

La diferencia entre el análisis financiero y el económico es que en el financiero se utilizan siempre los precios de mercado, incluidos impuestos y subsidios, mientras que en el económico los impuestos y subsidios son considerados pagos de transferencia. Financieramente los impuestos son costos y los subsidios son ingresos. Los intereses pagados a los proveedores son “costo”. Económicamente los impuestos son parte del “beneficio global” y un subsidio un “costo” para la sociedad. Los intereses no se separan ni deducen ya que son del rendimiento global del capital.



B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia I, con el tema Plantear los aspectos generales que enmarcan los proyectos de inversión. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: marco conceptual e identificación de los proyectos de inversión, así como su proceso de preparación y evaluación. Herramientas estadísticas de análisis de información así como matemáticas financieras, anualidades y cálculo de financiamientos.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido las lecturas y revisión de los artículos el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuál es el sustento del método de mínimos cuadrados?
2. ¿Cuáles son las 2 opciones de solución de un sistema de ecuación lineal, en un sistema $[A] \{X\} = \{B\}$?
3. ¿Qué es el método de Gauss- Jordan?
4. Explica cómo se desarrolla el método de Gauss en términos generales:
5. ¿Cuál es la finalidad del análisis económico?
6. ¿Para qué nos sirve valorar la rentabilidad financiera?
7. ¿Qué se trata de determinar por medio del análisis financiero?
8. ¿Cuál es la principal diferencia entre el análisis económico y el análisis financiero?
9. Financieramente hablando ¿qué son los impuestos, el subsidio y los intereses a proveedores?
10. En término económico ¿qué son los impuestos, subsidios y los intereses de capital?

Figura 23.Sopa de letras. Análisis Económico de Proyectos de Inversión

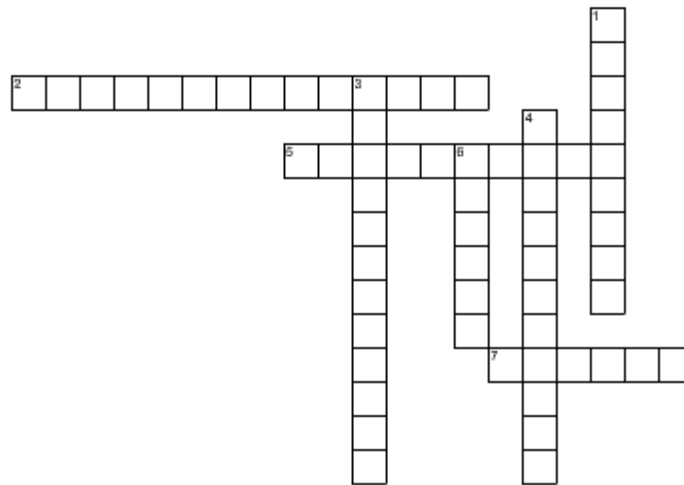


ECUACIONE	COSTO
MINIMOCUA	RENTABILID
BRADO	GRUSSJORD
ECONOMICO	ENEFICIO
FINANCIERO	MATRICES
INVERSION	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 24. Crucigrama. Análisis Económico de Proyectos de Inversión



Horizontal

2. Se sustenta en la multiplicación de matrices, la matriz transpuesta y la matriz inversa
5. Análisis que utiliza siempre los precios de mercado, incluidos impuestos y subsidios
7. El método de Gauss se basa en la multiplicación de filas y columnas para obtener una

Vertical

1. Análisis en que los impuestos son parte del beneficio global
3. Sustentar los intereses de un inversionista y el impacto que se producirá por medio de un proyecto
4. Serie de algoritmos de álgebra lineal que ayuda a determinar ecuaciones lineales
6. En el ámbito financiero los impuestos son

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. La multiplicación de matrices, la matriz transpuesta y la matriz inversa.
2. Solución única “n” ecuaciones con “n” variables y sobre determinado con “n” ecuaciones, pero “m” variables.
3. Es una serie de algoritmos de álgebra lineal que nos ayuda a determinar ecuaciones lineales y así hallar matrices e inversas.
4. Se basa en la multiplicación de filas y columnas para obtener una matriz identidad por medio de suma, resta y división
5. Analizar la conveniencia o inconveniencia en el uso de los recursos destinados a un proyecto, para la solución de un problema o satisfacer alguna necesidad.
6. Nos sirve para sustentar los intereses de un inversionista y el impacto que se producirá por medio de un proyecto.

7. La rentabilidad de la inversión a efectuar en el proyecto, su valor presente en un año dado y la rentabilidad anual de la inversión propuesta.
8. En el financiero se utilizan siempre los precios de mercado, incluidos impuestos y subsidios, mientras que en el económico los impuestos y subsidios son considerados pagos de transferencia.
9. Los impuestos son costos y los subsidios son ingresos. Los intereses pagados a los proveedores son “costo”.
10. Los impuestos son parte del “beneficio global” y un subsidio un “costo” para la sociedad. Los intereses no se separan ni deducen ya que son del rendimiento global del capital.

Figura 25. Sopa de letras (Respuestas). Análisis Económico de Proyectos de Inversión

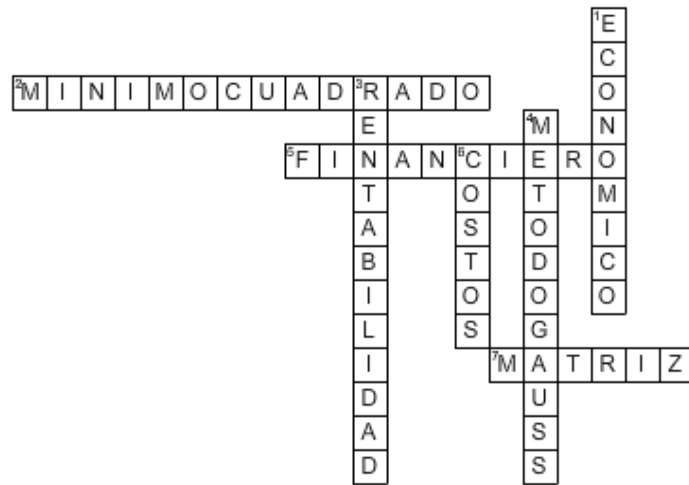


ECUACIONE	COSTO
MINIMOCUA	RENTABILID
ECONOMICO	GAUSSJORD
FINANCIERO	BENEFICIO
INVERSION	MATRICES

Fuente. Elaboración propia.



Figura 26. Crucigrama (Respuestas). Análisis Económico de Proyectos de Inversión



Horizontal

2. Se sustenta en la multiplicación de matrices, la matriz transpuesta y la matriz inversa
5. Análisis que utiliza siempre los precios de mercado, incluidos impuestos y subsidios
7. El método de Gauss se basa en la multiplicación de filas y columnas para obtener una

Vertical

1. Análisis en que los impuestos son parte del beneficio global
3. Sustentar los intereses de un inversionista y el impacto que se produciría por medio de un proyecto
4. Serie de algoritmos de álgebra lineal que ayuda a determinar ecuaciones lineales
6. En el ámbito financiero los impuestos son

Fuente. Elaboración propia.

UNIDAD DE COMPETENCIA II

Nombre Unidad: “Estudio de Mercado”

Tabla 4. Descripción de la unidad de competencia II

UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
Estudio de Mercado	<p>Metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta y la demanda. Análisis de precios. Análisis de los canales de distribución y de la promoción. Las “p” de la mercadotecnia: producto, plaza, promoción, publicidad, precio, proceso, personas, physical evidence (evidencia física), partners (alianzas). Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos (encuesta, observación, experimentación), redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción, análisis e interpretación de la situación del producto o servicio en el mercado y su factibilidad frente a la competencia, así como la adecuada toma de decisiones en conveniencia para asumir los riesgos. • Análisis de los elementos técnicos para “know how” de los procesos productivos, instalaciones, maquinaria, equipo y herramienta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resaltar la responsabilidad en la elaboración de los diferentes estudios y análisis del proyecto de inversión, con el fin de determinar su factibilidad. • Creatividad en las formas de generar ideas para los proyectos de inversión. • Crítico y colaborador en el trabajo individual y de equipo, para una adecuada toma de decisiones. • Creatividad en las formas de generar ideas para los proyectos de inversión.

Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría de la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Inversión.



MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Importancia de una investigación de mercado”

Bibliografía: Salazar Coronel, Aninel, Aceves López, Jesús Nereida, Valdez Pineda, Dina Ivonne (2011). Importancia de una investigación de mercado. Departamento de Ciencias Administrativas del Instituto Tecnológico de Sonora. [Fecha de consulta 23 de agosto de 2019]. Disponible en: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf

A. RESUMEN

La investigación de mercado es una herramienta utilizada por las empresas, sin importar su giro, tamaño, o incluso si son o no de nueva creación. Así como también puede ser utilizada en proyectos de negocios. Se utiliza para encontrar la manera de optimizar recursos, así como mejorar y aprovechar las áreas de oportunidad y hacer que las empresas sean más rentables.

La investigación de mercado permite que las empresas realicen estrategias de distribución más eficaces, planes de exportaciones e importaciones, segmentación de mercado y también realizar análisis de la competencia y su posicionamiento. Para eso puede hacerse uso del análisis FODA, el cual se puede aprovechar para detectar los puntos fuertes y débiles de la empresa; para así tener mejor información para tomar decisiones apropiadas que favorezcan en el crecimiento de las empresas.

Uno de los propósitos más importantes de la investigación de mercado, es determinar si se han alcanzado las metas y los objetivos propuestos por la empresa, y en caso contrario, modificar y mejorar el plan de trabajo con el que actualmente se ha estado trabajando, e implementar las nuevas estrategias.

B. CONTEXTUALIZACIÓN



Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuál es el propósito de implementar una Investigación de mercado?
2. ¿Cuál es la razón por la cual las empresas analizan los mercados?
3. ¿Qué proporciona la Investigación de mercado?
4. ¿Cómo es presentada la investigación?
5. ¿Qué tipo de proyectos o empresas pueden aplicar una investigación de mercado?
6. ¿Qué es lo que se trata de encontrar con la investigación de mercado?
7. ¿Cuál es el sustento de llevar a cabo una investigación de mercado?
8. ¿Cuál es la determinante para tener un negocio exitoso?
9. ¿Qué sucede si no se tienen varios intermediarios?
10. Razón por la cual la investigación de mercado se convierte en un activo de la empresa



Palabras a encontrar:

- Optimizar
 - Análisis
 - Ventas
 - Problemas
 - Detectar
- Negocio
 - Estrategia
 - Decisión
 - Inversión
 - Canales
- Oportunidad
 - Beneficios
 - Gasto
 - Mercados

Figura 27.Sopa de letras. Importancia de una investigación de mercado

S	D	D	C	D	B	A	O	N	A	O	N	E	E	D	C	E	B	E
L	V	E	N	T	A	S	Ó	E	E	A	E	I	E	C	O	N	E	I
E	E	L	D	N	N	I	S	E	E	P	D	N	S	G	P	C	O	E
P	A	Q	R	E	S	N	A	N	R	E	N	I	T	I	T	A	E	N
C	E	M	E	R	C	A	D	O	S	R	E	D	R	S	I	N	D	A
O	I	R	E	O	A	R	S	S	D	A	G	N	A	C	M	N	U	E
S	P	V	C	G	I	I	G	S	C	I	O	R	T	A	I	S	E	E
S	N	O	R	U	S	M	B	U	S	Ó	C	L	E	A	Z	O	E	T
I	E	O	R	I	R	E	M	R	E	A	I	M	G	P	A	Ó	F	O
P	O	A	L	T	I	A	C	E	V	A	O	I	I	A	R	C	G	D
S	U	Á	O	A	U	C	T	N	R	S	N	T	A	E	I	D	A	C
A	N	O	S	N	E	N	G	C	S	C	E	C	E	E	S	E	S	I
A	T	U	S	O	I	C	I	F	E	N	E	B	T	R	I	C	T	N
Ó	A	D	I	O	I	I	N	D	I	T	E	Q	I	C	D	I	O	S
A	M	A	N	O	U	O	E	A	A	D	E	E	E	M	G	S	A	L
D	C	A	N	A	L	E	S	Ó	R	D	O	D	C	D	E	I	R	E
O	I	A	S	S	A	M	E	L	B	O	R	P	I	I	A	Ó	E	D
E	U	E	I	S	L	N	N	A	A	U	P	N	T	N	O	N	P	R
I	A	P	P	T	I	R	M	C	Ó	N	L	I	A	V	I	S	R	T

Fuente. Elaboración propia.



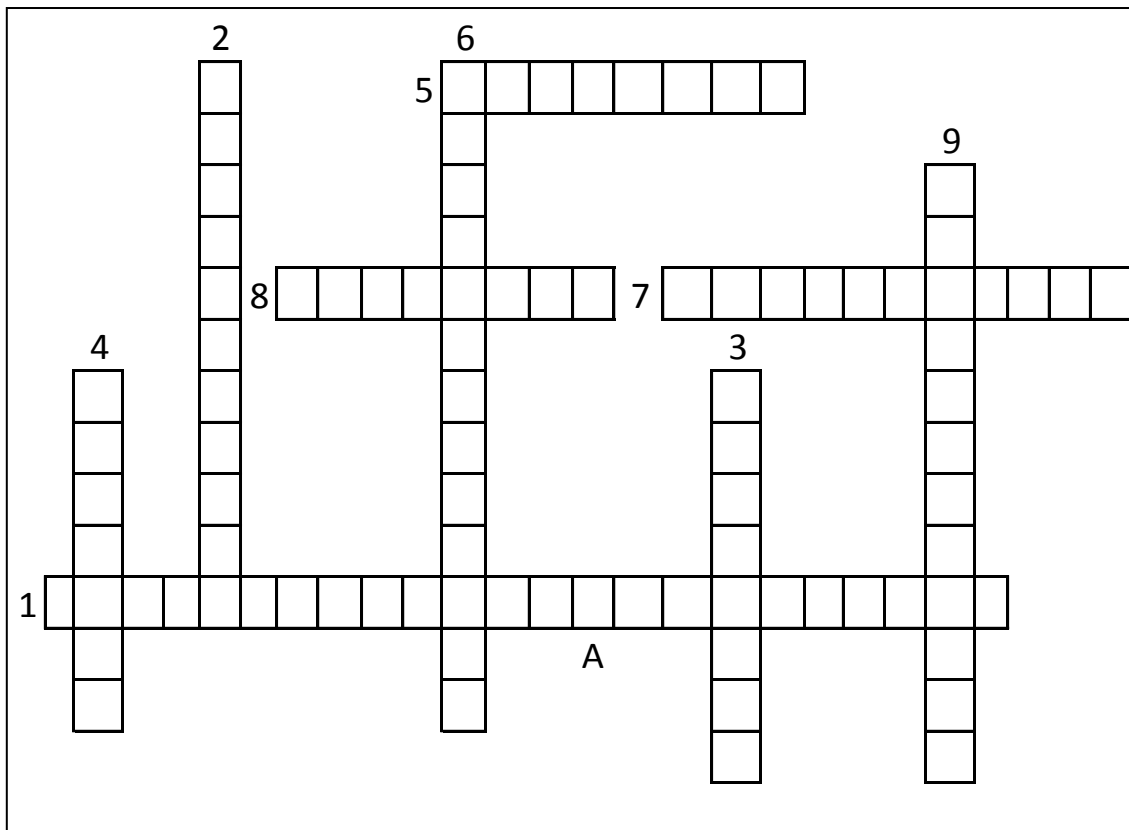
HORIZONTAL

- 1. Se trata de detectar las necesidades de los consumidores para, de esta manera, diseñar estrategias.
- 5. Es un conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.
- 7. Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.
- 8. Examen detallado de una cosa para conocer sus características o cualidades, y extraer conclusiones.

VERTICALES

- 2. Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- 3. Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.
- 4. Petición o solicitud de algo
- 6. Elaborar o establecer el plan para desarrollar un proyecto.
- 9. Que consume bienes y productos en una sociedad de mercado.

Figura 28. Crucigrama. Importancia de una investigación de mercado

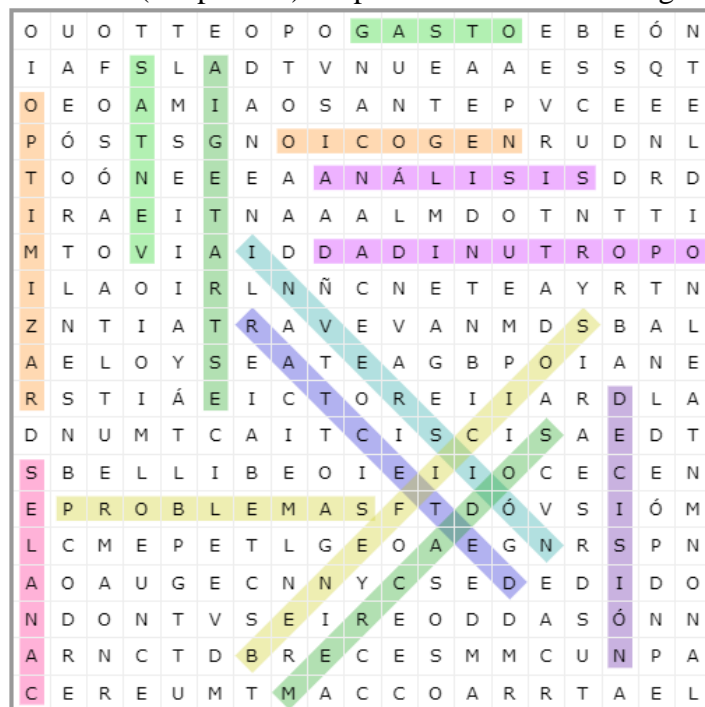


Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

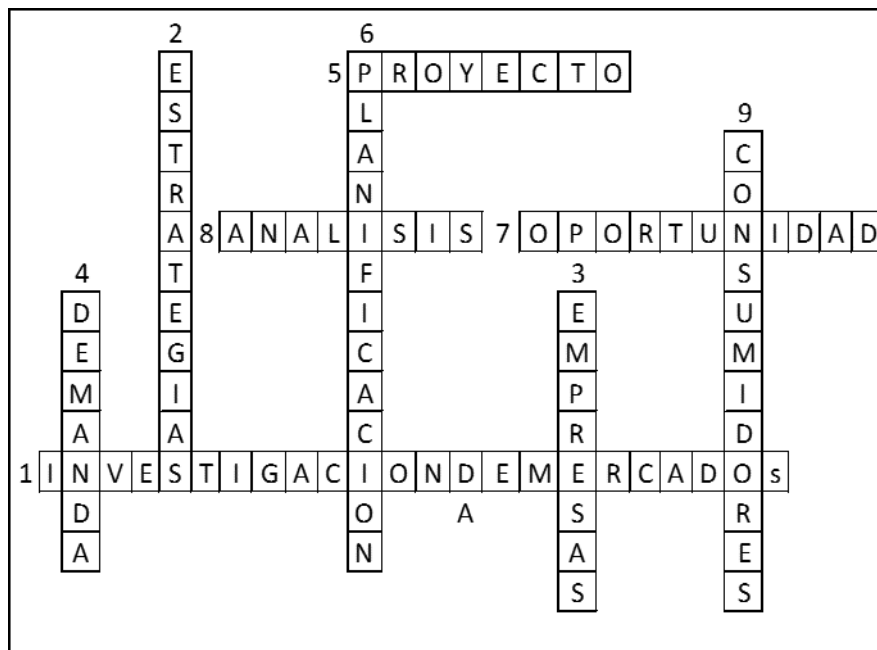
1. Realizar una planeación estratégica y la toma de decisiones en una empresa o proyecto, y de acuerdo a los resultados que se obtengan poder definir propósitos y así reducir los problemas que se detecten.
2. Permite a las empresas trazar estrategias de comercialización más eficaces, además de realizar pronósticos de la demanda, desarrollar planes de exportación e importación, segmentación de mercado y también realizar análisis de la competencia y su posicionamiento.
3. Proporciona habilidades para cambiar el negocio, y para hacer de este cambio una ventaja competitiva.
4. Se necesita estar presentando periódicamente reportes al gerente o dueño donde se plasmarán los diferentes avances y posibles situaciones presentadas.
5. De cualquier tamaño y tipo de empresa, de nueva creación o con años de servicio.
6. Encontrar la manera de optimizar recursos y mejorar las áreas de oportunidad y hacer que la empresa sea más rentable.
7. Debe sustentarse en consideraciones como la comparación entre costos y beneficios.
8. Los canales de distribución
9. Es más factible poder reducir el costo de los productos y así generar más ventas.
10. Porque evita gastos y riesgos al señalar los potenciales de mercados y ventas, formando parte de la cultura comercial de un negocio.

Figura 29. Sopa de letras (Respuestas). Importancia de una investigación de mercado



Fuente. Elaboración propia.

Figura 30. Crucigrama (Respuestas). Importancia de una investigación de mercado



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “La clasificación de los Productos en el Marketing”

Bibliografía: Molinari, C. 2014. La Clasificación de los productos en el Marketing: una propuesta, Revista del Departamento de Ciencias Sociales, 6:58-70. [Fecha de consulta 23 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2014/11/RSOC006-06-La-clasificación-de-los-productos-en-el-marketing-MOLINARI.pdf>

A. RESUMEN

Los productos ofertados en el mercado pueden ser ordenados en función a sus condiciones y cualidades, ya sean tangibles o intangibles, esto con el propósito de definir características que las diferencien de los demás productos ofertados.

Los productos pueden clasificarse en:

- Productos de consumo masivo: Que son aquellos que se consumen con el primer uso, un ejemplo podrían ser los detergentes.
- Productos industriales: Los cuales son considerados como intermedios en el proceso de producción y que formaran parte de un nuevo bien, y estos son las materias primas, bienes de capital, insumos operativos, materiales varios.
- Productos agropecuarios: Relacionado más con los insumos de tipo agrícola como semillas carnes, cereales, etc.
- Productos Corporativos: Son aquellos que adquieren las empresas en su funcionamiento cotidiano
- Productos Farmacéuticos: Son considerados los medicamentos y productos relacionados con la salud.
- Productos culturales: Son aquellos productos simbólicos experiencias estéticas, por ejemplo, puede ser una obra de arte, una canción un libro etc.

Así que la clasificación de los productos incluye desde el empaque, color, precio, prestigio de la empresa, etc. Es un mecanismo de comunicación para conectar el producto con el mercado, e incluso se puede utilizar como una estrategia para incrementar las ventas.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿De qué manera opera el Marketing?
2. ¿Qué es lo que un cliente está dispuesto a adquirir?
3. El cliente al elegir un producto, ¿qué es lo que elige a su vez?
4. ¿Cuál es el significado de la palabra clasificación?
5. ¿Cuál es la clasificación de los productos en marketing?
6. ¿Qué se entiende por productos de consumo masivo?
7. ¿Cuál es la clasificación de los productos de consumo masivo?
8. ¿Cuál es la clasificación de los productos industriales?
9. ¿Qué factores influyen para que un cliente se apegue a una marca?
10. ¿Qué son productos culturales?
11. Son ejemplos de productos culturales

Palabras a encontrar:

Producto	Corporativos	Cliente
Consumo masivo	Farmacéuticos	Tangibles
Industriales	Culturales	Intangibles
Agropecuarios	Marca	Mercado



Figura 31.Sopa de letras. La clasificación de los Productos en el Marketing



Fuente. Elaboración propia.

Se presentan las palabras a encontrar en el crucigrama

Horizontal

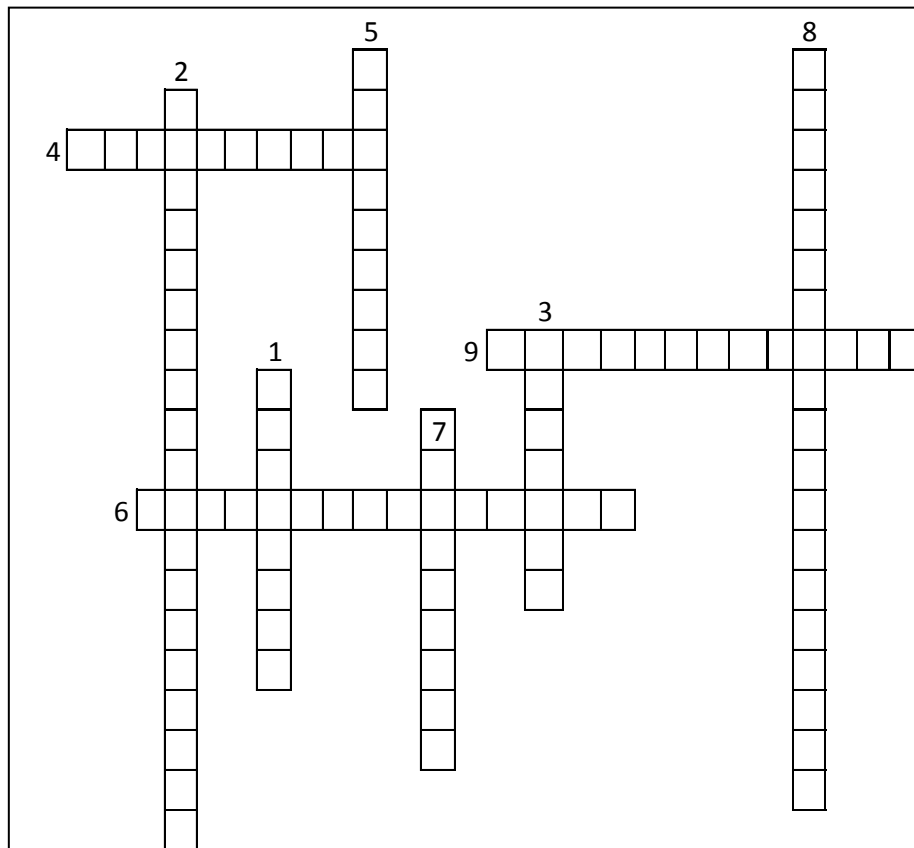
- 4.- Individuo que consume bienes y productos en una sociedad de mercado.
- 6.- Es una determinación que se toma respecto a algo
- 9.- Tipo de producto que se consume al primer uso

Vertical

- 1.- Cosa que adquiere un cliente:
- 2.- El marketing opera de manera:
- 3.- Cual es el significado de clasificar:
- 5.- Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto
- 7.- Es ejemplo de un producto cultural
- 8.- Clasificación de los productos de consumo masivo



Figura 32. Crucigrama. La clasificación de los Productos en el Marketing



Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. De manera táctica y estratégica
2. Un producto, es decir una mezcla de tangibles e intangibles.
3. Está eligiendo también una empresa y su marca.
4. De acuerdo a la Real Academia Española se refiere a ordenar o disponer.
5. De consumo masivo, Industriales, Agropecuarios, Corporativos, Farmacéuticos y Culturales
6. Productos que desaparecen o se consumen con el primer uso.
7. En durables y no durables.
8. Materias primas, bienes de capital, insumos operativos y materiales varios.
9. Factores emocionales.
10. Son producciones simbólicas y experiencias estéticas
11. Un libro, una canción una pintura, etc.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica”

Bibliografía: Olavarrieta, Sergio (2008). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica. Academia. Revista Latinoamericana de Administración, (41. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1012-8255. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71611842002>

A. RESUMEN

Ha existido un avance importante en la investigación en mercadeo en Latinoamérica, pero aún existen desafíos para progresar y lograr una mayor relevancia para la práctica, docencia y también para avanzar en el conocimiento global de la disciplina.

La investigación científica o académica en mercadeo, entendida como aquella que produce conocimiento generalizable, acumulable, fundado en teoría o con el fin de testear o desarrollar teorías es, sin duda, todavía escasa en Latinoamérica.

Existe una discusión importante en el mundo del management en general, y del mercadeo en particular, respecto de la relevancia o el aporte de la investigación académica para la empresa y para la enseñanza en las escuelas de negocios que han cuestionado la relevancia de la investigación en las disciplinas de negocios.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de



información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. Desde el punto de vista de la mercadotecnia ¿qué es un mercado?
2. ¿Por quiénes está conformado un mercado?
3. Menciona los 3 elementos del mercado
4. ¿Qué es un mercado real?
5. ¿Qué es un mercado potencial?
6. Menciona 3 tipos de mercado desde el punto de vista geográfico
7. ¿Es el mercado en que los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal, no para ser comercializados?
8. ¿Está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios?
9. Se le llama de distribuidores o comercial y está conformado por mayoristas, minoristas, agentes, corredores, etc.
10. Provoca que las organizaciones de un país deseen ampliar sus fronteras, es decir estudien la posibilidad de colocar sus productos en otros países.

Palabras a encontrar:

- Mercado
- Servicios
- Bienes
- Oferta
- Necesidades
- Mercadotecnia
- Demanda

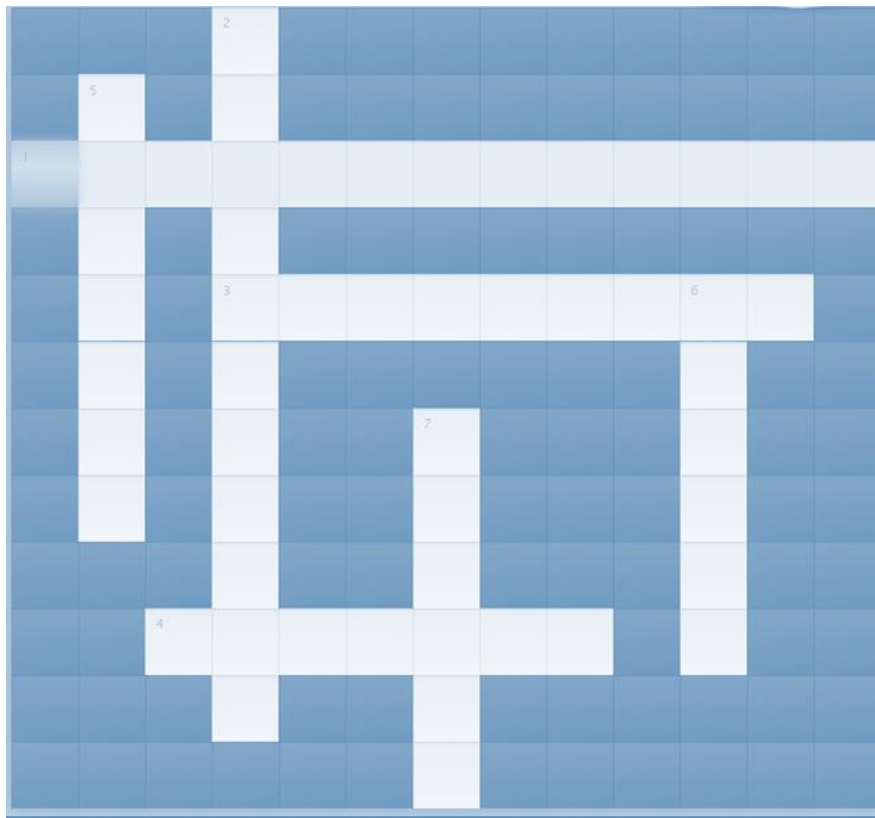


Figura 35.Sopa de letras. Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica

S	F	R	E	D	U	S	B	T	M	A	O	N	A	T	S	I	U	E
S	E	N	E	I	B	M	O	Y	O	E	E	T	D	E	I	C	N	S
E	I	U	L	D	R	R	V	R	N	N	R	S	I	C	L	E	C	T
M	U	I	N	T	D	D	R	A	O	E	E	M	A	C	G	E	A	E
E	N	C	L	T	C	E	D	A	F	D	S	I	I	C	R	D	N	N
R	A	D	A	D	U	C	E	O	A	A	I	I	A	C	A	E	R	M
C	G	M	E	E	S	O	E	D	E	A	I	M	E	E	C	A	C	R
A	P	E	N	D	E	M	A	N	D	A	O	S	U	E	E	A	A	D
D	E	R	T	S	D	U	A	U	O	I	E	O	S	S	T	T	A	M
O	R	C	C	U	A	O	E	D	E	E	R	I	A	N	N	O	C	O
T	V	A	A	E	C	S	M	E	E	S	D	I	N	O	N	O	M	E
E	E	D	E	D	M	R	I	E	B	A	S	A	Y	A	O	Q	C	C
C	D	O	P	S	E	O	Q	Z	D	O	U	R	S	I	L	S	C	R
N	A	O	L	I	S	U	R	E	I	S	S	S	S	M	C	Y	S	T
I	E	L	F	N	I	C	S	C	S	M	N	S	A	O	N	C	M	I
A	S	E	R	V	I	C	I	O	S	R	M	A	L	E	S	C	D	I
R	E	O	S	G	T	B	R	A	I	A	E	U	A	A	R	B	E	C
R	C	L	I	O	M	U	U	D	E	E	O	A	C	D	O	C	S	R
A	U	I	D	N	R	N	T	D	I	L	E	O	D	A	E	A	O	E

Fuente. Elaboración propia.

Figura 36. Crucigrama. Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica



Fuente. Elaboración propia.

Horizontal

1. Es un conjunto actividades que se realizan para identificar las necesidades de un público determinado con el objeto de brindarle productos o servicios para satisfacerlos de la forma más adecuada.
3. Conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.
4. Cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios

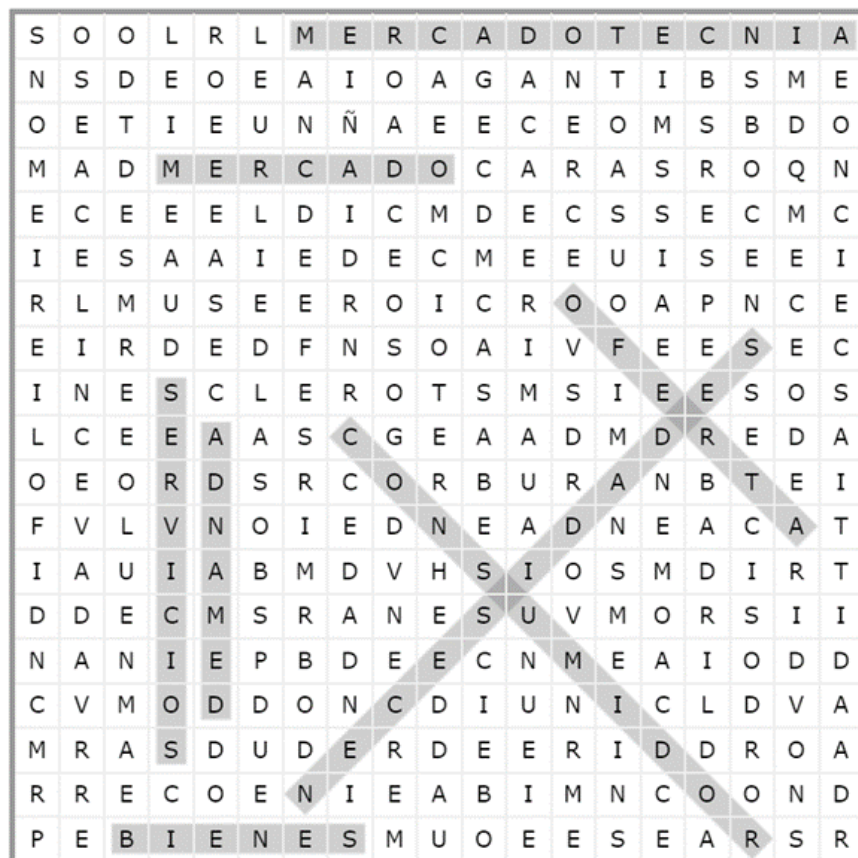
Vertical

2. Aquellas sensaciones de carencia, propias de los seres humanos y que se encuentran estrechamente unidas a un deseo de satisfacción de las mismas.
5. conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.
6. Cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.
7. Elementos físicos, culturales o intelectuales que responden a la satisfacción de una necesidad determinada

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= Es donde se reúnen oferentes y demandantes y es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento y la demanda.
2. R= Por consumidores reales y potenciales
3. R= Uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer, Un producto que pueda satisfacer esas necesidades, Personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades a cambio de una remuneración.
4. R= Personas que normalmente adquieren un producto
5. R= A las personas que podrían comprarlo
6. R= Mercado de intercambio comercial al mayoreo
7. R= Mercado Metropolitano, Mercado Local, Mercado al consumidor,
8. R= Mercado del productor
9. R= Mercado del revendedor
10. R= Mercado internacional

Figura 37.Sopa de letras (Respuestas). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica



Fuente. Elaboración propia.

Figura 38. Crucigrama (Respuestas). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones”

Bibliografía: Coca Carasila, Andrés Milton (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. PERSPECTIVAS, (28). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941257008>

A. RESUMEN

El análisis del mercado, o bien el de la demanda, es un tema trascendental, ya que sin éste toda estrategia deja de tener sentido alguno, sobre todo si la empresa dice encontrarse orientada al cliente u orientada al mercado.

Al llevar a cabo un análisis de las necesidades y deseos, se muestra que los individuos no tienen un gran peso para el marketing en caso de que no se cuenta con la capacidad adquisitiva necesaria.

Es muy importante, en principio, identificar la demanda de mercado y la demanda de empresa y con ello disgregar el cómo se puede abordar su análisis. En ambos casos, demanda de mercado y de empresa, se remarca que constituyen una función. Una función que podría expresarse a través de un conjunto de variables definidas, pero, sobre todo, el “nivel de esfuerzo de marketing”, esto conduce a esperar que en una cuantificación empírica se logre identificar el efecto que pudiera implicar la variable “esfuerzos de marketing”. La cuota de ventas, por su parte, identifica la meta de ventas fijadas para un producto o línea de productos determinados; en cambio el presupuesto de ventas constituye una estimación racional del volumen de ventas esperado para un determinado período

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

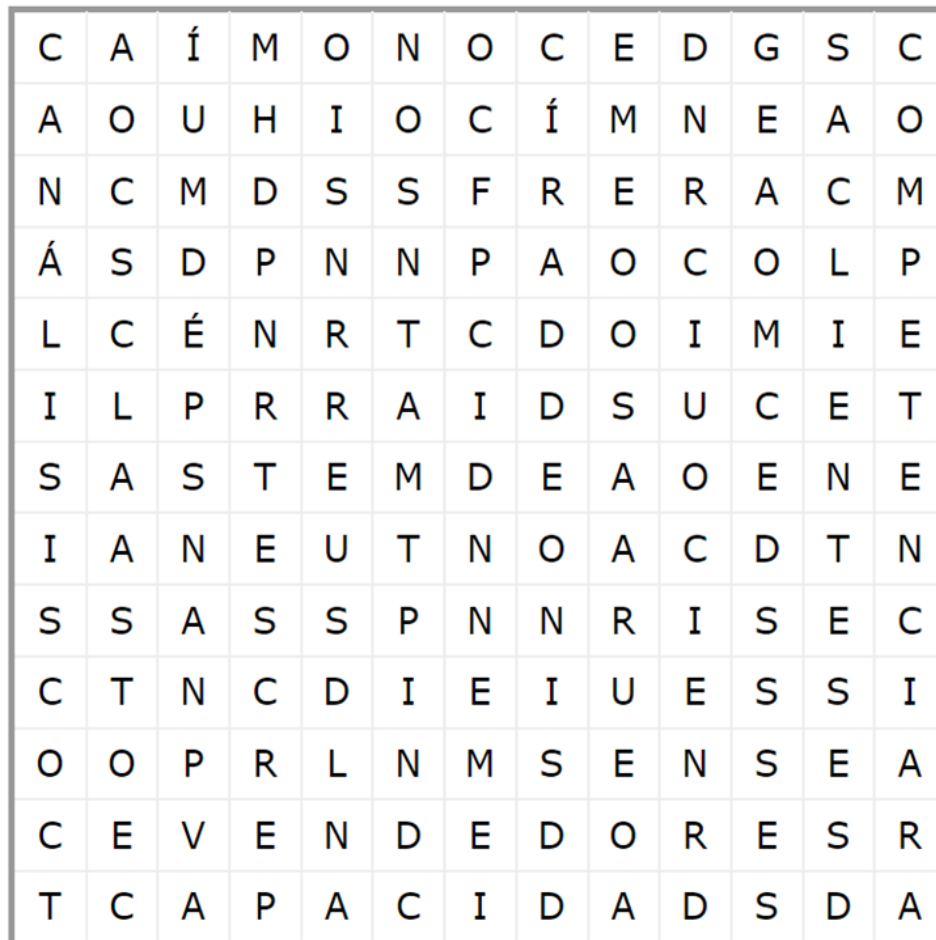
1. ¿En economía que se entiende como un mercado?
2. ¿Por qué elementos se puede definir un mercado que determinan su existencia?
3. ¿Clasificación de los mercados?
4. ¿Por quienes está conformado el mercado por tipo de comprador?
5. ¿Por quienes está conformado el mercado por tipo de producto?
6. ¿Por quienes está conformado el mercado por número de competidores?
7. ¿Por quienes está conformado el mercado por tipo de demanda?
8. ¿Qué concepto es muy importante de analizar, medir o determinar la demanda?
9. ¿Qué conceptos no tienen mucho sentido para el marketing? y ¿Por qué?
10. ¿Identifica la meta de ventas fijadas para un producto o línea de productos determinados?

Palabras a encontrar:

- Economía
- Interés
- Compradores
- Vendedores
- Consumidores
- Clientes
- Capacidad
- Análisis
- Competencia



Figura 39.Sopa de letras. La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones



Fuente. Elaboración propia.

Palabras a encontrar en el crucigrama:

Horizontal

1. Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios.

4. Aquella persona que tiene encomendada la venta o comercialización de productos o servicios de una compañía

6. Cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios.

7. Actividad laboral donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las poblaciones.

Vertical

2. Ámbito económico hace referencia a las situaciones propias de un mercado donde se puede encontrar una gran cantidad de demandantes y ofertantes de un bien o servicio específico

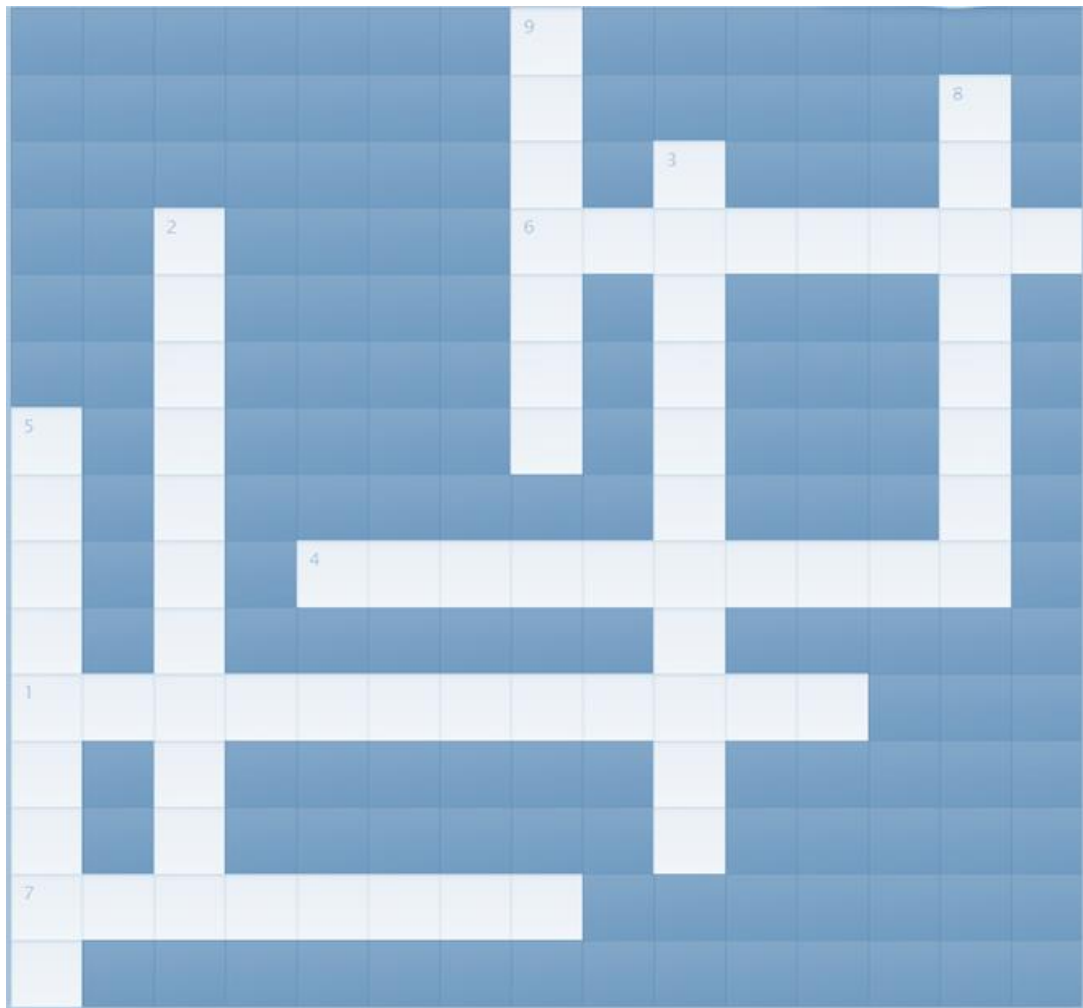
3. Es el que cubre necesidades adquiriendo bienes o servicios a cambio de un precio cierto.

5. Es la disponibilidad de recursos que tiene una persona para satisfacer sus necesidades materiales.

8. Es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor

9. Es un índice utilizado para medir la rentabilidad de los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito

Figura 40. Crucigrama. La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones



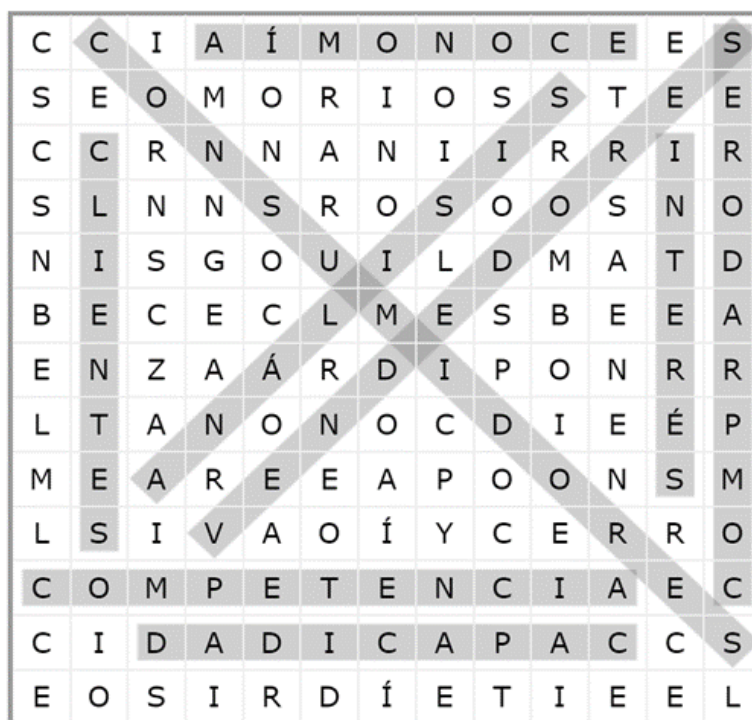
Fuente. Elaboración propia.



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

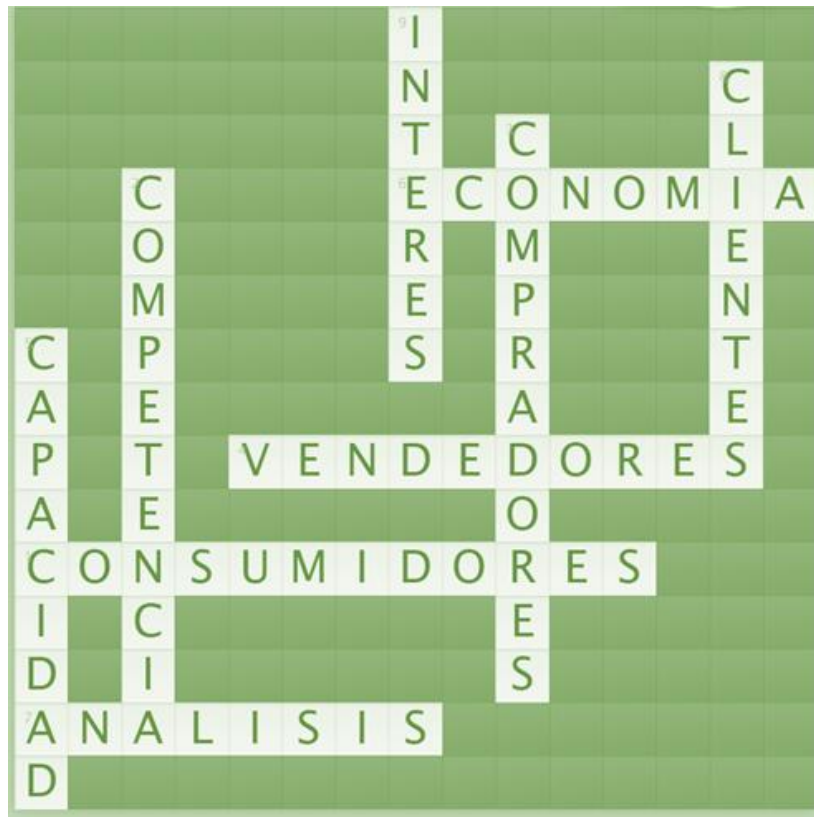
1. R= como el conjunto de compradores y vendedores que negocian con un producto concreto o una clase de productos, (el mercado inmobiliario, el mercado energético, el mercado de trabajo).
2. R= Un conjunto de consumidores, Que necesitan un producto determinado, Que desean o pueden desear comprarlo, Que tienen capacidad de compra, Que están dispuestos a comprar
3. R= Tipo de comprador, Por tipo de producto, Número de competidores, Tipo de demanda
4. R= particulares, industriales, organismos públicos
5. R= mercado de productos, de materias primas, servicios y productos informáticos
6. R= monopolio, oligopolio, competencia perfecta y monopolística
7. R= mercado potencial, disponible, cualificado disponible, meta u objetivo, actual, real o penetrado
8. R= es el concepto de Mercado.
9. R= Necesidades y deseos, si es que los individuos no tienen la capacidad adquisitiva
10. R= La cuota de ventas

Figura 41.Sopa de letras (Respuestas). La demanda. Una perspectiva de marketing:
reflexiones conceptuales y aplicaciones



Fuente. Elaboración propia.

Figura 42. Crucigrama (Respuestas). La demanda. Una perspectiva de marketing:
reflexiones conceptuales y aplicaciones



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación”

Bibliografía: Pérez, David, Martínez de Ubago, Isabel Pérez (2006). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación. Escuela de Negocios. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019].

Disponible en: <http://files.kszegarra.webnode.es/200000021-af558b04f4/Fijación%20de%20Precios.pdf>

A. RESUMEN

El precio se define como el valor de un producto o servicio en términos monetarios. El precio engloba todos los aspectos utilizados para su fabricación, así como un porcentaje de la utilidad que se desea obtener para generar ganancias. Así mismo el precio debe estar acorde a lo que el consumidor está dispuesto a pagar para lograr la máxima satisfacción de acuerdo al producto o servicio.

Es de suma importancia que las empresas sepan fijar correctamente los precios ya que de estos dependen los ingresos. Es por eso que el precio debe de ser llamativo para los consumidores, proveedores, repartidores, etc. Es importante mencionar que existen factores externos que se incluyen en el precio como leyes vigentes en el país, también existen los factores internos en los cuales tenemos que considerar las políticas de la empresa.

Es importante contar con personas que sepan asignar los precios de manera correcta para tener un porcentaje mayor en comparación de otras empresas que ofrecen el producto a un mayor costo. Los factores que influyen en el precio para poder ponerlo a la venta es la imagen, el valor que tiene el producto, la calidad, así como el mercado donde se va a vender el producto.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.



1. ¿Cuáles son los factores internos que influyen en el precio?
2. ¿Cuáles son los factores externos que influyen en el precio?
3. ¿Cuáles son los agentes económicos que intervienen en el proceso productivo?
4. ¿Cuáles son las estrategias para la selección de precios?
5. ¿Cómo decide la empresa la estrategia de precios y valor?
6. ¿Cuáles son los productos interrogante?
7. ¿Cómo se fijan los precios?
8. ¿Qué es el descuento por cantidad?
9. ¿Cuál es la disposición en espiga de los productos?
10. ¿Qué es la guerra de precios?
11. ¿Qué es el dumping?



Figura 43.Sopa de letras. El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación

									A	E												
									T	A												
									I	O	R	Y										
									M	U	U	R										
									O	O	C	Y	M	W								
									A	T	R	E	F	O								
M	Í	I	Ú	D	Q	G	G	N	I	S	I	D	N	A	H	C	R	E	M			
S	E	N	O	I	C	A	C	I	F	I	N	O	B	B	P	P	Ñ	M	T			
	J	Y	U	M	A	R	K	E	T	I	N	G	Y	Q	L	I	A	L				
		D	M	M	T	I	C	C	O	M	P	R	A	D	O	R	Y					
			V	O	C	D	E	M	A	N	D	A	H	I	C	W						
				J	X	C	O	S	T	O	A	Z	Ñ	J	A							
				I	O	T	N	E	U	C	S	E	D	B	C	O	M					
				G	M	A	H	P	R	O	D	U	C	T	O	M	Z					
				E	M	P	R	E	S	A	F	N	Í	H	Ó	W	T	Y	Ó			
				Ú	W	Q	M	P	X	É			M	Z	S	Ú	K	B	I			
				T	J	É	B	F	L	U					P	R	E	C	I	O	O	
				M	X	R	I	C									Ñ	Q	V	W	M	
				Ó	Q	É	E												X	H	X	Á
				E	P																A	R

BONIFICACIONES
CUOTA
EMPRESA
OFERTA

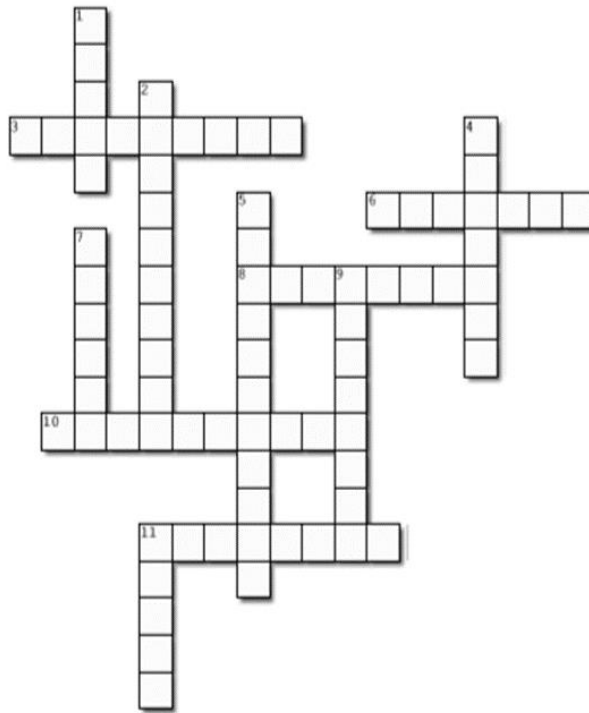
COMPRADOR
DEMANDA
MARKETING
PRECIO

COSTO
DESCUENTO
MERCHANDISING
PRODUCTO

Fuente. Elaboración propia.



Figura 44. Crucigrama. El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 3. Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.
- 6. Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o
- 8. Productos que tienen un alto crecimiento del producto dentro del mercado.
- 10. Que consume bienes y productos en un mercado.
- 11. Descuento que premia a los distribuidores con mayores consumos.

Vertical

- 1. Productos en mercados de escaso crecimiento.
- 2. Pueden materializarse mediante vales, mayor cantidad de producto, el regalo de una unidad.
- 4. Lugar donde se encuentra la oferta y la demanda de producto o servicio y se determinan los precios.
- 5. Descuento que se da por el crecimiento porcentual en periodos determinados de consumo.
- 7. Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.
- 9. Estrategia que consiste en eliminar un producto, generalmente en una situación.
- 11. Gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio.

Fuente. Elaboración propia.



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Políticas y objetivos de la empresa, política financiera, personal, cartera de productos de la empresa, curva de aprendizaje, política de distribución.
2. Legislación vigente, la competencia, agentes económicos que intervienen en el proceso productivo.
3. Intermediarios, suministradores, clientes, estructura del mercado.
4. Estrategia de precios y de marketing, estrategia de precios y valor, estrategia de precios a medida.
5. Decide si el precio y el valor del producto estarán igualado, el producto tendrá un precio adecuado a su valor.
6. Se trata de productos que se encuentran en mercados de gran crecimiento pero que, por el momento, no tienen una gran cuota de participación.
7. Determinando los objetivos de marketing, estimar la demanda, calculando la variación de costes, examinando la competencia, determinando el sistema de fijación de precios que va a seguir y por último seleccionando el precio final.
8. Es aquel en el cual se seleccionan a los distribuidores con mayores consumos, para que compren mayores cantidades de producto.
9. Las estanterías se colocan en diagonal, de forma cruzada, intentando forzar al consumidor a realizar un determinado recorrido.
10. Es una estrategia de actuación comercial, que constituye un hecho depresivo del entorno y suponen riesgos de erosión de las marcas y también una cierta “banalización” de los productos. Los productos no valen nada, lo que afecta además a la imagen.
11. Es una práctica ilegal en la mayoría de los países de nuestro entorno. Se trata de una práctica que consiste en la venta consistente de un producto o a un precio inferior al de coste de producción.



Figura 45.Sopa de letras (Respuestas). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación

								A	E											
								T	A											
								I	O	R	Y									
								M	U	U	R									
								O	O	C	Y	M	W							
								A	T	R	E	F	O							
M	Í	I	Ú	D	Q	G	G	N	I	S	I	D	N	A	H	C	R	E	M	
S	E	N	O	I	C	A	C	I	F	I	N	O	B	B	P	P	Ñ	M	T	
	J	Y	U	M	A	R	K	E	T	I	N	G	Y	Q	L	I	A	L		
		D	M	M	T	I	C	C	O	M	P	R	A	D	O	R	Y			
			V	O	C	D	E	M	A	N	D	A	H	I	C	W				
			J	X	C	O	S	T	O	A	Z	Ñ	J	A						
			I	O	T	N	E	U	C	S	E	D	B	C	O	M				
			G	M	A	H	P	R	O	D	U	C	T	O	M	Z				
			E	M	P	R	E	S	A	F	N	Í	H	Ó	W	T	Y	Ó		
			Ú	W	Q	M	P	X	É			M	Z	S	Ú	K	B	I		
		T	J	É	B	F	L	U						P	R	E	C	I	O	
		M	X	R	I	C									Ñ	Q	V	W	M	
Ó	Q	É	E													X	H	X	Á	
E	P																		A	R

BONIFICACIONES
CUOTA
EMPRESA
OFERTA

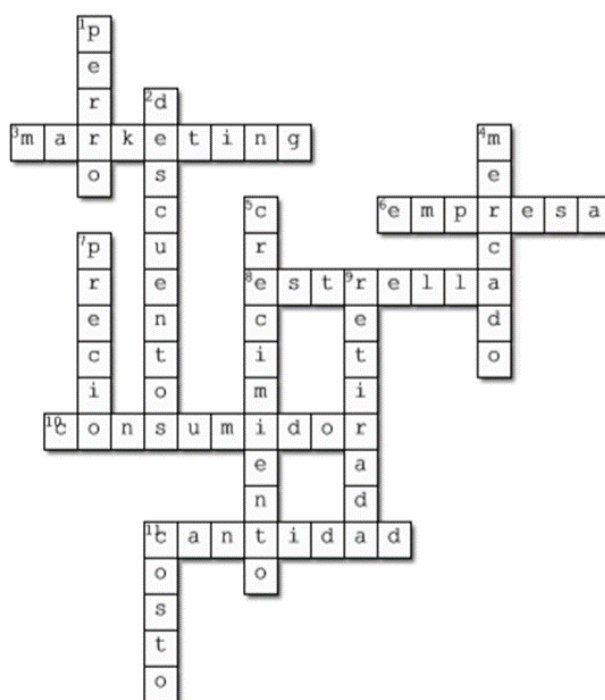
COMPRADOR
DEMANDA
MARKETING
PRECIO

COSTO
DESCUENTO
MERCHANDISING
PRODUCTO

Fuente. Elaboración propia.



Figura 46. Crucigrama (Respuestas). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 3. Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. (**marketing**)
- 6. Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o (**empresa**)
- 8. Productos que tienen un alto crecimiento del producto dentro del mercado. (**estrella**)
- 10. Que consume bienes y productos en un mercado. (**consumidor**)
- 11. Descuento que premia a los distribuidores con mayores consumos. (**cantidad**)

Vertical

- 1. Productos en mercados de escaso crecimiento. (**perro**)
- 2. Pueden materializarse mediante vales, mayor cantidad de producto, el regalo de una unidad. (**descuentos**)
- 4. Lugar donde se encuentra la oferta y la demanda de producto o servicio y se determinan los precios. (**mercado**)
- 5. Descuento que se da por el crecimiento porcentual en periodos determinados de consumo. (**crecimiento**)
- 7. Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio. (**precio**)
- 9. Estrategia que consiste en eliminar un producto, generalmente en una situación. (**retirada**)
- 11. Gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio. (**costo**)

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Satisfacción y poder en los canales de distribución”

Bibliografía: Cruz Roche, Ignacio., Yagüe Guillén, Ma. Jesús., Oubiña Barbolla, Javier., Lévy Mangin, Jean-Pierre (2004). Satisfacción y poder en los canales de distribución. CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva,



11(2), 134-142. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1405-0269.
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10411202>

A. RESUMEN

Se presenta la relación que deben tener los distribuidores contra los fabricantes. Algunos fabricantes mencionan a la confianza y compromiso como dos de los puntos más importantes entre fabricantes y distribuidores.

La distribución comercial ha sido una de las actividades que más cambios han presentado ya que ha permitido la coordinación eficiente entre los flujos de oferta y demanda. Así bien, la relación entre fabricantes y productores se debe desarrollar en un ambiente de armonía, con una buena convivencia con la finalidad de evitar contratiempos en los procesos de distribución.

Es importante mencionar que ambas actividades están interrelacionadas, caso contrario las actividades de producción y distribución se verían mermadas. Por otro lado, los fabricantes sostienen que las relaciones en el largo plazo, son deben presentar una expectativa de duración elevada con la finalidad de mejorar el canal de distribución.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué organizaciones intervienen en la distribución comercial de las actividades económicas?
2. ¿Qué identifica el modelo explicativo de la satisfacción?
3. ¿Cuáles son las variables que incluyen las organizaciones?
4. ¿Qué es el poder en el marco teórico?
5. ¿Qué logra una negociación fluida?
6. ¿Qué provoca el poder ejercido por los grandes distribuidores?
7. ¿Qué abarca el concepto de satisfacción?
8. ¿Cuáles son las dos grandes líneas de negociación en la relación fabricante-distribuidor?
9. ¿Cuál es la principal clave de los fabricantes?
10. ¿Cómo actúa como puente la distribución comercial?

Figura 47. Sopa de letras. Satisfacción y poder en los canales de distribución

						J	S	Z	Q	R											
				D	R	F	E	R	Q	M	A										
			Z	E	J	P	T			J	V	C									
		J	D	R	L	Z	N				O	K	O								
	M	O	P	W	J	J	A				W	Q	N								
	P	W	B	M	O	T	C				O	F	W	F	R	D	S				
V	G	D	I	S	T	R	I	B	U	I	D	O	R	E	S	L	U	J	T		
M	J	C	A	D	H	A	R	F	M	X	H	F	F	D	E	O	I	F	X	I	
L	U	K	H	V	M	R	J	B	M	T	E	W	V	Z	E	B	T	N	C	L	Q
P	Y	Y	O	Y	X	T	P	A	Y	H	O	L	Q	N	G	M	C	R	O	T	U
S	C	V	E	C	R	J	Z	F	J	L	Q	X	E	J	R	X	U	Z	O	L	O
C	A	E	S	T	R	A	T	E	G	I	A	A	C	U	E	R	D	O	D	E	E
	F	X	W	S	M	F	T	K	Y	W	R	D	N	J	Q	Z	O	G	V	H	
		I	C	W	J										P	V	R	U			
		Z	E												Q	P					

ACUERDO
ESTRATEGIA
PRODUCTO

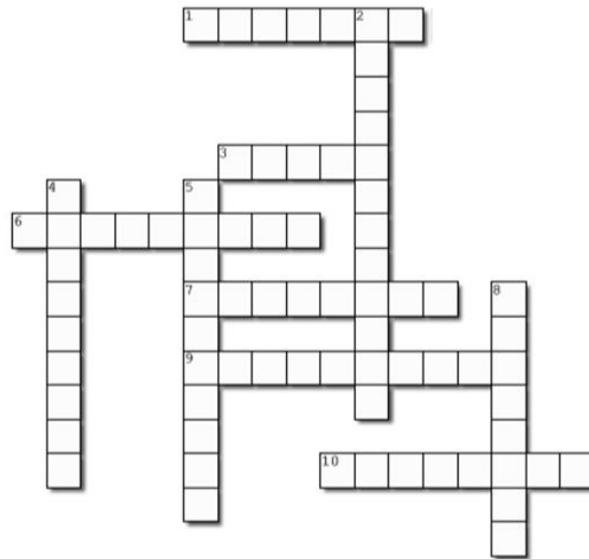
CONFLICTO
FABRICANTES

DISTRIBUIDORES
PODER

Fuente. Elaboración propia.



Figura 48. Crucigrama. Satisfacción y poder en los canales de distribución



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

1. Conformidad o armonía entre personas o aceptación de una situación, una opinión, etc.
3. Tener la capacidad o facultad de hacer determinada cosa.
6. Seguridad, especialmente al emprender una acción difícil o comprometida
7. Trato o unión que hay entre dos o más personas o entidades.
9. Acuerdo formal al que llegan dos o más partes tras hacer ciertas concesiones cada una de ellas.
10. Negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías.

Vertical

2. distribuye un producto para su comercialización, actuando de intermediario entre el productor y el detallista.
4. Oposición o desacuerdo entre personas o cosas
5. Persona o sociedad que transforma productos sin elaborar en bienes para la venta.
8. Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

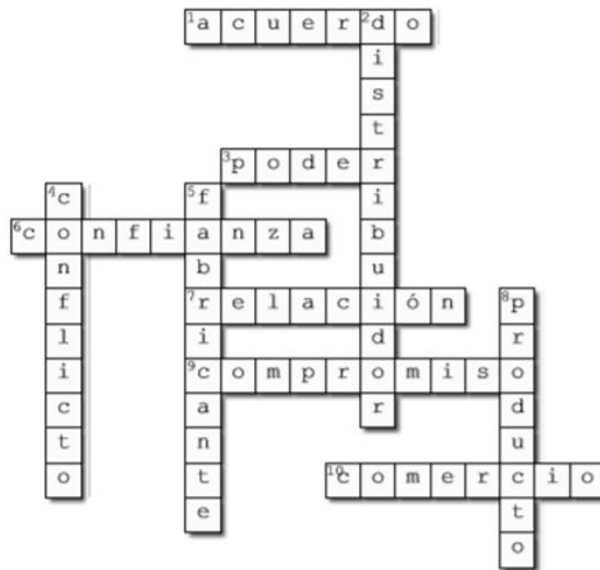
Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Fabricantes (productores) y los distribuidores.
2. Identifica sus principales condicionantes y estructura un determinado modo de interacción entre fabricantes y distribuidores.
3. La confianza y el compromiso son indispensable para la buena relación entre los fabricantes y los distribuidores.
4. Es la capacidad que tiene una organización para influir sobre la conducta de otra.
5. Aumentar los niveles de satisfacción de los fabricantes y los distribuidores.
6. Situaciones de conflicto en la negociación con los fabricantes que se refleja en la aparición de intensos desacuerdos sobre aspectos concretos de la relación.
7. Abarca un estado de afectividad psicológica positivo o negativo, derivado de la valoración que se hace de la relación que nos une a otro miembro del canal de distribución
8. La primera se caracteriza por el ejercicio de poder y las situaciones de conflicto generadas. La segunda línea es una negociación que se caracteriza por las



Figura 50. Crucigrama (Respuestas). Satisfacción y poder en los canales de distribución



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

1. Conformidad o armonía entre personas o aceptación de una situación, una opinión, etc. (**acuerdo**)
3. Tener la capacidad o facultad de hacer determinada cosa. (**poder**)
6. Seguridad, especialmente al emprender una acción difícil o comprometida (**confianza**)
7. Trato o unión que hay entre dos o más personas o entidades. (**relación**)
9. Acuerdo formal al que llegan dos o más partes tras hacer ciertas concesiones cada una de ellas. (**compromiso**)
10. Negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías. (**comercio**)

Vertical

2. distribuye un producto para su comercialización, actuando de intermediario entre el productor y el detallista. (**distribuidor**)
4. Oposición o desacuerdo entre personas o cosas (**conflicto**)
5. Persona o sociedad que transforma productos sin elaborar en bienes para la venta. (**fabricante**)
8. Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación. (**producto**)

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P’s”

Bibliografía: Martínez Negrete, Eduardo (2012). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P’s. Universidad Virtual del Estado de Guanajuato. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019].

Disponible

en:

<http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/educu/28/Lamezcladelamercadotecnia4Ps.pdf>



A. RESUMEN

Las 4p's de la mercadotecnia son un conjunto de variables controlables y forman parte del modelo denominado la mezcla de la mercadotecnia, siendo estas Producto, Precio, Promoción y Plaza o bien Distribución.

El producto representa la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece a los mercados; dentro de la definición de producto lo que se analiza son las características tangibles como intangibles. Un ejemplo del producto son la marca, color, tamaño, presentación por mencionar algunos ejemplos.

El precio que es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el producto; a diferencia del producto en esta parte se analizan los tipos de precios, así como el método de fijación de precios. La plaza que representa lo que hace la compañía para que el procurso llegue a los clientes, aquí podemos hablar de un lugar físico o bien de los canales de distribución.

La promoción son las actividades que realiza la compañía para comunicar las ventajas que ofrece el producto; por promoción no solo encontramos a los anuncios publicitarios, sino que también a los descuentos, catálogos, premios, muestras gratuitas, entre otros.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las "p" de la mercadotecnia. Definición de información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es la mezcla de la mercadotecnia?
2. ¿Qué variables incluye la mezcla de la mercadotecnia?
3. ¿Qué es el producto?
4. ¿Qué se analiza dentro del concepto de producto?
5. Representa la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el producto.
6. ¿Qué es el precio?
7. ¿A que nos referimos con plaza?
8. ¿Qué se analiza dentro del concepto de plaza?
9. ¿Representa las actividades que comunican las ventajas del producto y buscan convencer o persuadir al cliente para que lo obtenga?
10. ¿Cuáles son algunos ejemplos de promoción?



Figura 51. Sopa de letras. La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's



- | | | |
|----------|---------------|-----------|
| producto | variables | color |
| mezcla | mercadotecnia | anuncios |
| premios | precio | clientes |
| marca | distribucion | promocion |
| lugar | plaza | |

Fuente. Elaboración propia.

VERTICAL

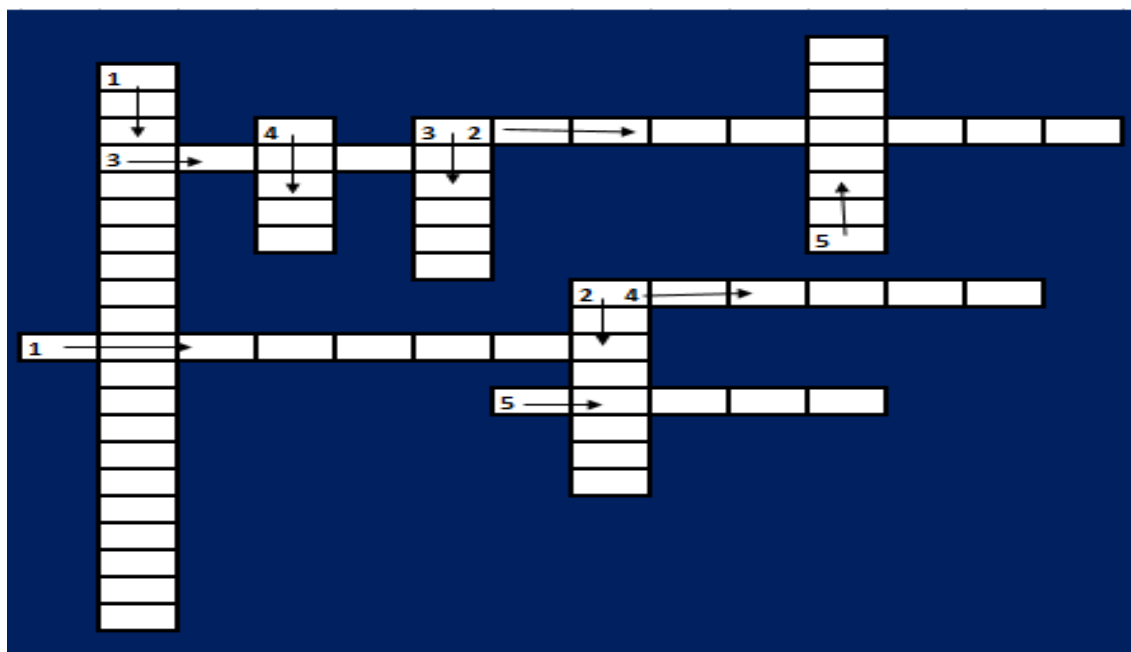
1. Modelo que involucra 4 variables que son Producto, Precio, Promoción y Plazo.
2. Palabra de 8 letras que se conoce como una variable de la mezcla de la mercadotecnia.
3. Es el valor monetario asignado a un bien o servicio
4. Representa lo que hace la compañía para que el producto esté al alcance de los consumidores.
5. Ejemplo de concepto de 8 letras que se analizan dentro de la promoción

HORIZONTAL

1. Es aquel que representa la combinación de bienes o servicios que ofrece la compañía a sus respectivos mercados.
2. Su objeto es persuadir y convencer al consumidor para que adquiera el producto.
3. Característica tangible que se analiza en el producto
4. Él ___ es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el producto
5. Palabra de 5 letras que se analiza dentro del concepto de plaza.



Figura 52. Crucigrama. La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's



Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R.-Conjunto de variables que son controlables, denominados como las 4 P's que son Producto, Precio, Promoción y Plaza o bien Distribución.
2. R.-Producto, Precio, Promoción y Plaza o bien Distribución
3. R.- Representa la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece a los mercados
4. R.- La marca, color, tamaño, presentación.
5. R.-El precio.
6. R.- Es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el producto
7. R.- Representa lo que hace la compañía para que el procurso llegue a los clientes.
8. R.-Aquí podemos hablar de un lugar físico o bien de los canales de distribución.
9. R.-Promoción
10. R.- Descuentos, catálogos, premios, muestras gratuitas

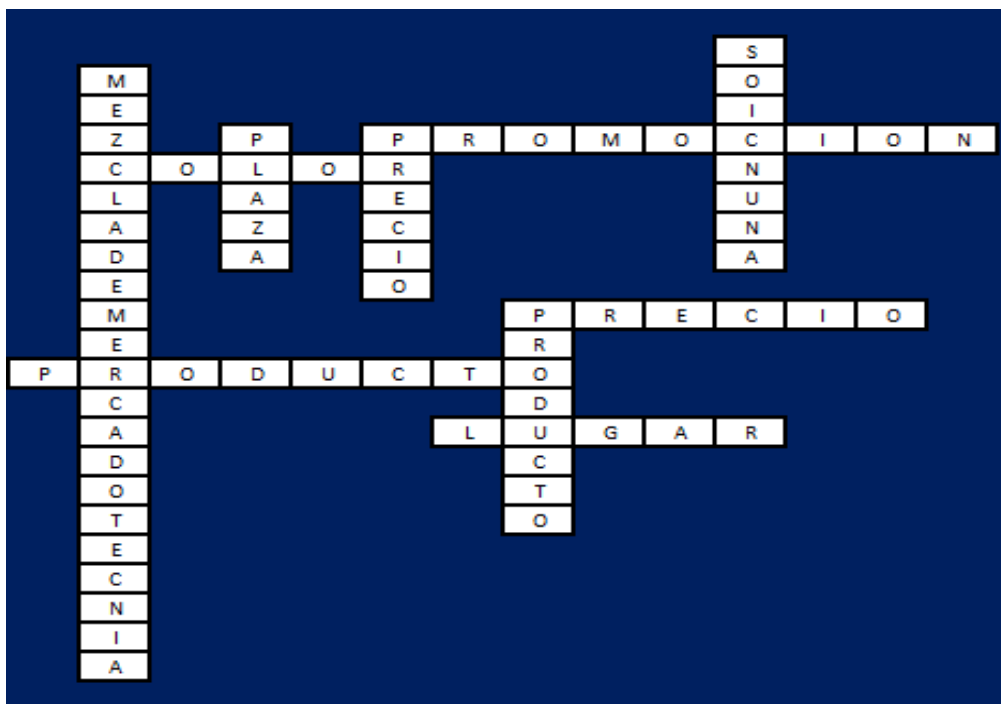
Figura 53. Sopa de letras (Respuestas). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's



- | | | |
|----------|---------------|-----------|
| producto | variables | color |
| mezcla | mercadotecnia | anuncios |
| premios | precio | clientes |
| marca | distribucion | promocion |
| lugar | plaza | |

Fuente. Elaboración propia.

Figura 54. Crucigrama (Respuestas). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's



Fuente. Elaboración propia.



MÓDULO II

2. Estudio de Mercado

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa”

Bibliografía: Scribano, Adrián., Sena, Angélica de (2009). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa. Sociología, 11(22), 100-118. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1517-4522. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86819548006>

A. RESUMEN

El análisis de datos secundarios es considerado como una de las estrategias más “antiguas” ya que permiten explicar los fenómenos de la realidad. De lo anterior parte la definición de análisis secundarios de fuentes de información, ya que se entiende que cualquier tipo de análisis después de la consulta de fuentes primarias pertenecen a este grupo.

Una de las principales razones para utilizar datos secundarios es generar nuevas preguntas para datos antiguos, con la finalidad de abordarlos de manera distinta a la original y así obtener nuevos resultados.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia II, con el tema Estudio de Mercado. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: metodología para realizar el estudio de mercado. Clasificación de los productos. Estructura y tamaño del mercado. Análisis de la oferta, demanda, precios, canales de distribución y promoción. Las “p” de la mercadotecnia. Definición de



información necesaria, análisis de datos secundarios, métodos de obtención de datos cualitativos/cuantitativos, redacción de cuestionarios, determinación de la población y tamaño de la muestra.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Es una de las estrategias más antiguas que los sociólogos han empleado para dar cuenta de fenómenos de la realidad social?
2. ¿Qué se entiende por análisis de datos secundario?
3. ¿Por qué otro nombre se le conoce al análisis de datos secundario?
4. ¿Qué se debe entender por dato secundario?
5. Menciona una ventaja general del análisis secundario de los datos
6. Las obstrucciones de re-transmisión de los rasgos preceptúeles y dialogales de una investigación cualitativa es una ventaja o desventaja
7. ¿Qué implica usar y re-producir informaciones elaboradas en contexto de investigación diferentes al propio?
8. Menciona una de las seis recomendaciones que hace Van den Berg para disminuir los obstáculos que producen los contextos dientes a la producción de datos
9. Forma parte de algunos de las operaciones que se deben realizar el análisis secundario más allá de los datos.
10. Crean los resultados de entrevistas, historias de vida, etnografías y de todo proceso de observación

Figura 55. Sopa de letras. Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa



coherencia	epistemología
fiabilidad	investigador
cualitativos	potencialidad
secundario	
ventaja	

Fuente. Elaboración propia.

HORIZONTALES

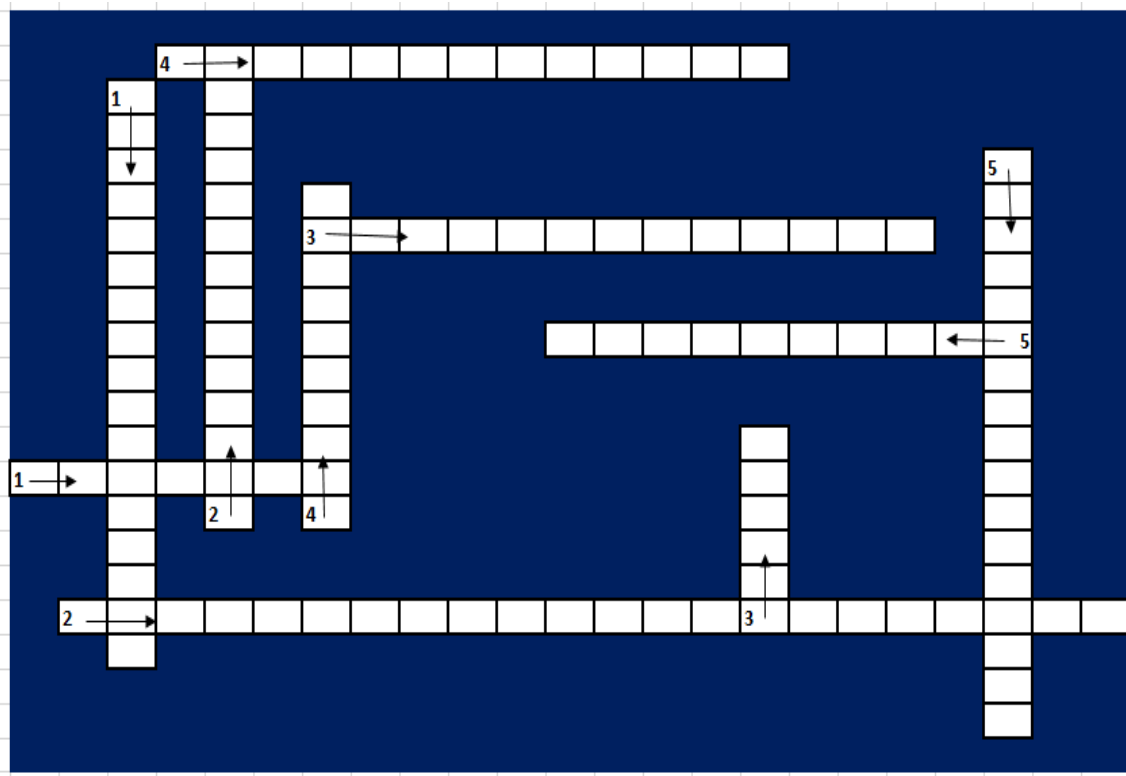
- Nombre por el cual se le conoce al análisis de datos secundario
- Se le conoce por ser un registro de una observación realizada
- Es un tipo de fuente de análisis secundario
- Autor que menciona las seis recomendaciones para disminuir los obstáculos que producen los contextos dicientes a la producción de datos
- Son aquellos que son capaces de ser revisados desde múltiples perspectivas y se utilizan para responder preguntas de investigación

VERTICALES

- Más económica en tiempo y en recursos humanos y materiales. Es una ___ de análisis de datos secundario
- Implica usar y re-producir informaciones elaboradas en contexto de investigación diferentes al propio
- Información contextual pertinente para la interacción en la realización de la entrevista. Es una ___ que nos proporciona Van den Berg
- La ___ implícita se refiere de toda información se refiere a la posibilidad de mirar de diferente manera.
- Forma parte de las ventajas de los documentos oficiales y museos



Figura 56. Crucigrama. Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa



Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R.-Análisis de datos secundario
2. R.-Todo posterior análisis de un conjunto de datos primarios que ofrezcan interpretaciones y conclusiones adicionales en forma diferente a la presentada en la primera investigación.
3. R.-Datos documentales
4. R.-Registro de una observación realizada
5. R.-Más económica en tiempo y en recursos humanos y materiales
6. R.-Desventaja
7. R.-La aplicación de una vigilancia epistemológica.
8. R.-Información contextual pertinente para la interacción en la realización de la entrevista.

9. R.-Establecer un continuo entre la reflexividad de la investigación de origen y las nuestras.
10. R.-Plan de indagación propia

Figura 57.Sopa de letras (Respuestas). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa

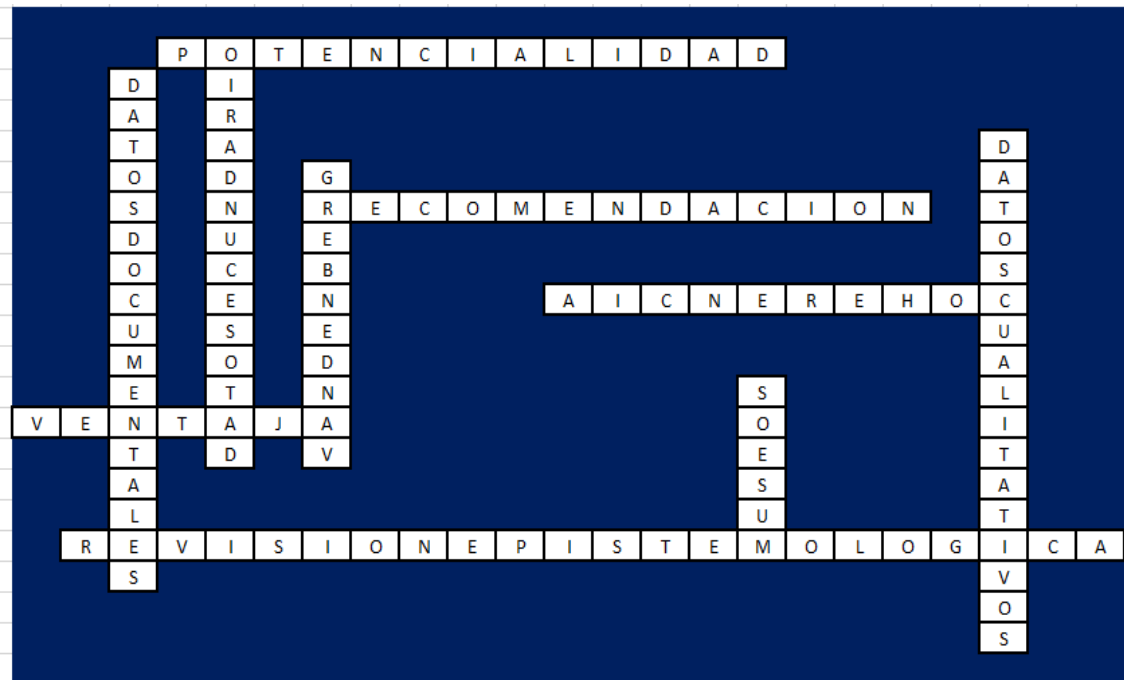


coherencia epistemologia
 fiabilidad investigador
 cualitativos potencialidad
 secundario
 ventaja

Fuente. Elaboración propia.



Figura 58. Crucigrama (Respuestas). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa



Fuente. Elaboración propia.

UNIDAD DE COMPETENCIA III

Nombre Unidad: “Estudio Técnico”

Tabla 5. Descripción de la unidad de competencia III

UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
Estudio Técnico	Organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.	<ul style="list-style-type: none"> •Capacidad técnica y conceptual de reconocimiento de la infraestructura necesaria para llevar a cabo los proyectos de inversión. •Creatividad en las formas de generar ideas para los proyectos de inversión. •Creatividad, iniciativa y análisis en la integración de manuales de organización y procedimientos legales y administrativos. •Análisis y evaluación del impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional en la elección de la infraestructura necesaria, considerando el cuidado de los ecosistemas. • Crítico y colaborador en el trabajo individual y de equipo, para una adecuada toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría de la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Inversión.



MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar”

Bibliografía: Secretaría, Economía, Guías Empresariales (2015). Secretaría de Economía y Centros Regionales de Competitividad Empresarial, 1-16. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaMarcoLegal.pdf>

A. RESUMEN

El marco legal no es considerado ni se le da la importancia total que debe de tener, puesto que se omiten varios aspectos que son básicos y esenciales en la creación y operación de un ente económico. Inicialmente con consulta en las distintas leyes como lo son el código de Comercio, la ley de ISR, el Código Civil, la Ley general de sociedades mercantiles, o bien las aplicables. Por otro lado se debe tener en consideración qué tipo de sociedad es la que se tiene constituida y después cuales son tanto sus obligaciones como sus derechos y requisitos.

Hoy en día se hace omisión del cumplimiento de todas las obligaciones, ya sea por falta de control dentro de la organización o el desconocimiento de la reglamentación. Con ayuda del marco legal se pueden identificar las actividades a realizar por una organización, así como la correcta toma de decisiones o bien las obligaciones que se está dispuesto a contraer.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

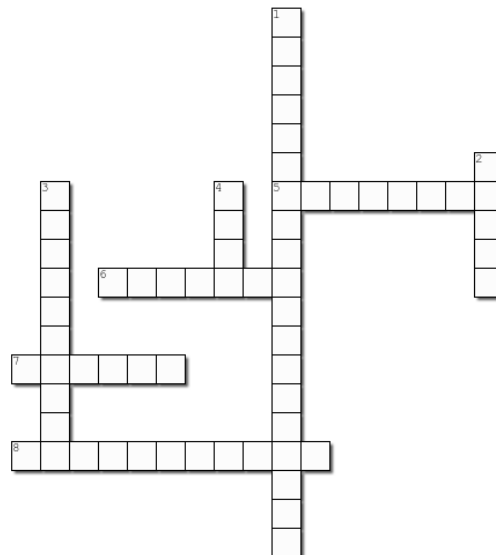
1. ¿Cuáles son los tipos de actividades empresariales?
2. ¿Qué tipo de personas pueden contraer responsabilidades de carácter empresarial?
3. ¿Qué leyes regulan a las personas morales?
4. Menciona los tipos de sociedades mercantiles.
5. Menciona 5 requisitos que debe de contener una sociedad mercantil al ser constituida ante el notario.
6. Menciona 5 características particulares de las sociedades cooperativas.
7. ¿Cuál es la principal característica de una sociedad civil?
8. Menciona 5 dependencias ante las cuales se tiene que hacer un trámite para la creación de un negocio.
9. Menciona 5 tipos de marcas.
10. ¿Es la institución encargada del registro de la Propiedad Industrial (derechos de autor)?

Figura 59. Sopa de letras. Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar

E	R	K	Ñ	V	E	W	T	Ñ	G	K	D	Q	X	Q	EMPRESA
S	D	N	L	Z	Q	V	D	Y	Z	K	W	S	G	A	FISICA
E	U	C	N	G	Y	V	O	S	H	C	P	R	V	S	IMPI
D	N	Ñ	X	A	S	E	R	P	M	E	D	V	T	U	LEGAL
A	I	J	L	J	Z	L	T	A	N	O	S	R	E	P	MARCO
D	Ñ	Ñ	S	O	Q	Y	B	M	S	P	P	U	D	A	MORAL
E	E	A	H	S	G	Y	B	F	I	S	I	C	A	Z	PATENTE
I	Q	Z	H	B	Q	G	Q	O	L	E	G	A	L	K	PERSONA
C	B	C	G	Z	K	Ñ	J	M	U	E	B	Ñ	D	N	REGLAS
O	A	R	I	Y	E	I	M	B	R	E	G	L	A	S	SHCP
S	E	Ñ	M	A	U	U	O	F	S	V	W	B	P	X	SOCIEDADES
J	X	Ñ	P	Ñ	B	K	R	B	T	G	T	H	Q	X	
M	J	H	I	E	Z	P	A	T	E	N	T	E	J	N	
S	K	Z	M	T	O	S	L	O	C	R	A	M	P	J	
D	X	A	Ñ	X	U	G	M	D	L	P	D	Y	Q	E	

Fuente. Elaboración propia.

Figura 60. Crucigrama. Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 5. Es la actividad que comprende la siembra, cultivo y cosecha de la primera enajenación de un producto.
- 6. Tipo de sociedad que requiere mínimo de 2 accionistas
- 7. Es un contrato por medio del cual se garantiza la obligación contraída por una persona ante otra.
- 8. Se entienden como un conjunto de restricciones al quehacer de las empresas.

Vertical

- 1. Es aquella que otorga licencia sanitaria, permiso sanitario, tarjetas de control sanitario
- 2. un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier signo visible
- 3. Existe cuando la licencia de uso de una marca se utiliza para transmitir conocimientos o proporcional asistencia técnica.
- 4. Es el instituto encargado del registro de la propiedad industrial

Fuente. Elaboración propia.



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca y silvícolas.
2. Todas las personas físicas y morales a excepción de los menores de edad, mayores de edad con déficit, sordomudos o drogadictos.
3. La Ley general de sociedades mercantiles, ley general de sociedades cooperativas y el código civil.
4. Sociedad anónima, Sociedad en Nombre colectivo, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita por Acciones y Sociedad Cooperativa.
5. Objeto de la sociedad, razón o denominación social, duración, el importe del capital y domicilio de la sociedad.
6. Funcionan con un numero variable de socios no inferior a 10, se le concede un solo voto a cada socio, no persiguen fines de lucro, están integradas por trabajadores y funcionan sobre el principio de igualdad y derecho.
7. Que los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos para la realización de un fin común, de carácter económico, pero que no constituya una especulación comercial.
8. -Secretaria de relaciones exteriores, Registró Público de comercio, Secretaria de Hacienda y Crédito Público, Instituto Mexicano del Seguro Social, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
9. Nominativas, Innominativas, Mixta, Colectiva y Comercial.
10. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (IMPI).



Figura 61.Sopa de letras (Respuestas). Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar

MARCO LEGAL

E	R	K	Ñ	V	E	W	T	Ñ	G	K	D	Q	X	Q	EMPRESA
S	D	N	L	Z	Q	V	D	Y	Z	K	W	S	G	A	FISICA
E	U	C	N	G	Y	V	O	S	H	C	P	R	V	S	IMPI
D	N	Ñ	X	A	S	E	R	P	M	E	D	V	T	U	LEGAL
A	I	J	L	J	Z	L	T	A	N	O	S	R	E	P	MARCO
D	Ñ	Ñ	S	O	Q	Y	B	M	S	P	P	U	D	A	MORAL
E	E	A	H	S	G	Y	B	F	I	S	I	C	A	Z	PATENTE
I	Q	Z	H	B	Q	G	Q	O	L	E	G	A	L	K	PERSONA
C	B	C	G	Z	K	Ñ	J	M	U	E	B	Ñ	D	N	REGLAS
O	A	R	I	Y	E	I	M	B	R	E	G	L	A	S	SHCP
S	E	Ñ	M	A	U	U	O	F	S	V	W	B	P	X	SOCIEDADES
J	X	Ñ	P	Ñ	B	K	R	B	T	G	T	H	Q	X	
M	J	H	I	E	Z	P	A	T	E	N	T	E	J	N	
S	K	Z	M	T	O	S	L	O	C	R	A	M	P	J	
D	X	A	Ñ	X	U	G	M	D	L	P	D	Y	Q	E	

kokolikoko.com

Fuente. Elaboración propia.

Crucigrama (Respuestas). Marco Legal – Formas o modalidades legales para operar

1. Marco Legal
2. Agrícola
3. Anónima
4. Secretaria de Salud
5. Franquicia
6. Marca
7. IMPI
8. Fianza



MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores”

Bibliografía: Mendizábal Bermúdez, Gabriela (2013). Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores. Revista Latinoamericana de Derecho Social. [Fecha de Consulta 4 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1870-4670. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=429640271005>

A. RESUMEN

En México muchas empresas que son “socialmente responsables” realmente son las que más infracciones cometen en su actuar. Lo anterior en relación al cumplimiento de lo estrictamente necesario para operar. Si se compara el salario mínimo de varios países de Latinoamérica contra otros países de Norteamérica, el sector obrero cuenta con niveles de salario bajo, así como condiciones de trabajo inadecuadas.

Desde la perspectiva anterior, se debe realizar un análisis de cuáles son las empresas que son realmente socialmente responsables, dicese de empresas que no solamente cumplen con las reglamentaciones legales, sino que aunado a ello, buscan el bienestar de la sociedad. Ya que definición de responsabilidad social es el cargo u obligación moral que resulta para un sujeto del posible error cometido en determinado asunto.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuáles son las principales funciones de las empresas dentro una sociedad?
2. ¿Es aquella que surge como consecuencia de la Revolución Industrial?
3. ¿Cómo definen a la empresa la Unión Europea?
4. ¿Qué significa Responsabilidad?
5. Menciona que áreas de la empresa Mexica son las que se desarrollan principalmente.
6. ¿Qué es la RSE?
7. ¿Porque se dice que una empresa es socialmente no responsable?
8. ¿Qué porcentaje de la Población Económicamente activa ocupan los jóvenes de entre 14 y 29 años?
9. ¿Que ha provocado la falta de empleo y los bajos salarios?
10. ¿Qué es la dignidad del trabajador?

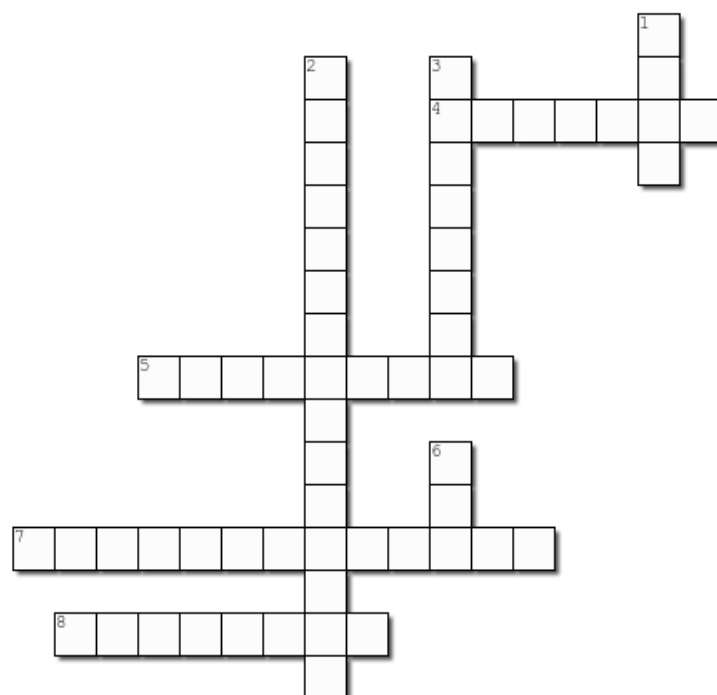
Figura 62.Sopa de letras. Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores

O	T	O	A	Y	S	G	P	Y	S	P	Ñ	V	O	Z	DERECHOS
H	O	H	F	C	V	W	R	T	V	R	S	A	J	L	DIGNIDAD
N	F	E	V	T	I	Ñ	R	M	W	O	E	S	A	S	EMPRESA
K	G	O	S	N	S	U	D	O	I	T	G	E	B	O	PEA
H	Q	E	B	B	G	C	R	H	W	E	U	R	A	H	PIB
C	N	C	D	S	P	X	M	T	D	C	R	P	R	C	PROTECCION
H	Z	O	X	Ñ	N	P	X	J	E	C	I	M	T	E	SALARIO
Y	N	B	S	Ñ	V	A	E	P	O	I	D	E	N	R	SEGURIDAD
J	U	W	P	N	P	L	K	Z	V	O	A	M	P	E	TRABAJO
K	D	A	D	I	N	G	I	D	K	N	D	M	J	D	
G	G	I	H	S	S	A	L	A	R	I	O	S	T	E	
B	Q	X	Y	R	W	D	T	E	B	M	V	W	O	T	
I	Ñ	K	D	N	U	E	U	B	I	Q	P	M	G	T	
F	I	Ñ	Q	O	V	V	Q	P	P	O	K	O	Ñ	Q	
V	I	D	L	G	P	C	S	A	Q	Q	K	P	K	O	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 63. Crucigrama. Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 4. Entidad formada por capital social y humano.
- 5. Es la alternativa de los jóvenes a la falta de empleo y buen salario en Mexico.
- 7. Es una función principal de la empresa dentro de una sociedad.
- 8. Es aquello que merece una persona por el hecho de trabajar y ser humano

Vertical

- 1. Según que ley las empresas tienen 99 años de vida
- 2. Significa contraer una obligación.
- 3. De la venta de este producto, México obtiene sus mayores ingresos
- 6. Manera en la que una empresa toma las repercusiones de sus actividades en la sociedad.

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

- 1. Crear riqueza, generar empleos y abastecer a la sociedad de bienes y servicios.
- 2. La empresa.
- 3. Toda entidad, independiente de su forma jurídica que ejerza una actividad económica.
- 4. Es una obligación contraída por la realización de una actividad.
- 5. Industria, comercio y de servicios.
- 6. Responsabilidad Social Empresarial es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación.



7. Porque procura ver por sí misma, es decir, cumplir con sus obligaciones sin satisfacer totalmente las necesidades de sus operantes, ni ver por el bienestar del capital humano.
8. 50.4%
9. Que los jóvenes encuentren como alternativa emigrar o formar parte del narcotráfico.
10. Es el merecimiento del trato no discriminatorio, debido a toda persona por el hecho de ser humana.

Figura 64.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores

O T O A Y S G P Y S P Ñ V O Z	DERECHOS
H O H F C V W R T V R S A J L	DIGNIDAD
N F E V T I Ñ R M W O E S A S	EMPRESA
K G O S N S U D O I T G E B O	PEA
H Q E B B G C R H W E U R A H	PIB
C N C D S P X M T D C R P R C	PROTECCION
H Z O X Ñ N P X J E C I M T E	SALARIO
Y N B S Ñ V A E P O I D E N R	SEGURIDAD
J U W P N P L K Z V O A M P E	TRABAJO
K D A D I N G I D K N D M J D	
G G I H S S A L A R I O S T E	
B Q X Y R W D T E B M V W O T	
I Ñ K D N U E U B I Q P M G T	
F I Ñ Q O V V Q P P O K O Ñ Q	
V I D L G P C S A Q Q K P K O	

Fuente. Elaboración propia.

Crucigrama (Respuestas). Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores

1. Crear riqueza
2. Empresa
3. Responsabilidad
4. Dignidad
5. Petróleo
6. LGSM
7. RSE
8. Migración

MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales”

Bibliografía: Priede Bergamini, Tiziana., López-Cózar Navarro, Cristina., Rodríguez López, Ángel (2014). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa (80), 4-28. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 0213-8093. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17431338001>

A. RESUMEN

Con el paso del tiempo al Gobierno se le ha complicado administrar de forma eficiente el gasto público y por ende, satisfacer las necesidades de una sociedad que está en constante cambio. Es por ello que surgen las empresas sociales, mismas que han logrado dar respuesta a los problemas sociales y medioambientales de manera eficiente.



Las empresas han hecho de todo para sobresalir y adaptarse al medio, pero no ha sido suficiente, puesto que las leyes existentes, no logran acoplarse a las necesidades de las mismas y lo único que consiguen, es llevarlas a la quiebra. Las empresas sociales, han tenido que lidiar con un marco legal, financiero y fiscal que no les han facilitado su entrada al mercado, y que las ha llevado a no sobrevivir a su entorno.

Aùn con los beneficios que existen con éste tipo de empresas, no han logrado sobresalir, puesto que los financiamientos para estas no son tan rentables, además que sus medios de difusión de información de las mismas, no han sido tan eficientes, lo que provoca que muchas personas no tengan ni idea de su existencia, desacelerando así el emprendimiento.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿A qué clase de problemáticas puede hacerse frente las empresas sociales?
2. Es creada por la Comisión Europea y es la encargada del desarrollo de las empresas sociales:
3. Son las dos escuelas de pensamiento americano:
4. Esta escuela se centra en el foco de atención a la figura del emprendedor social como un creador de cambio y generador social:
5. Esta escuela propuso que las organizaciones sin ánimo de lucro debían funcionar como negocios que pudieran generar ingresos y ser autosuficientes, evitando con ello depender de fondos públicos:



6. Son los tipos de indicadores para crear un marco general que sirve para identificar a las empresas sociales:
7. Pueden ser empresas que prestan servicios sociales o suministran bienes y servicios destinados a un público vulnerable o empresas cuyo modo de producción persigue un objetivo social:
8. Se trata de un tipo de sociedad limitada creada específicamente para aquellas personas que desean operar en beneficio de la comunidad, en lugar de buscar un beneficio privado:
9. Son los tipos de indicadores que destaca que las empresas sociales deben producir bienes o servicios que asumen un nivel de riesgo económico:
10. Actúan facilitando a los emprendedores, tanto en asesoramiento como con el acceso a los recursos necesarios para llevar a cabo sus productos:

Figura 65.Sopa de letras. Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales

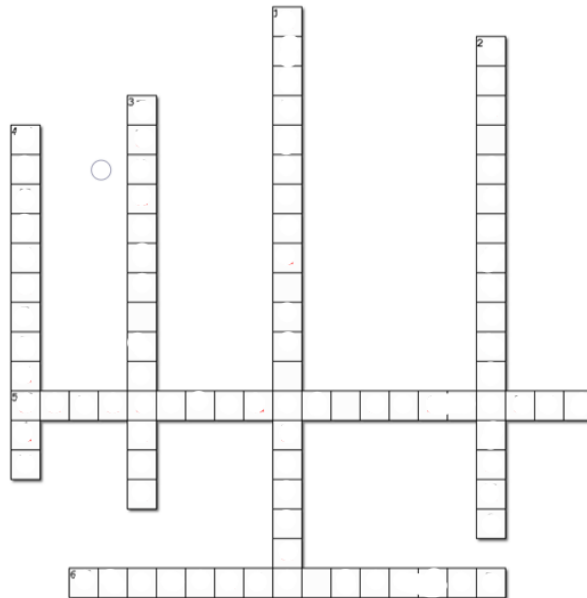


Fuente. Elaboración propia.

Palabras a encontrar:

Emprendedor	Innovación	Financiación
Marco jurídico	Economía social	Valor social
Entorno fiscal	Empresa social	Cambio
Credibilidad	Limitación	
Entorno legal	Maximizar	

Figura 66. Crucigrama. Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales



Fuente. Elaboración propia.

VERTICAL

1. Apoyan el nacimiento y desarrollo de las empresas
2. Indicador que posee un alto grado de autonomía en su administración
3. Es aquella que es eficaz y eficiente y se crea para cumplir un objeto social
4. Es uno de los principales problemas por los cuales una empresa social no sobrevive más de 3 meses

HORIZONTAL

5. Indicador que posee un claro objetivo de beneficio para la comunidad
6. Se enmarcan todo tipo de formas jurídicas de las empresas

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

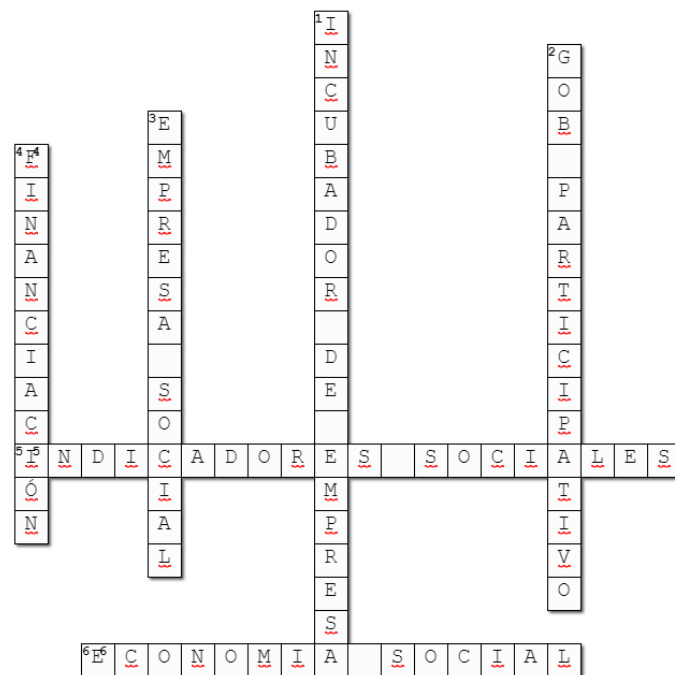
1. Acceso a la vivienda, inclusión de grupos vulnerables. El acceso al empleo y a la formación, la gestión de independencia, etc.
2. Social Business Initiative
3. Escuela de Innovación Social y la Escuela de Pensamiento de Generación de Ingresos
4. Escuela de Innovación Social
5. Escuela de Pensamiento de Generación de Ingresos
6. Indicadores económicos y empresariales, indicadores sociales e Indicadores de Gobierno participativo
7. Empresas sociales
8. Community Interest Companies
9. Indicadores económicos y empresariales
10. Incubadoras de empresas

Figura 67. Sopa de letras (Respuestas). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales



Fuente. Elaboración propia.

Figura 68. Crucigrama (Respuestas). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración”

Bibliografía: Obando Uzcátegui, Laura Angelina (2008). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración. *Visión Gerencial*, (2). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545879014>

A. RESUMEN

Cualquier organización al no cumplir con sus obligaciones provocaría sanciones. Es por eso que el Proceso Administrativo se debe llevar a cabo de manera óptima y eficaz,



porque más allá de cumplir los objetivos y metas, se pretende evitar errores, y eso viene desde que se crea la sociedad, la misma debe de estar consciente de las obligaciones que tiene que cumplir, y de las sanciones a las que está expuesta al no cumplir sus obligaciones.

Por ello la Administración y las obligaciones legales van tan ligadas, por el hecho de cumplir con lo que establecen las leyes, desde crear una organización, cumplir con las obligaciones tributarias, contables, en materia laboral, etc.

Pero qué pasa si una organización no se constituye adecuadamente, existirían sanciones, en materia legal, penal, tributaria, laboral, etc. Pero no podría crecer económicamente, por el hecho de que al no estar bien constituida, nadie la financiaría, al no contar con solvencia moral.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Para qué piden prestado hoy en día las empresas financiamiento externo?
2. ¿Cómo pueden ser las obligaciones legales de las empresas?
3. Se define como obligaciones legales de las empresas:
4. ¿Cuáles son las obligaciones sobrevenidas?
5. Libros obligatorios para todo comerciante:
6. Menciona las obligaciones sobrevenidas de una organización:
7. ¿Con qué inicia el procedimiento de contratación de personal?

8. ¿Qué es la PTU?
9. Causas por las que termina una relación de trabajo:
10. Monto mínimo de la PTU:

Palabras a encontrar:

- Obligaciones
 - Registro
 - Sanción
 - Comercio
 - Planificación
 - Incumplimiento
- Control
 - Contabilidad
 - Vacaciones
 - Prestación
 - Empresa
 - Trabajadores
- Ley
 - Contratación
 - Administración
 - Salario

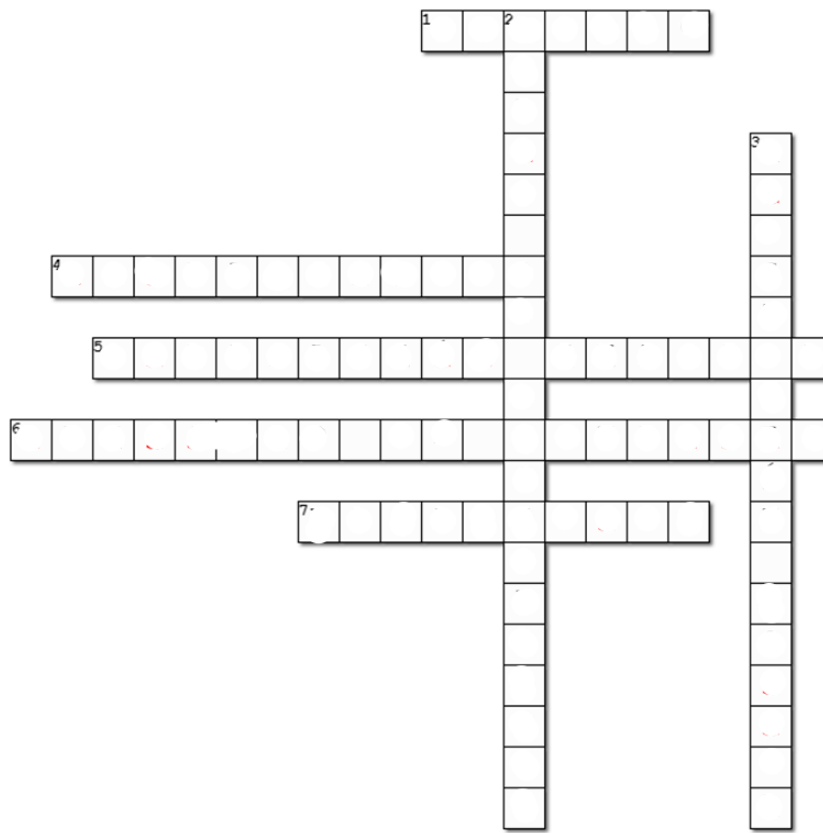
Figura 69. Sopa de letras. Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración

S	E	S	P	O	Y	W	I	B	I	X	V	S	E	P	T	Y
Y	A	U	U	A	Z	Y	K	G	A	O	A	A	X	L	R	O
A	C	L	D	N	W	V	U	O	O	I	C	N	B	A	A	C
D	O	O	A	C	E	F	V	L	O	Q	A	C	I	N	B	O
M	N	W	M	R	O	X	V	O	B	N	C	I	N	I	A	N
I	T	O	G	E	I	N	Z	C	L	S	I	Ó	C	F	J	T
N	R	F	G	I	R	O	T	E	I	U	O	N	U	I	A	A
I	O	R	T	S	X	C	V	R	G	J	N	K	M	C	D	B
S	L	E	S	I	N	U	I	E	A	G	E	U	P	A	O	I
T	L	G	M	E	F	I	U	O	C	T	S	M	L	C	R	L
R	U	I	D	P	Z	S	G	P	I	E	A	Z	I	I	E	I
A	E	S	S	M	R	K	Y	A	O	F	P	C	M	Ó	S	D
C	U	T	B	L	I	E	W	A	N	G	U	Y	I	N	E	A
I	L	R	V	E	F	N	S	Y	E	D	T	E	E	Ó	K	D
Ó	E	O	R	C	Z	A	Z	A	S	A	A	N	N	A	N	E
N	Y	Y	K	E	E	J	V	Y	Q	L	D	T	T	P	C	J
Y	S	W	E	C	I	X	N	E	P	S	S	A	O	I	S	G

Fuente. Elaboración propia.



Figura 70. Crucigrama. Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración



Fuente. Elaboración propia.

VERTICAL

- 2. Aquellas que debe cumplir el comerciante para realizar actos de comercio
- 3. Registro sistemático y ordenado de las operaciones realizadas por el comerciante

HORIZONTAL

- 1. Obligación inicial para el contribuyente
- 4. Aquel libro que los administradores deben de llevar
- 5. Remuneración que recibe el trabajador como consecuencia de la prestación de su servicio
- 6. Periodo de descanso al que tienen derecho los trabajadores
- 7. Derecho adquirido por los trabajadores, producto de la prestación del servicio por parte del trabajador al patrón



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Para poder sobrevivir y enfrentar la crisis generada por la inflación, el riesgo cambiario y la incertidumbre
2. Iniciales y sobreventas.
3. Aquellas establecidas en la ley mercantil para todo comerciante, y cuyo incumplimiento le ocasiona una situación irregular en su comportamiento jurídico.
4. Aquellas que surgen a lo largo de la vida del comerciante.
5. Libro Diario, el Libro Mayor y el de Inventarios.
6. Obligaciones legales derivadas de la relación de trabajo y Obligaciones legales en el ámbito tributario
7. Con el reclutamiento y la selección del personal
8. Consecuencia de la concepción que sostiene que la producción generada por ésta se lleva a cabo en virtud de la acción de dos factores igualmente importantes: el capital y el trabajo, motivo por el cual ambos pueden participar de los beneficios logrados, sin que la participación del trabajo pueda limitarse al salario convenido
9. Por voluntad unilateral del patrón, despido; o por voluntad unilateral del trabajador, retiro. Por voluntad común de ambas partes. Por causas ajenas a la voluntad de las partes,
10. Por lo menos el 15%

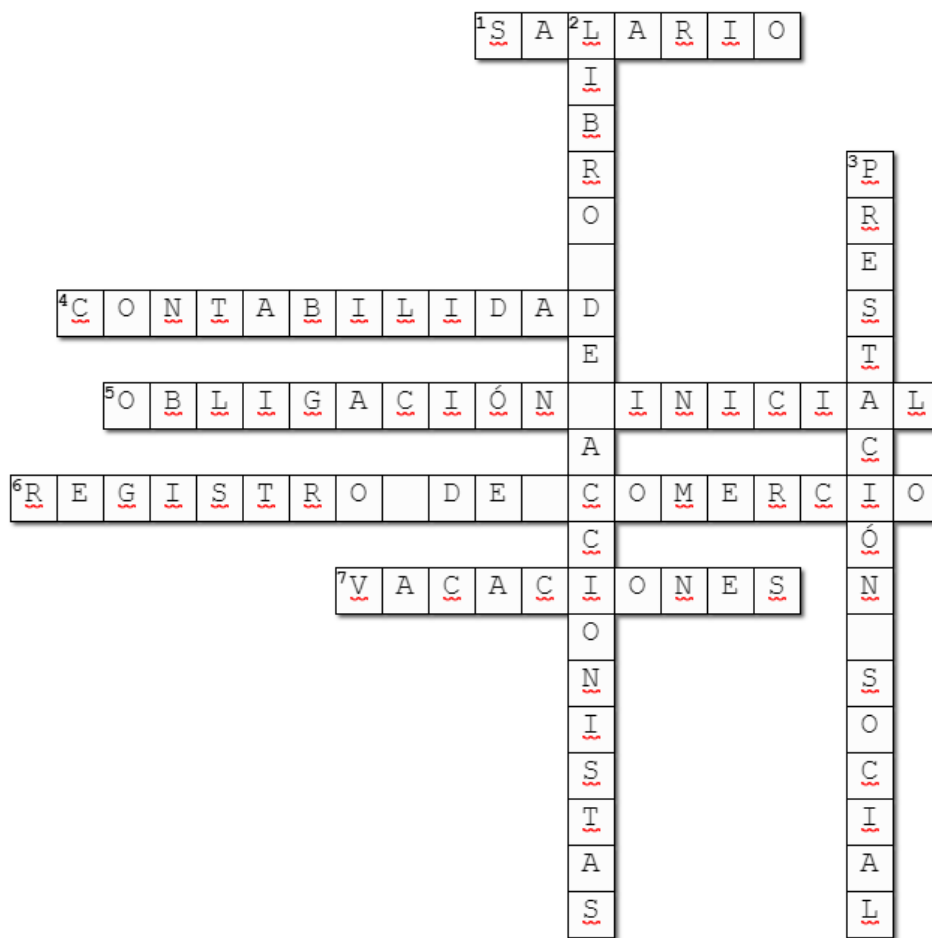
Figura 71. Sopa de letras (Respuestas). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración



Fuente. Elaboración propia.



Figura 72. Crucigrama (Respuestas). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial”

Bibliografía: Chacón, G. (2007) La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019].

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701504>.



A. RESUMEN

El mundo está cambiando drásticamente y deben saber adaptarse las organizaciones ante las crecientes innovaciones tecnológicas. Ante los nuevos entornos económicos las exigencias han cambiado, así como en el modo de organizar y hacer negocios la información que se requiere depende de la implementación un sistema de información contable integral.

La contabilidad integral debe de incorporar una contabilidad financiera y una contabilidad de costos, con el objetivo de proporcionar información económica cuantitativa, relevante y verificable para cada uno de los usuarios y puedan tomar las mejores decisiones para la organización. La complejidad de los negocios actuales hace que los directivos desconfíen de las medidas financieras excluyendo las operacionales dándose cuenta de que no existen medidas que por sí solas puedan servir para fijar un objetivo claro de rendimiento.

Para obtener un control exitoso sobre la organización requiere de cambios y adaptaciones constantes teniendo en cuenta las variantes del desempeño, desde perspectivas internas, como los son los objetivos financieros y mejorando en las propuestas que se colocan en el mercado para obtener rentabilidad en la empresa.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cómo se define la contabilidad?



2. ¿Cuál es el objetivo principal de la contabilidad?
3. ¿Qué objetivo tiene la contabilidad de costos en su primera etapa (antes de la década de 1960)?
4. ¿Cómo se le conoce a la tercera etapa (década de 1970) de la contabilidad de costos?
5. ¿Qué es la contabilidad de costos y de gestión empresarial?
6. ¿Qué sistemas de planificación y control se pueden identificar en las organizaciones?
7. ¿Cómo son considerados los sistemas de control de gestión?
8. ¿Qué es la rentabilidad?
9. ¿Qué miden los indicadores de rentabilidad, lucratividad o rendimiento?
10. ¿Cómo se podría mejorar la rentabilidad empresarial?

Figura 73. Sopa de letras. La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial

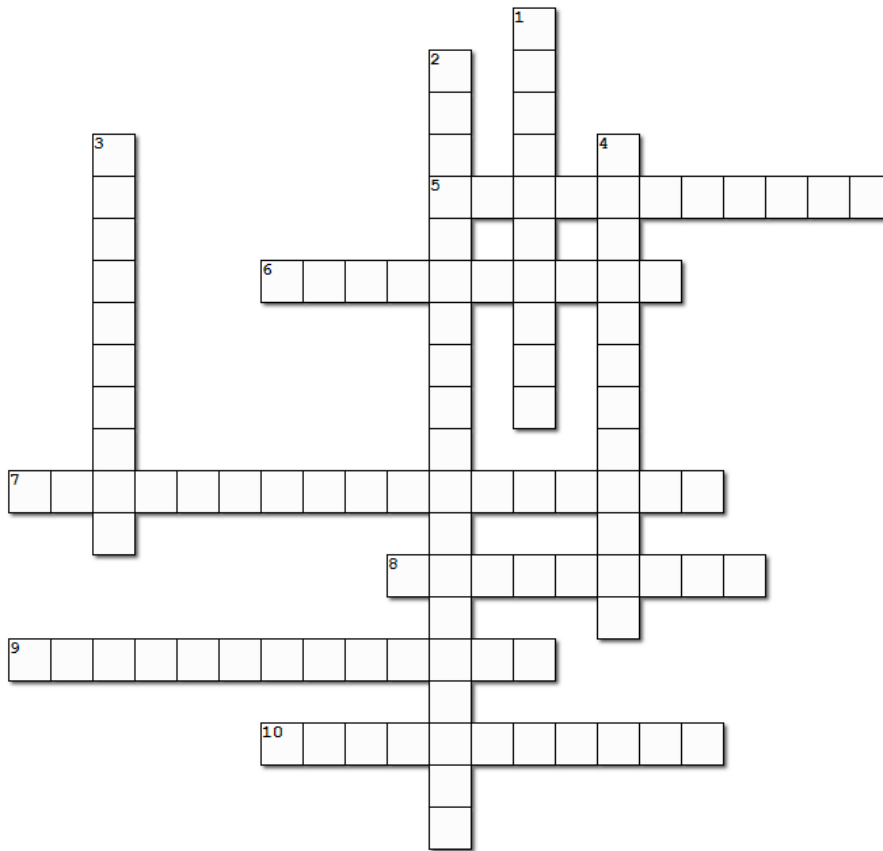
T	R	A	A	C	E	E	U	A	E	E	M	P	R	E	S	A	E	O
O	B	I	O	O	D	T	E	T	A	O	P	I	E	D	E	E	T	I
S	I	A	R	N	A	S	O	A	E	G	L	M	C	S	T	T	C	N
S	U	E	C	T	R	C	R	R	O	T	O	U	I	C	E	B	A	M
S	F	G	A	A	R	E	A	A	G	J	G	E	A	D	Z	T	E	S
O	Q	M	A	B	N	L	C	O	C	A	T	E	I	N	A	I	A	M
P	E	N	E	I	R	O	F	E	I	S	N	A	I	C	E	M	D	F
E	U	T	R	L	R	E	B	U	Ó	E	J	I	E	R	E	A	I	P
O	M	C	E	I	R	A	N	N	T	T	C	S	Z	T	C	T	L	E
C	A	S	E	D	S	A	H	T	E	A	N	O	S	A	E	E	R	I
A	D	U	L	A	O	I	E	C	A	Ó	D	I	M	N	C	A	M	D
C	D	T	I	D	M	A	A	O	I	B	S	S	S	R	D	I	Q	A
T	I	I	E	G	E	G	N	T	N	N	I	N	U	L	V	E	Ó	A
V	S	L	L	A	C	O	S	T	O	S	R	L	L	A	B	L	E	N
C	L	I	Ó	B	C	E	S	D	I	E	O	R	I	E	D	I	C	U
G	I	D	D	R	G	T	S	F	O	E	D	E	A	D	T	I	T	O
S	O	A	A	A	R	E	I	O	T	É	C	N	I	C	A	T	A	E
C	Z	D	E	A	C	D	A	O	I	R	I	M	A	C	L	D	D	S
I	N	F	O	R	M	A	C	I	Ó	N	U	S	I	S	A	D	T	S

Fuente. Elaboración propia.

Palabras a encontrar:

- Contabilidad
- Empresa
- Información
- Organización
- Costos
- Gestión
- Rentabilidad
- Sistemas
- Técnica
- Utilidad

Figura 74. Crucigrama. La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial



Fuente. Elaboración propia.

Vertical

1. Los reportes internos son usados por
2. Instrumentos básicos de la contabilidad general
3. El control del rendimiento tiene un sentido
4. Sistema compuesto por un conjunto de postulados teóricos

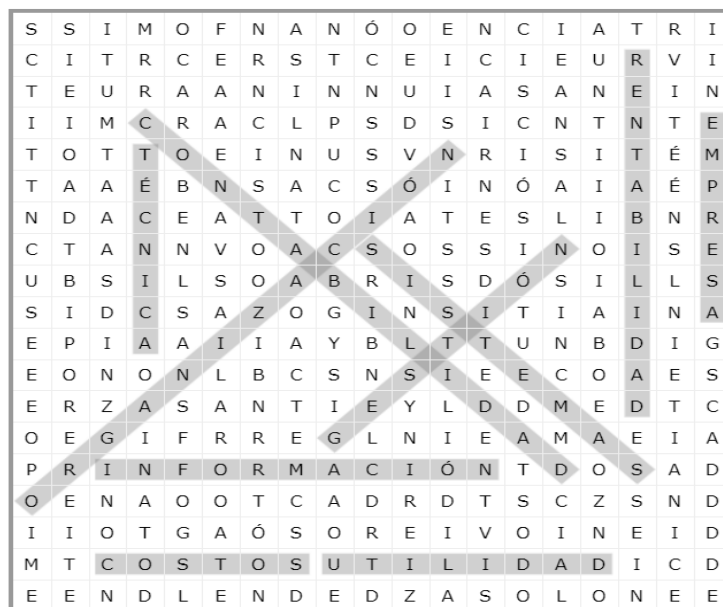
Horizontal

5. Los reportes externos generación información para
6. Es un modelo burocrático utilizado en el pasado por administradores
7. Es una de las fases del control
8. La rentabilidad empresarial es un
9. Actividad para controlar la administración de la organización
10. La contabilidad de costos proporcionan

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

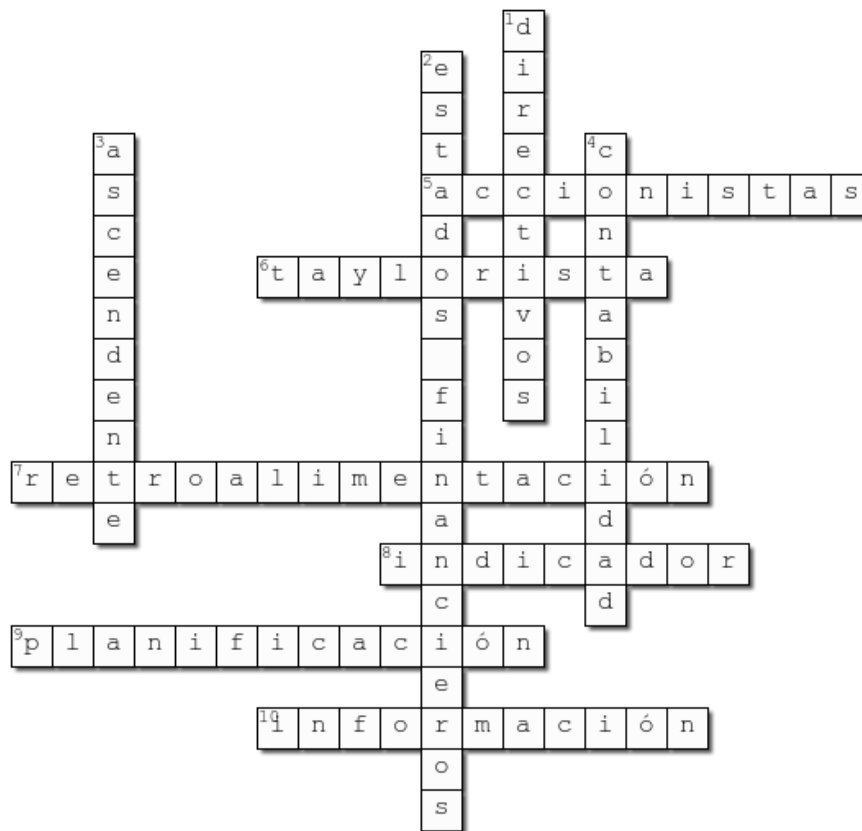
1. R= Sistema compuesto por un conjunto de postulados teóricos que explican la forma de valuación, acumulación y organización de la información económica.
2. R= Suministrar información económica, cuantitativa, relevante, verificable e insesgable.
3. R= La determinación precisa y rigurosa del costo único y autentico.
4. R= Etapa de la verdad costosa
5. R= Sistema de información capaz de proveer información relevante para la gestión empresarial.
6. R= Control del rendimiento y planificación de acciones.
7. R= Acuerdos formales creados para racionalizar el trabajo y guiar las acciones individuales en la ejecución de las tareas.
8. R= Es un indicador, que confronta los ingresos obtenidos con los recursos utilizados.
9. R= La efectividad con que la administración controla los costos y gastos operacionales para convertir las ventas en utilidades.
10. R= Empleando sistemas de contabilidad de costos y de control de gestión apropiados.

Figura 75.Sopa de letras (Respuestas). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial



Fuente. Elaboración propia.

Figura 76. Crucigrama (Respuestas). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial



Vertical

1. Los reportes internos son usados por **(directivos)**
2. Instrumentos básicos de la contabilidad general **(estados financieros)**
3. El control del rendimiento tiene un sentido **(ascendente)**
4. Sistema compuesto por un conjunto de postulados teóricos **(contabilidad)**

Horizontal

5. Los reportes externos generación información para **(accionistas)**
6. Es un modelo burocrático utilizado en el pasado por administradores **(taylorista)**
7. Es una de las fases del control **(retroalimentación)**
8. La rentabilidad empresarial es un **(indicador)**
9. Actividad para controlar la administración de la organización **(planificación)**
10. La contabilidad de costos proporciona **(información)**

Fuente. Elaboración propia.



MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos”

Bibliografía: Diessler, G. (22 de junio, 2010). Las patentes como fuente de información para la innovación en entornos competitivos. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019].

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263019489003>

A. RESUMEN

Dentro del entorno competitivo de las organizaciones las patentes tienen un papel primordial como una fuente de información científico tecnológica para la creación de estrategias. Se establecen las ventajas que brindan las patentes agrupándose de diversas maneras para obtener la mejor utilidad sobre ellas en cuanto a los requerimientos que se tengan ya que se puede obtener información reciente, diversa, regular, concentrada, clara, etc.

Las patentes propician un estímulo en la innovación y el desarrollo tecnológico, esto permite una gran oferta de las empresas lo cual conlleva a los países en vías de desarrollo mejorar las situaciones de negociaciones y disminuir la brecha que existe. Ante la gran cantidad de la información que se puede encontrar hoy en día y de poder estar actualizado, se debe de contar con información que sea de utilidad, la vigilancia tecnológica nos permite tener la mejor información por medio de las patentes ofreciendo información correcta y oportuna.

Por medio de las patentes como un medio de información se obtiene una ventaja sobre la competencia pues la información que se encuentra en ellas es actual y permite que no se repita alguna investigación ya realizada con anterioridad, a través de un análisis sobre la información para una mejor interpretación y contextualización de la misma.



B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es la innovación?
2. ¿De qué depende el desarrollo económico de una organización, sociedad o país?
3. ¿Qué es la competitividad?
4. ¿Cómo define la OMPI a la patente?
5. ¿Cuáles son las condiciones de patentabilidad para que una innovación sea considerada como tal?
6. ¿Qué es la inteligencia competitiva?
7. ¿En qué consiste la inteligencia tecnológica?
8. Documentos generados en el proceso de patentado
9. ¿En el análisis cuál es la fase más importante?
10. Menciona la clasificación tipológica de las patentes

Palabras a encontrar en la sopa de letras:

Patentes	Sociedad	Mercado
Innovación	Servicio	Informe
Tecnología	Estrategia	Limitaciones
Inteligencia	Calidad	

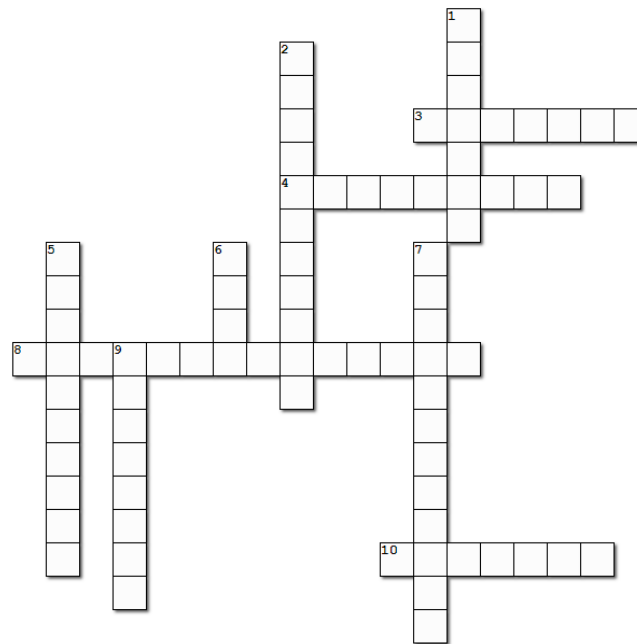


Figura 77. Sopa de letras. Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos



Fuente. Elaboración propia.

Figura 78. Crucigrama. Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos



Fuente. Elaboración propia.

Vertical

1. La solución debe ser nueva, es decir, no debe formar parte de los conocimientos disponibles.
2. Una de las técnicas de minería de datos.
5. Es la aplicación comercial de una idea.
6. En nuestro país, realiza búsqueda de antecedentes, boletines y cursos sobre la propiedad.
7. Resumen del invento

9. Conforman la mayor colección actualizada y correctamente clasificada de documentos técnicos de la humanidad.

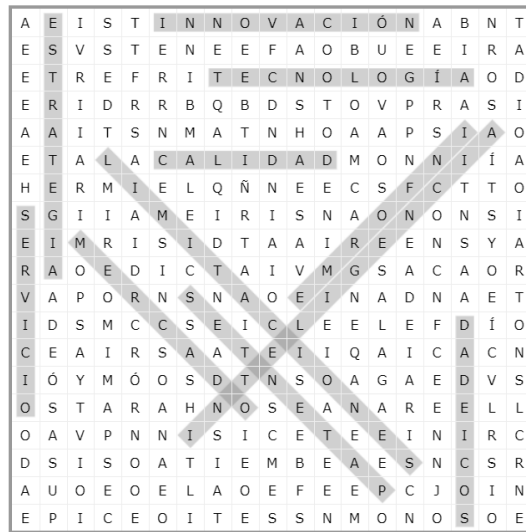
Horizontal

3. Mantiene su regularidad a largo plazo
4. Los sistemas de información son asistidos por el
8. Aumento de la producción basado en la innovación y en la mejora de calidad
10. Abarca todos los sectores

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

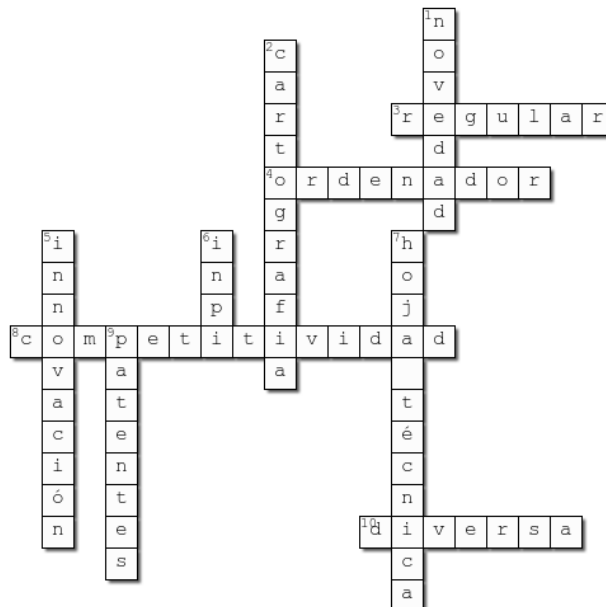
1. R= Es la aplicación comercial de una idea para que sea valorado en el mercado.
2. R= Depende de su capacidad para la realización de las actividades de invención. Innovación y difusión.
3. R= Es el aumento de la producción basado en la innovación y en la mejora de la calidad.
4. R= Derecho exclusivo de explotación comercial que concede el Estado al titular de una invención.
5. R= Novedad, Actividad inventiva y aplicación industrial.
6. R= Proceso de recopilación, análisis y uso sistemático de información relevante sobre eventos externos.
7. R= Consiste en un aspecto de la inteligencia competitiva, centrado en el seguimiento estratégico de los avances científicos y tecnológicos.
8. R= Solicitud de patente, patente concedida e informe del estado de la técnica.
9. R= Reintegración de la información, contextualización e interpretación.
10. R= Publicaciones oficiales, publicaciones especializadas, bases de datos e información en internet.

Figura 79. Sopa de letras (Respuestas). Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos



Fuente. Elaboración propia.

Figura 80. Crucigrama (Respuestas). Las patentes como fuente de información para la Innovación en entornos competitivos



Horizontal

- 3. Mantiene su regularidad a largo plazo (**regular**)
- 4. Los sistemas de información son asistidos por el (**ordenador**)
- 8. Aumento de la producción basado en la innovación y en la mejora de calidad. (**competitividad**)
- 10. Abarca todos los sectores (**diversa**)

Vertical

- 1. La solución debe ser nueva, es decir, no debe formar parte de los conocimientos disponibles. (**novedad**)
- 2. Una de las técnicas de minería de datos (**cartografía**)
- 5. Es la aplicación comercial de una idea. (**nnovación**)
- 6. En nuestro país, realiza búsqueda de antecedentes, boletines y cursos sobre propiedad industrial. (**inpi**)
- 7. Resumen del invento (**hoja técnica**)
- 9. Conforman la mayor colección actualizada y correctamente clasificada de documentos técnicos de la humanidad. (**patentes**)

Fuente. Elaboración propia.



MÓDULO III

3. Estudio Técnico

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios”

Bibliografía: López Ávila, César Omar., Aguilera Martínez, Alonso Javier., Collazos Gómez, Constanza E..., Gómez, Elizabeth., Rizo Pizarro, Gloria Liliana (2009). La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios. Estudios Gerenciales, 25(110), 157-168. [Fecha de Consulta 3 de septiembre de 2019]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21219323008>

A. RESUMEN

En algunas ocasiones las inversiones que están dirigidas a mejorar procesos y reducir costos presentan dificultades de acuerdo a cuestionamientos impositivos. Así bien la empresa SUGAR S.A. realizo una inversión en activos fijos teniendo en cuenta factores productivos, comerciales, financieros y laborales, así como el beneficio tributario que permite tener una deducción especial sobre las inversiones de activo.

Al realizar su declaración del impuesto sobre la renta obtuvo un saldo a favor, por consiguiente, prosiguió a solicitar la devolución de dicho saldo para lo cual la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales realizo la investigación de dicha petición. Finalmente, la autoridad emite un requerimiento especial en que se rechaza la devolución de una cierta cantidad por los costos incurridos y también una sanción por inexactitud en el importe solicitado. En el presente problema se deben contemplar todos los factores utilizados para la determinación de dicha inversión, incluyendo el beneficio fiscal.



B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué situación enfrentaba la empresa SUGAR S.A. en el tema fiscal?
2. ¿Cuál fue el porcentaje que la empresa SUGAR S.A. utilizó para la deducción de sus inversiones?
3. ¿Qué significan las siglas DIAN?
4. ¿A qué se dedica la empresa SUGAR S.A.?
5. Menciona 5 factores que se consideran para la toma de decisiones en inversiones extranjeras directas.
6. ¿Cuál era el porcentaje de la tasa del impuesto sobre la renta en el año 2007 y el año 2009?
7. ¿Cuál fue el incentivo que se creó cuando se aprobó la reforma del ordenamiento tributario de Colombia?
8. ¿Qué significa reconversión industrial?
9. ¿Por qué el empresario siempre paga impuestos por parte de la inversión?
10. ¿Por qué existe un costo fiscal en las inversiones?

Palabras para encontrar en la sopa de letras:

- Inversión
- Activo fijo
- Deducciones
- Requerimiento especial
- Declaración
- Estado
- Reconversión industrial
- Incentivos
- Obstáculos tributarios
- Beneficio fiscal



Figura 81.Sopa de letras. La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios

D	F	F	E	S	A	D	R	T	U	O	I	P	G	V	F	H	F	U	W	Q	R
O	B	S	T	A	C	U	L	O	S	T	R	I	B	U	T	A	R	I	O	S	E
O	S	A	J	B	D	R	E	S	Y	H	K	J	I	Y	G	N	M	I	B	R	C
O	E	C	D	E	C	L	A	R	A	C	I	O	N	D	F	H	B	D	F	E	O
O	W	T	A	A	W	E	D	R	C	K	J	Y	F	N	M	H	E	R	C	D	N
S	S	I	B	F	R	E	I	S	T	R	S	E	F	V	I	Y	N	T	D	F	V
D	D	V	Q	F	E	I	E	N	R	E	W	Q	S	A	D	N	E	F	R	G	E
F	F	O	A	H	W	U	D	E	V	D	E	O	E	E	U	T	F	B	T	J	R
R	G	F	S	Y	Q	O	T	W	I	E	I	I	W	S	Y	R	I	O	Y	K	S
T	H	I	D	U	A	P	R	N	Q	D	R	U	Q	T	G	E	C	I	U	T	I
H	J	J	F	I	S	P	C	T	W	U	Y	S	S	A	F	W	I	U	I	I	O
N	U	O	H	L	C	E	W	Y	E	C	T	E	I	D	E	D	O	I	N	J	N
M	I	T	J	M	N	Ñ	Q	U	D	C	U	S	U	O	W	F	F	O	B	L	I
H	O	R	U	T	S	A	S	I	V	I	I	D	Y	W	N	G	I	F	M	O	N
Ñ	K	T	I	O	D	S	D	G	G	O	J	W	G	S	T	H	S	E	N	P	D
M	V	V	F	U	I	E	F	H	H	N	M	Q	V	A	R	I	C	R	M	D	U
N	O	A	V	I	Y	K	T	N	Y	E	K	A	B	D	Y	O	A	T	J	D	S
S	V	S	B	E	K	I	U	B	U	S	L	S	H	F	U	L	L	Y	L	S	T
S	B	F	S	W	A	U	X	Z	G	H	T	C	S	E	I	K	K	H	Ñ	C	R
T	W	G	D	V	H	U	N	U	Y	T	R	F	C	D	W	S	N	J	K	X	I
R	E	Q	U	E	R	I	M	I	E	N	T	O	E	S	P	E	C	I	A	L	A
D	S	A	C	H	B	T	R	E	W	Q	O	P	I	U	B	B	C	F	X	Z	L

Fuente. Elaboración propia.

Preguntas a responder para resolver el crucigrama

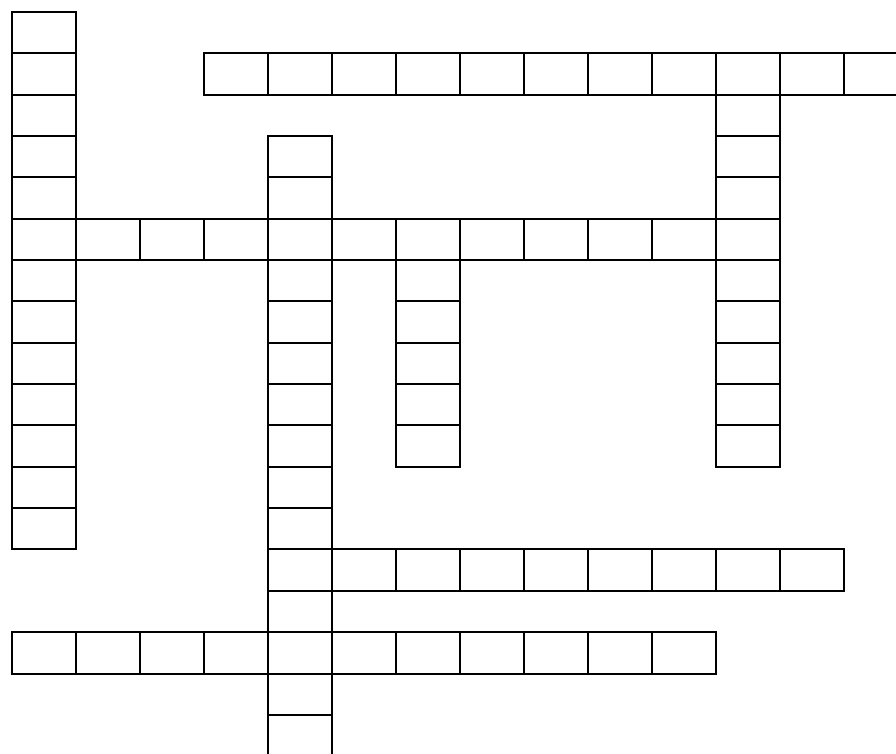
Vertical:

- 1.- Llega cuando algo ve algo mal la autoridad.
- 4.- Es una forma de ayudar o de regalo para realizar mejor una función.
- 5.- Se le contribuye para el gasto público.
- 6.- Se aplica bajo el fundamento de una reforma publicada por el Estado.

Horizontal

- 2.- Busca elevar índices de productividad.
- 3.- Se realiza cada mes.
- 7.- dinero que se destina para obtener una ganancia a futuro.
- 8.- Ayudan a disminuir el pago del impuesto.

Figura 82. Crucigrama. La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios



Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= Enfrentaba la situación de haber tomado en su cálculo de impuestos el beneficio tributario de la deducción especial de activos fijos.
2. R= el 40%
3. R= Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
4. R= Se dedica a la fabricación y venta de alimentos basados en azúcar.
5. R= tasa de servicio de deuda, estructura tributaria, tasa de interés, estabilidad política y perspectivas de tasa de cambio.
6. R= La tasa del año 2007 era del 35% pero esta se ha ido reduciendo, llegando hasta un 32% en el año 2009.

7. R= Se creó el incentivo para reconversión industrial y la inversión en nuevas tecnologías.
8. R= Es la medida de política industrial y financiera que busca consolidar a las empresas ya establecidas para que eleven sus índices de productividad, compitan en el mercado internacional, se fortalezcan tecnológicamente y se vuelvan atractivas para la inversión privada.
9. R= Porque el Costo del Capital siempre es superior.
10. R= Porque el Estado cobra hoy en día impuestos sobre la inversión.

Figura 83.Sopa de letras (Respuestas). La inversión en activos fijos reales productivos:
incentivos y obstáculos tributarios

D	F	F	E	S	A	D	R	T	U	O	I	P	G	V	F	H	F	U	W	Q	R
O	B	S	T	A	C	U	L	O	S	T	R	I	B	U	T	A	R	I	O	S	E
O	S	A	J	B	D	R	E	S	Y	H	K	J	I	Y	G	N	M	I	B	R	C
O	E	C	D	E	C	L	A	R	A	C	I	O	N	D	F	H	B	D	F	E	O
O	W	T	A	A	W	E	D	R	C	K	J	Y	F	N	M	H	E	R	C	D	N
S	S	I	B	F	R	E	I	S	T	R	S	E	F	V	I	Y	N	T	D	F	V
D	D	V	Q	F	E	I	E	N	R	E	W	Q	S	A	D	N	E	F	R	G	E
F	F	O	A	H	W	U	D	E	V	D	E	O	E	E	U	T	F	B	T	J	R
R	G	F	S	Y	Q	O	T	W	I	E	I	I	W	S	Y	R	I	O	Y	K	S
T	H	I	D	U	A	P	R	N	Q	D	R	U	Q	T	G	E	C	I	U	T	I
H	J	J	F	I	S	P	C	T	W	U	Y	S	S	A	F	W	I	U	I	I	O
N	U	O	H	L	C	E	W	Y	E	C	T	E	I	D	E	D	O	I	N	J	N
M	I	T	J	M	N	Ñ	Q	U	D	C	U	S	U	O	W	F	F	O	B	L	I
H	O	R	U	T	S	A	S	I	V	I	I	D	Y	W	N	G	I	F	M	O	N
Ñ	K	T	I	O	D	S	D	G	G	O	J	W	G	S	T	H	S	E	N	P	D
M	V	V	F	U	I	E	F	H	H	N	M	Q	V	A	R	I	C	R	M	D	U
N	O	A	V	I	Y	K	T	N	Y	E	K	A	B	D	Y	O	A	T	J	D	S
S	V	S	B	E	K	I	U	B	U	S	L	S	H	F	U	L	L	Y	L	S	T
S	B	F	S	W	A	U	X	Z	G	H	T	C	S	E	I	K	K	H	Ñ	C	R
T	W	G	D	V	H	U	N	U	Y	T	R	F	C	D	W	S	N	J	K	X	I
R	E	Q	U	E	R	I	M	I	E	N	T	O	E	S	P	E	C	I	A	L	A
D	S	A	C	H	B	T	R	E	W	Q	O	P	I	U	B	B	C	F	X	Z	L

Fuente. Elaboración propia.



A. RESUMEN

La contabilidad de costos, es una de las técnicas más complejas en el ámbito contable, ya que es necesario contar con actitudes y aptitudes para llevar a cabo una buena tarea. Mediante las operaciones que estos sistemas realizan, se obtiene como resultado un precio en el producto que es justo para el comprador y para el vendedor, teniendo así un punto de equilibrio.

Para lograr obtener un precio de venta justo, es necesario tener en cuenta tres elementos clave. El costo de producción, que se refiere a todo lo que necesitamos para realizar el producto directamente. A los gastos ajenos a la producción, como lo son el combustible, papelería, entre otras, y por último el límite de ganancias, que aunque toda empresa quiere tener las ganancias más altas, es necesario voltear a ver a la competencia, y fijar a un tope.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia III, con el tema Estudio Técnico. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: organización y gestión administrativa, regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento, tópicos jurídicos, costos y gastos de arranque, otros trámites, costo de inversión en activos fijos y variables, costos, gastos de fabricación y operación.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Con que otro nombre se le conoce al coteo por operaciones?
2. Es una técnica, método o serie de tareas estandarizadas que se ejecutan de manera rutinaria y repetitiva
3. ¿Para qué se utiliza el sistema de costos por órdenes específicas?
4. ¿Cuándo entra en vigencia La ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ)?
5. Definición de costo



6. ¿De qué se componen Los costos de adquisición de materiales y materias primas?
7. ¿De qué están conformados los costos de conversión o transformación?
8. Estos solo se le reconocerán como elemento de costo a los sujetos de aplicación que realicen esta actividad.
9. Estos atentarán contra la rentabilidad del capital invertido, pinzando márgenes de ganancia y comprometiendo la sostenibilidad de las actividades económicas.
10. Se calculan en base a las horas de mano de obra directa y los costos del periodo.

Figura 85.Sopa de letras. Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico

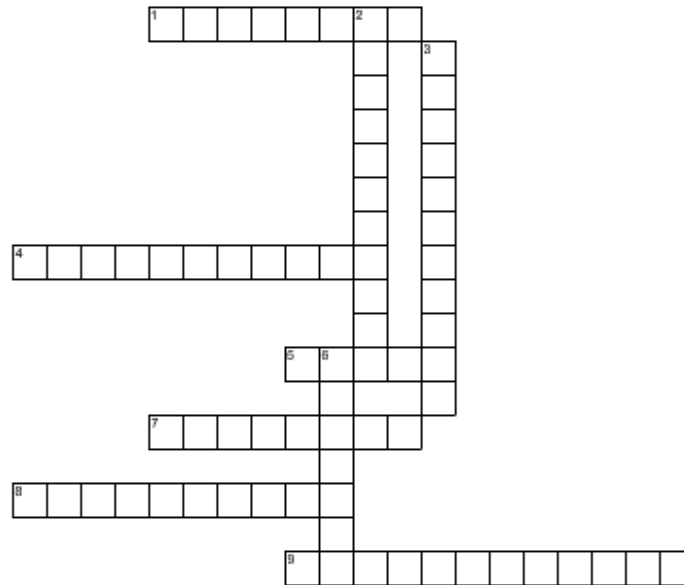


contabilidad estandar
costo costeo
conversion
sistema
produccion

Fuente. Elaboración propia.



Figura 86. Crucigrama. Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico



Horizontal

1. costos que comprende la acumulacion, medicion y asignacion de costos
4. Se desarrolla un caso hipotetico para la fijacion de precios justos en una empresa procesadora de
5. Valor de los elementos necesarios, asociados directa e indirectamente a la produccion de un bien o servicio
5. Valor de los elementos necesarios, asociados directa e indirectamente a la produccion de un bien o servicio
7. Son modelos de costos reales a los productos y servicios prestados
8. Costos derivados de la adquisicion
9. Las operaciones en serie producen mediante tecnologias para

Vertical

2. Costeo que pretende acumular, medir y asignar costos a los productos obtenidos por procesos de producci3n
3. La contabilidad de costos se vale de los sistemas de
6. Sistema que consiste en la acumulaci3n, medicion y asignacion de costos de manera separada a cada objeto

Fuente. Elaboraci3n propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Costeo por especificaciones
2. La operaci3n
3. Para darle seguimiento a los costos de producci3n y, en particular, hacer la identificaci3n de los costos de los materiales directos con cada lote
4. Entra en vigencia el 23 de Enero de 2014
5. El valor de los elementos necesarios, asociados directa e indirectamente a la producci3n de un bien o la prestaci3n de un servicio y, a su vez, distingue entre costos de producci3n y costos del periodo

6. Se compone del precio o valor de compra de los materiales; aranceles de importación, gastos de importación (seguro de flete marítimo, almacenamiento primario, etc.) y otros impuestos (no recuperables); transporte, y manejo de materiales; almacenamiento.
7. Están formados por la mano de obra directa, costos indirectos de producción fijos (distribuidos en base a la capacidad normal), costos indirectos de producción variables (distribuidos en base al nivel de actividad real) y costos indirectos de producción mixtos
8. Los gastos de distribución
9. Los costos y gastos no reconocidos
10. Las tasas de costos de conversión

Figura 87.Sopa de letras (Respuestas). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico

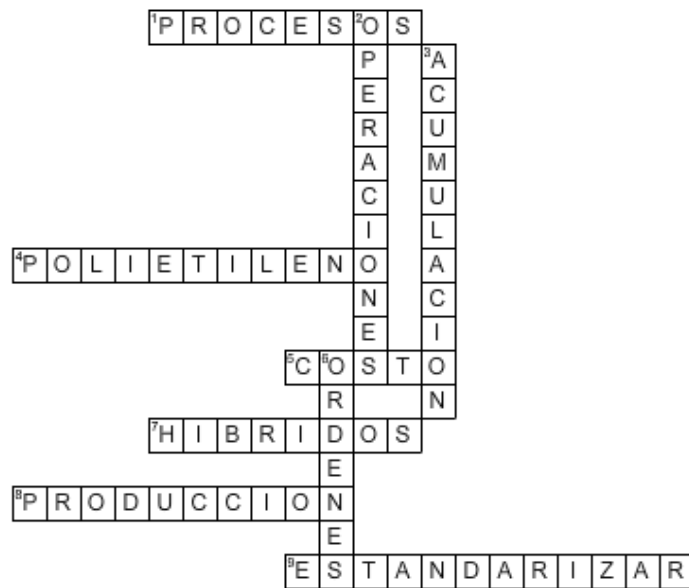


contabilidad estandar
costo costeo
conversion
sistema
produccion

Fuente. Elaboración propia.



Figura 88. Crucigrama (Respuestas). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico



Horizontal

1. costos que comprende la acumulacion, medicion y asignacion de costos
4. Se desarrolla un caso hipotetico para la fijacion de precios justos en una empresa procesadora de
5. Valor de los elementos necesarios, asociados directa e indirectamente a la produccion de un bien o servicio
5. Valor de los elementos necesarios, asociados directa e indirectamente a la produccion de un bien o servicio
7. Son modelos de costos reales a los productos y servicios prestados
8. Costos derivados de la adquisicion
9. Las operaciones en serie producen mediante tecnologias para

Vertical

2. Costeo que pretende acumular, medir y asignar costos a los productos obtenidos por procesos de producci3n
3. La contabilidad de costos se vale de los sistemas de
6. Sistema que consiste en la acumulaci3n, medicion y asignacion de costos de manera separada a cada objeto

Fuente. Elaboraci3n propia.

UNIDAD DE COMPETENCIA IV

Nombre Unidad: “Estudio Financiero“

Tabla 6. Descripción de la unidad de competencia IV

UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
UNIDAD DE COMPETENCIA IV	Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
Estudio Financiero	<p>Estimar las necesidades de financiamiento.</p> <p>Preparar el Estado de Resultados Pro-forma.</p> <p>Construir la proyección de flujos de efectivos futuros. Calcular el costo de capital.</p> <p>Preparar el balance pro-forma. Evaluar la viabilidad del proyecto. Análisis e incorporación del riesgo cuantitativo.</p> <p>Análisis de sensibilidad. Selección del proyecto y plan de ejecución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Razonamiento numérico •Investigación •Capacidad técnica y conceptual •Autoadministración 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable, proactivo, emprendedor, interés de superación constante en la aplicación de los aspectos referentes a la administración y preparación de la información financiera. • Crítico y colaborador en el trabajo individual y de equipo, para una adecuada toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría de la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Inversión.



MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Modelo de Gestión Financiera para una Organización”

Bibliografía: Terrazas Pastor, Rafael Alfredo (2009). Modelo de Gestión Financiera para una Organización. Perspectivas, (23). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942159005>

A. RESUMEN

La gestión financiera es una poderosa herramienta para las empresas que buscan obtener algún financiamiento para su empresa, además de que es una herramienta de ayuda a la toma de decisiones y debe ser encarada de manera sistémica y metodológicamente clara para permitir diferentes tipos de análisis.

La toma de decisiones se basa en la información que los estados financieros principales brindan, como lo es el balance general y el estado de resultados de la organización. El modelo planteado ha sido concebido y reflexionado en el marco de la consideración de una concepción teórica y tomando en cuenta la experiencia vivida en el área.

Las fases diseñadas para el desarrollo del modelo, están correlacionadas de tal forma que se permite un análisis ex – ante, ex – post y sobre la marcha. La utilización del modelo ayuda a mejorar el control presupuestario y sistematiza la elaboración del presupuesto de gestión. El modelo permite la generación de reportes financieros de decisión.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de



resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar la siguiente sopa de letras y crucigrama.

Palabras a buscar:

- Modelo gestión
- Análisis financiero
- Control físico
- Planificación
- Indicadores
- Performance
- Balance general

Figura 89.Sopa de letras. Modelo de Gestión Financiera para una Organización

M	E	E	A	D	F	S	N	T	N	T	S	F	F	S	D	T	N	F	S	D	D
O	R	S	D	F	B	H	D	E	D	E	F	S	S	F	F	P	A	S	F	F	D
D	T	P	R	E	J	A	D	D	E	F	F	S	F	R	H	E	U	F	R	H	F
E	G	L	E	B	K	N	L	F	L	F	S	F	F	R	H	R	J	R	E	J	H
L	N	A	B	N	T	A	B	A	S	S	F	S	F	S	D	F	U	E	B	K	J
O	A	N	R	E	J	L	D	B	N	F	R	F	S	F	F	O	Y	B	N	T	K
D	U	I	E	B	K	I	G	D	B	C	D	A	F	S	D	M	T	N	D	E	T
E	J	F	B	N	T	S	H	G	D	B	E	R	S	F	F	A	R	D	B	W	E
G	U	I	N	D	E	I	E	H	G	D	R	G	F	R	H	N	J	B	D	D	W
E	Y	C	R	E	J	S	B	E	H	G	R	E	E	J	A	C	H	D	G	H	D
S	T	A	R	E	J	F	B	W	E	H	D	W	T	N	U	E	G	G	H	K	J
T	R	C	E	B	K	I	D	S	W	E	D	D	E	T	E	F	R	D	E	T	K
I	J	I	B	N	T	N	G	F	S	W	B	D	W	E	E	R	R	B	W	K	J
O	H	O	N	D	E	A	H	F	S	F	D	B	D	W	W	F	A	D	S	T	K
N	G	N	D	B	W	N	E	S	F	F	B	D	D	D	D	F	A	L	D	E	T
D	R	E	B	D	D	C	W	F	S	F	D	D	D	D	D	D	S	F	F	D	F
F	R	B	D	G	H	I	N	D	I	C	A	D	O	R	E	S	T	R	H	F	H
E	J	H	G	H	K	E	E	J	E	J	H	E	J	E	J	H	J	E	J	H	J
B	K	J	D	E	T	R	B	K	B	K	J	B	K	B	K	J	K	B	K	J	K
B	K	J	K	D	C	O	N	T	R	O	L	F	I	S	I	C	O	N	T	K	T

Fuente. Elaboración propia.



Palabras a encontrar en el crucigrama

HORIZONTAL

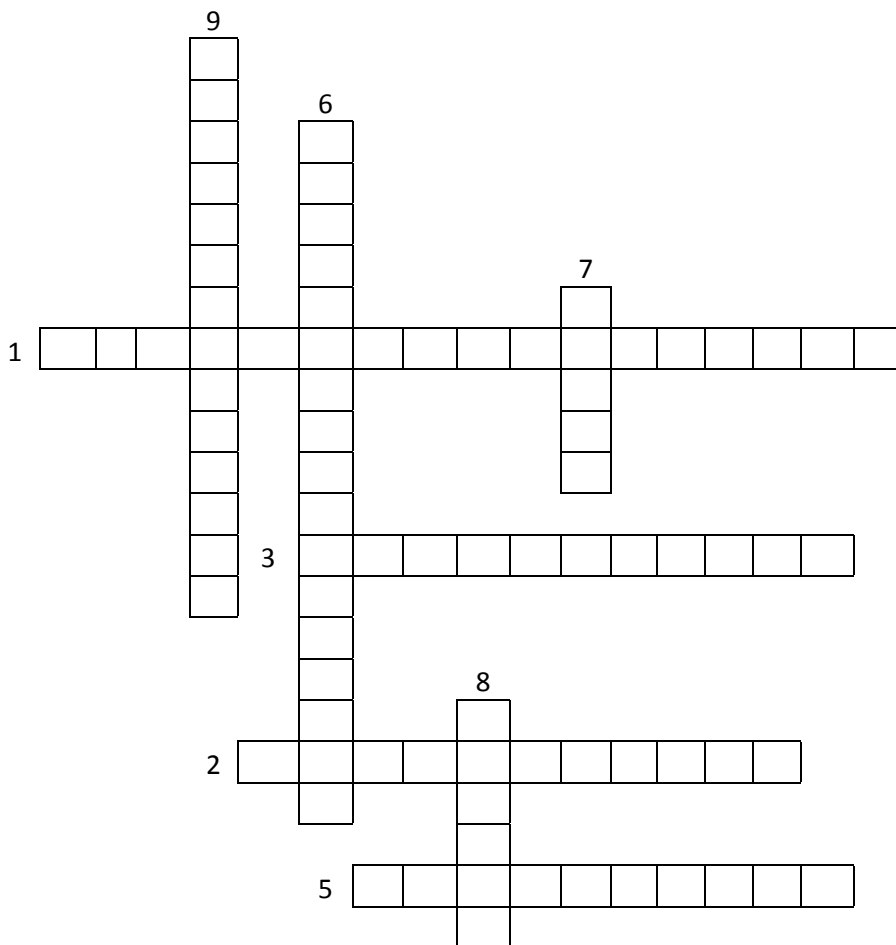
1. La tarea de la _____, es definitiva y vital en el sentido de que debe propender a que todas las actividades encuentren su materialización en término económico-financieros.
2. Es un cómputo anticipado de costos de obras y rentas
3. La gestión financiera admite un inmenso desafío en el tema de _____ las operaciones económico-financieras de la organización
4. En esta fase se generan las políticas genéricas y estratégicas de la organización planificación
5. Este análisis de tipo _____ que refleja la situación de la empresa en

cuanto a patrimonio, liquidez, endeudamiento, rentabilidad. FinancierO

VERTICAL

6. Poderosa herramienta de ayuda a la toma de decisiones
7. Diseñadas para el desarrollo del modelo.
8. Este esquema muestra la información financiera esencial de manera gráfica y en lo que concierne a los parámetros importantes de liquidez, rentabilidad y endeudamiento.
9. La gestión _____ tipifica la relación existente entre el presupuesto y las funciones administrativas de una organización

Figura 90. Crucigrama. Modelo de Gestión Financiera para una Organización



Fuente. Elaboración propia.



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

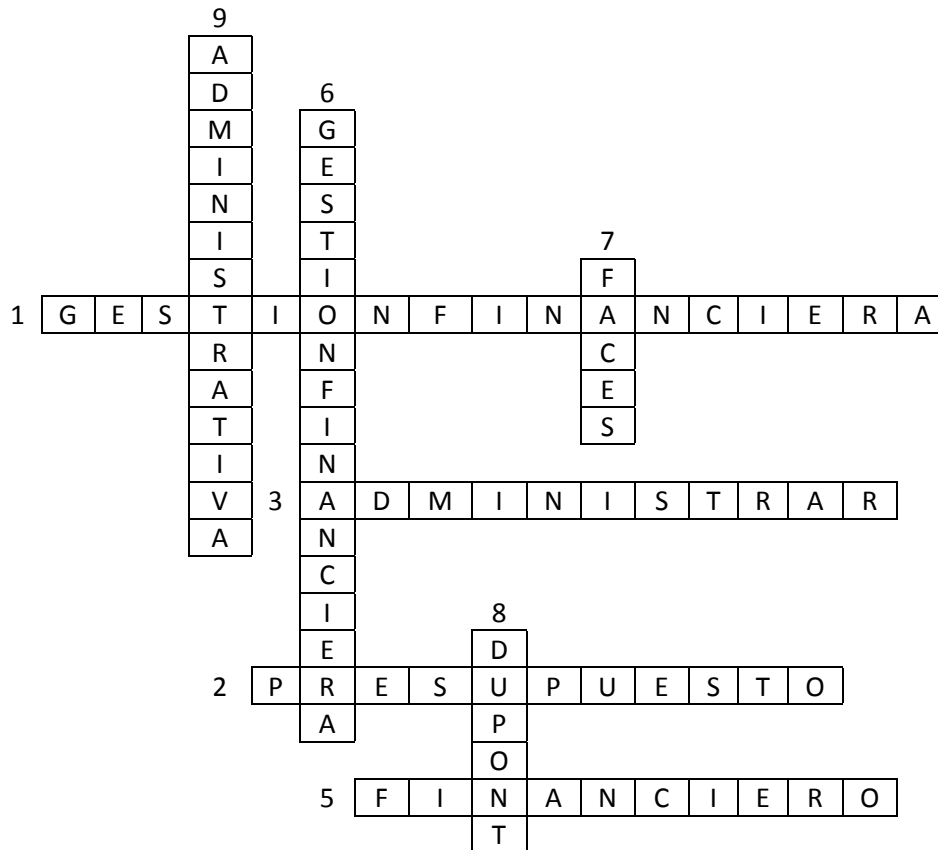
Figura 91. Sopa de letras (Respuestas). Modelo de Gestión Financiera para una Organización

M	E	E	A	D	F	S	N	T	N	T	S	F	F	S	D	T	N	F	S	D	D
O	R	S	D	F	B	H	D	E	D	E	F	S	S	F	F	P	A	S	F	F	D
D	T	P	R	E	J	A	D	D	E	F	F	S	F	R	H	E	U	F	R	H	F
E	G	L	E	B	K	N	L	F	L	F	S	F	F	R	H	R	J	R	E	J	H
L	N	A	B	N	T	A	B	A	S	S	F	S	F	S	D	F	U	E	B	K	J
O	A	N	R	E	J	L	D	B	N	F	R	F	S	F	F	O	Y	B	N	T	K
D	U	I	E	B	K	I	G	D	B	C	D	A	F	S	D	M	T	N	D	E	T
E	J	F	B	N	T	S	H	G	D	B	E	R	S	F	F	A	R	D	B	W	E
G	U	I	N	D	E	I	E	H	G	D	R	G	F	R	H	N	J	B	D	D	W
E	Y	C	R	E	J	S	B	E	H	G	R	E	E	J	A	C	H	D	G	H	D
S	T	A	R	E	J	F	B	W	E	H	D	W	T	N	U	E	G	G	H	K	J
T	R	C	E	B	K	I	D	S	W	E	D	D	E	T	E	F	R	D	E	T	K
I	J	I	B	N	T	N	G	F	S	W	B	D	W	E	E	R	R	B	W	K	J
O	H	O	N	D	E	A	H	F	S	F	D	B	D	W	W	F	A	D	S	T	K
N	G	N	D	B	W	N	E	S	F	F	B	D	D	D	D	F	A	L	D	E	T
D	R	E	B	D	D	C	W	F	S	F	D	D	D	D	D	D	S	F	F	D	F
F	R	B	D	G	H	I	N	D	I	C	A	D	O	R	E	S	T	R	H	F	H
E	J	H	G	H	K	E	E	J	E	J	H	E	J	E	J	H	J	E	J	H	J
B	K	J	D	E	T	R	B	K	B	K	J	B	K	B	K	J	K	B	K	J	K
B	K	J	K	D	C	O	N	T	R	O	L	F	I	S	I	C	O	N	T	K	T

Fuente. Elaboración propia.



Figura 92. Crucigrama (Respuestas). Modelo de Gestión Financiera para una Organización



Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Estados Financieros Proforma”

Bibliografía: Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche (2014).

Tecnológico Nacional de México. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en:

<http://cursos.aiu.edu/Planeacion%20y%20Control%20Financiero/PDF/Tema%203.pdf>



A. RESUMEN

Los estados financieros proforma son proyecciones financieras de un proyecto de inversión para la vida útil estimada. Estos te permiten tener una visualización a futuro en cuanto a necesidades de fondo, el comportamiento de sus costos, gastos e ingresos, el impacto del costo financiero, los resultados en términos de utilidades, la generación de efectivo y la obtención de dividendos.

Los estados financieros proforma son la base para calcular los indicadores financieros que se elaboran al realizar la evaluación financiera del proyecto. Los estados fundamentales son: el estado de resultados, el flujo de efectivo, el estado de origen y aplicaciones y el balance general.

CARACTERÍSTICAS

Con base en los estados proforma se planean las utilidades.

Los insumos que requieren son: pronósticos de ventas del año próximo, presupuesto de efectivo y estados financieros del periodo actual. Los estados financieros proforma contribuyen con otras técnicas financieras el saber si es factible realizar el proyecto de inversión.

ESTADO DE RESULTADOS POR COSTEO DIRECTO

Se define como un resumen de los ingresos y gastos de una empresa durante un periodo específico que termina en una utilidad o pérdida para el periodo después de los impuestos. Se considera dinámico debido a que su operación corresponde a un periodo generalmente anual. Los rubros pertenecientes de un estado de resultados adecuado para la evaluación financiera son:

- **Ingresos:** son las ventas netas que, sin hacer cálculos de devoluciones o descuentos debido a que es una proyección, puede dar un resultado poco certero.
- **Costo de Producción:** son los costos totales en los que se incurrió para la producción del periodo.
- **Utilidad Bruta:** diferencia entre los costos de producción y los ingresos totales.



- **Gastos de Administración:** son los gastos que incurren en la gestión de la empresa.
- **Depreciación y Amortización:** su manejo es aparte al de costos y gastos.
- **Utilidad antes de Impuestos:** es la diferencia entre la utilidad bruta y los gastos anteriores.
- **ISR Y PTU**
- **Utilidad Neta:** es la diferencia entre las utilidades anteriores, los impuestos y el PTU.

OTROS ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Flujo de Efectivo. Estado financiero dinámico que incluye la información anual de recursos. Sirve para determinar la capacidad de pago en el caso de existir créditos, así como determinar el monto de los dividendos pueden pagar a los inversionistas. Su objetivo es saber el monto de dinero disponible o bien el déficit en caja. Se inicia en el año 0 con los rubros siguientes:

- **Entradas:** dinero que ingresa a la empresa a través de aportaciones de los socios, créditos, ventas y caja inicial.
- **Salidas:** dinero que egresa durante el ejercicio destinado a la inversión fija y diferida, los costos de producción, gastos de administración, ISR y PTU.
- **Saldo Inicial:** es la diferencia entre las salidas y entradas.
- **Dividendos**
- **Saldo Final:** es la diferencia entre el saldo inicial y los dividendos.

Estado De Origen Y Aplicación De Recursos

Es un estado financiero dinámico que permite presentar el movimiento de los flujos en términos del origen de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, así como la aplicación o destino que se da a dichos recursos.

Las fuentes u orígenes del proyecto son:

- **Generación Interna de Fondos:** son las utilidades netas, depreciación y amortización de manera conjunta, que componen reservas para ser en un momento dado recursos disponibles.



- **Recursos Aportados:** son los recursos aportados por los socios o capital social, y el PTU pendiente por pagar.

Las aplicaciones o destino de los recursos son:

- **Adquisición de activos:** incluye los activos fijos como diferidos.
- **Pago de PTU:** Es el pago pendiente del año anterior.
- **Pago de Dividendos:** representa los rendimientos de los inversionistas o socios de la empresa.
- **Superávit o Déficit:** Es la diferencia entre los orígenes y las aplicaciones.
- **Caja Inicial:** Caja calculada en el flujo de efectivo.
- **Caja Final:** Es la suma del superávit o déficit del Estado de Origen y Aplicaciones y la Caja inicial. Cuyo resultado debe coincidir con el saldo final del flujo de efectivo.

Estado De Situación Financiera o Balance General. Muestra los recursos y obligaciones de una empresa en una fecha determinada, por lo que se considera estático. Se considera un complemento de los estados financieros proforma, sirve para confirmar que el resto de los estados han sido elaborados correctamente. Está conformado por los rubros:

- **Total de Activos:** es la suma de los activos circulantes, activos fijos y diferidos netos.
- **Activo Circulante:** es el monto que deberá estar disponible en Caja y Bancos proveniente del flujo de efectivo.
- **Activos Fijos y Diferidos:** es el monto de activos menos depreciación y amortización.
- **Total de Pasivos y Capital:** suma de los pasivos totales y el capital total.
- **Pasivos Circulante:** PTU pendiente de pagar (en el caso de los estados financieros proforma).
- **Pasivos a Largo Plazo:** no considerados créditos.
- **Capital:** capital aportado por los socios, las utilidades del ejercicio, utilidades acumulados y el pago de dividendos.



B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué revelan los estados financieros proforma?
2. Menciona los estados financieros proforma fundamentales.
3. ¿Cuáles son los insumos que requieren los estados financieros proforma?
4. Menciona la característica principal de los estados financieros proforma.
5. ¿Cómo se define el estado de resultados por costeo directo?
6. ¿Para qué sirve el flujo de efectivo?
7. Define qué es un estado de origen y aplicación de recursos.
8. ¿De qué está compuesta la generación interna de fondos y los recursos aportados?
9. Define qué es el estado de cambios en la situación financiera.
10. ¿Cuál es el objetivo del estado de cambios en la situación financiera?

Palabras a buscar en la sopa de letras:

- | | | |
|------------------|--------------|------------|
| - Proforma | - Entradas | - Capital |
| - Costeo directo | - Salidas | - Dinámico |
| - Ingresos | - Balance | |
| - Utilidad bruta | - Circulante | |

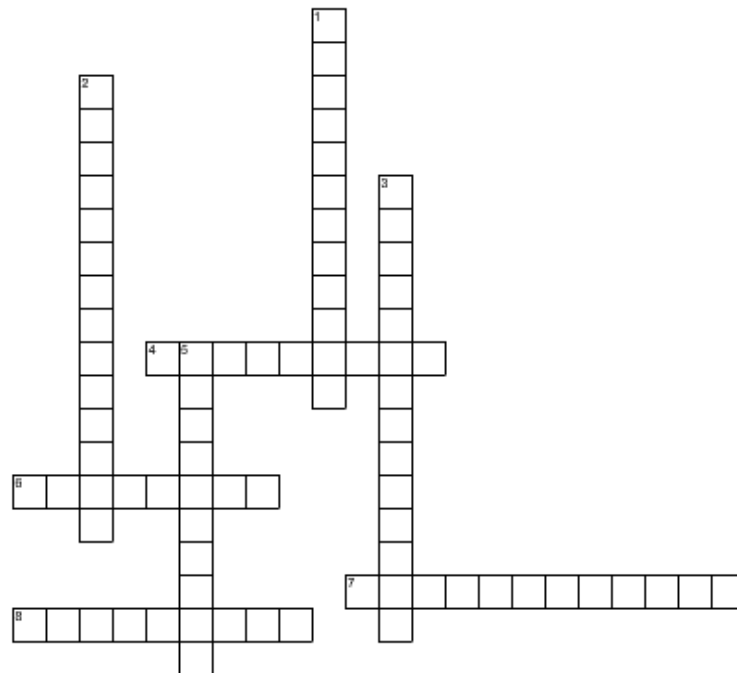


Figura 93. Sopa de letras. Estados Financieros Proforma



Fuente. Elaboración propia.

Figura 94. Crucigrama. Estados Financieros Proforma



Fuente. Elaboración propia.



Vertical

1. Diferencia entre las utilidades anteriores, los impuestos y el PTU.
2. Es la suma de los activos circulantes, activos fijos y diferidos netos.
3. Sirve para confirmar que el resto de los estados han sido elaborados correctamente.
5. Es la diferencia entre los orígenes y aplicaciones y la caja inicial.

Horizontal

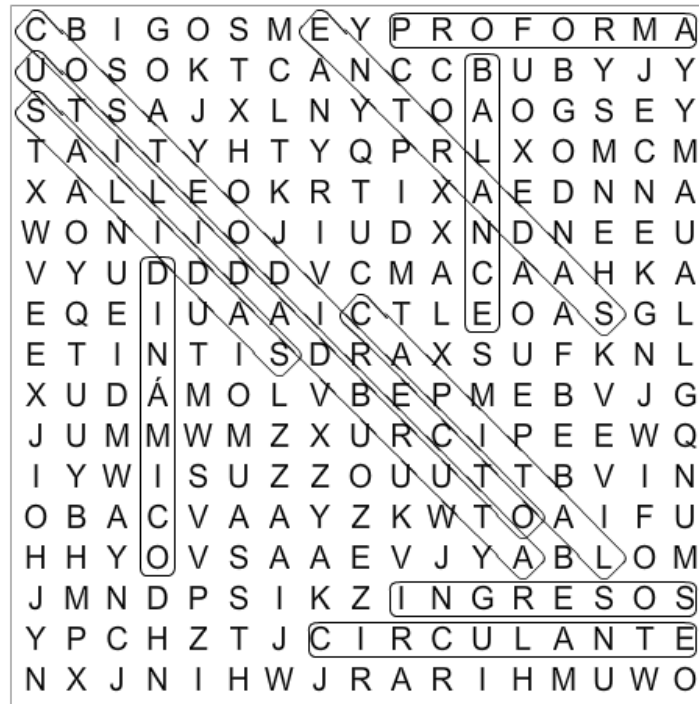
4. Estado financiero cuya operación corresponde a una fecha determinada. entradas.
6. Estados que sirven de base para los indicadores financieros al realizar la evaluación financiera del proyecto.
7. Es la diferencia entre las salidas y
8. Es la suma del superávit o déficit del Estado de Origen y Aplicaciones y la Caja Chica.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R= Revelan el comportamiento que tendrá la empresa en el futuro en cuanto a las necesidades de fondos, los efectos del comportamiento de costos, gastos e ingresos, el impacto del costo financiero, los resultados en términos de utilidades, la generación de efectivo y la obtención de dividendos.
2. R= El estado de resultados, el flujo de efectivo, el estado de origen y aplicaciones y el balance general.
3. R= Los pronósticos de ventas del próximo año, el presupuesto de efectivo y los estados financieros del periodo actual.
4. R= Presentar el horizonte en el tiempo de la inversión que se pretende efectuar; coadyuvar con otras técnicas financieras para saber si es factible realizar el proyecto de inversión.
5. R= Se define como un resumen de los ingresos y gastos de una empresa o proyecto durante un periodo específico, que termina en una utilidad o pérdida para el periodo después de impuestos.
6. R= Sirve para determinar la capacidad de pago en el caso de existir créditos, así como para determinar el monto de los dividendos que se pueden pagar a los inversionistas.
7. R= Es un estado financiero dinámico que permite presentar el movimiento de los flujos en términos de la fuente u origen de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, así como la aplicación o destino que se da a dichos recursos.
8. R= La generación interna de fondos está compuesta por utilidades netas, depreciación y amortización; los recursos aportados son los recursos aportados por los socios y el PTU pendiente por pagar.
9. R= Es un estado financiero básico, que indica cómo se modificaron los recursos y obligaciones de la empresa en el periodo.
10. R= Evaluar la capacidad para generar recursos, Conocer y evaluar las diferencias entre la utilidad neta y los recursos generados o utilizados en la operación, Evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, pagar

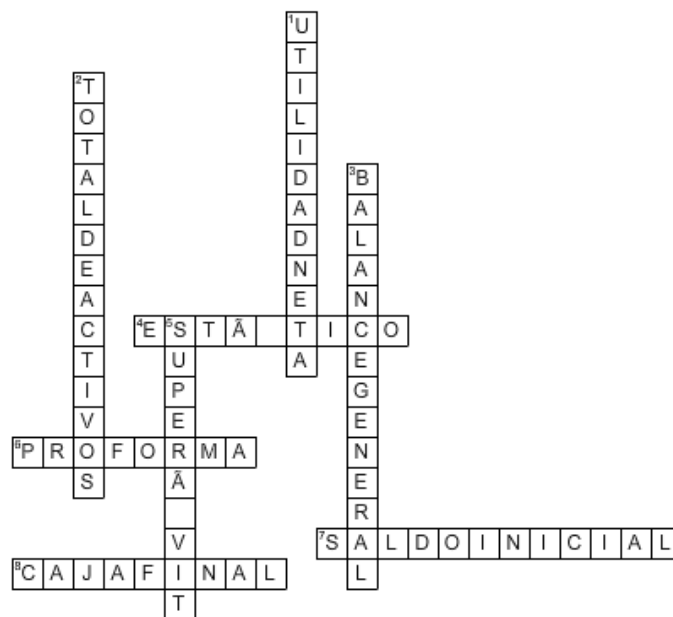
dividendos y anticipar las necesidades de obtener financiamiento, Evaluar los cambios experimentados en la situación financiera de la empresa derivados de transacciones de inversión y financiamiento ocurridos durante el periodo.

Figura 95. Sopa de letras (Respuestas). Estados Financieros Proforma



Fuente. Elaboración propia.

Figura 96. Crucigrama (Respuestas). Estados Financieros Proforma



Fuente. Elaboración propia.



MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Administración del Capital de Trabajo”

Bibliografía: Peñaloza Palomeque, Mariana (2008). Administración del Capital de Trabajo. Perspectivas, (21). [Fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942157009>

A. RESUMEN

Una de las funciones principales de la administración financiera en una empresa es determinar los niveles óptimos del flujo de efectivo necesario para hacer frente a las obligaciones que se presenten en el corto plazo. Es importante recordar que a pesar de que las empresas realizan empresas de manera diaria, el cobro no es de manera inmediata, por lo que se debe esperar el tiempo de cumplimiento del plazo de los créditos facilitados.

Para ello, la administración del capital de trabajo neto busca cubrir las salidas de efectivo diarias con los ingresos de efectivo diarios, a través de un buen manejo del capital de trabajo. Lograr un nivel óptimo en el rubro de activo circulante, implica un nivel óptimo de efectivo, inventario y cuentas por cobrar, es decir de liquidez siendo necesario para una administración eficiente del capital de trabajo. La liquidez y la rentabilidad forman parte fundamental, y es importante clasificar los activos en permanentes y temporales, lo que nos ayudará a determinar la mejor fuente de financiamiento.

El capital de trabajo neto es la diferencia que se presenta entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa. Por otro lado, “el capital de trabajo se refiere a los activos circulantes de una firma” (Gallagher, 2001). Los elementos que lo componen son: el efectivo, las cuentas por cobrar y los inventarios.



Existen varios conceptos a tomar en cuenta a la hora de administrar el capital trabajo, que son: Los activos circulantes “alcanzan diversos niveles temporales, pero rara vez caerán por debajo de determinado nivel mínimo permanente” (Gallagher, 2001), lo que significa que hay una parte de los activos que permanece constante y otra que tiende a varias con el tiempo, esto se les conoce como activos circulantes permanentes y activos circulantes temporales respectivamente.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “El costo de capital depende de los flujos de caja libre”

Bibliografía: Vélez-Pareja, Ignacio (2015). De vuelta a lo básico: El costo de capital depende de los flujos de caja libre. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, XII (21). [Fecha de Consulta 6 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1900-5016. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409643604002>

A. RESUMEN

Regularmente se entiende que el CCPC depende del valor y usualmente suponen un endeudamiento constante a priori, y calculan el CPPC con ese endeudamiento para que sea constante. Aparentemente olvidan que el endeudamiento es igual a la deuda dividida por el valor de la firma. Para una firma no transada en bolsa el valor en el periodo t es el valor presente de todos los FCL futuros descontados a la tasa conocida como el costo promedio ponderado del capital, CPPC o WACC.



El dueño de la deuda espera recibir en el periodo t el interés sobre el valor de su deuda en el periodo. En el tratamiento de los flujos de caja se supone la convención de fin de periodo y que el costo contractual de la deuda coincide con la expectativa del dueño de la deuda. Por otro lado, el accionista espera recibir en t , una rentabilidad basada en el valor de mercado de su patrimonio.

La formación del K_e , el costo del patrimonio sin deuda dependerá del supuesto que se haga sobre la tasa de descuento (riesgo) del ahorro en impuestos o escudo fiscal. Cuando el FCL aumenta, el valor aumenta. Como la deuda es constante, el endeudamiento a precios de mercado disminuye y la contribución de la deuda al CPPC disminuye. En cualquier periodo t , especificamos una relación entre los flujos y entre los valores. En términos de flujos de caja en cualquier periodo, la suma del flujo libre y el ahorro en impuestos, es igual a la suma de flujo de cada de deuda y el flujo de caja del accionista.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuál es la otra forma conocida del CPPC?
2. ¿Qué significa CPPC?
3. ¿A qué es igual el endeudamiento?
4. ¿Cómo es común que los analistas calculen un CPPC?
5. ¿Qué significa el K_d ?
6. ¿Qué espera recibir a la t el accionista?

7. ¿Qué es el ahorro en impuestos o escudo fiscal?
8. ¿Qué es el pago esperado por parte de la firma?
9. ¿De qué depende e costo del patrimonio sin deuda?
10. ¿Qué pasa cuando el FCL aumenta?

Figura 97. Sopa de letras. El costo de capital depende de los flujos de caja libre

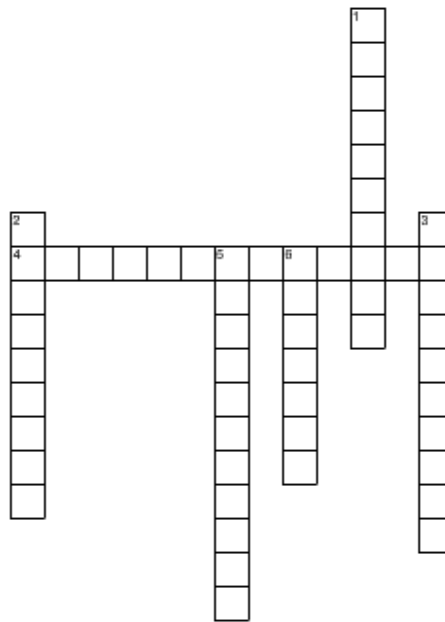


- | | | |
|----------------|-------------|----------|
| interes | flujo | gobierno |
| costo promedio | presupuesto | |
| circularidad | capital | |
| endeudamiento | accionista | |
| deuda | impuesto | |

Fuente. Elaboración propia.



Figura 98. Crucigrama. El costo de capital depende de los flujos de caja libre



Horizontal

4. Es igual a la deuda dividida por el valor de la firma

Vertical

1. Conjunto de bienes propios de una persona o institucion

2. Valor que se calcula usando la bien conocida ecuacion

3. La utilidad neta depende de

5. Espera la rentabilidad basada en el valor de mercado de su patrimonio

6. Lo que el dueÃ±o de la deuda espera recibir

Fuente. Elaboraci3n propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R=WACC
2. R=Costo Promedio Ponderado de Capital
3. R=Es igual a la deuda dividida por el valor de la firma
4. R= un CPPC a priori
5. R=Es el costo de la deuda
6. R=Una rentabilidad basada en el valor de mercado de su patrimonio
7. Esto es un subsidio que el gobierno le paga a los que incurren en gastos deducibles de la renta
8. R=Es el costo total que la firma espera pagarle a los dueÃ±os del capital
9. R=DependerÃ¡ del supuesto que se haga sobre la tasa de descuento
10. R=El valor aumenta como la deuda



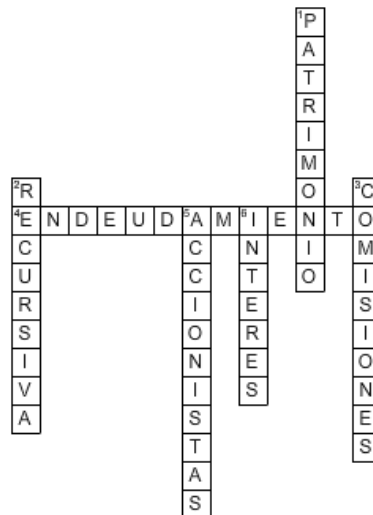
Figura 99. Sopa de letras (Respuestas). El costo de capital depende de los flujos de caja libre



- | | | |
|----------------|-------------|----------|
| interés | flujo | gobierno |
| costo promedio | presupuesto | |
| circularidad | capital | |
| endeudamiento | accionista | |
| deuda | impuesto | |

Fuente. Elaboración propia.

Figura 100. Crucigrama (Respuestas). El costo de capital depende de los flujos de caja libre



Horizontal

4. Es igual a la deuda dividida por el valor de la firma

Vertical

1. Conjunto de bienes propios de una persona o institución
2. Valor que se calcula usando la bien conocida ecuación
3. La utilidad neta depende de
5. Espera la rentabilidad basada en el valor de mercado de su patrimonio
6. Lo que el dueño de la deuda espera recibir

Fuente. Elaboración propia.



MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores”

Bibliografía: Fernández, P. (2011) WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores”. [Fecha de consulta 10 de agosto del 2018] Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=1633408>

A. RESUMEN

El WACC es un promedio ponderado de dos magnitudes muy diferentes: el coste de la deuda y la rentabilidad exigida a los accionistas K_e . Aunque al K_e se le denomina con frecuencia “coste de las acciones” existe una gran diferencia entre un coste y una rentabilidad exigida. Denominar al WACC “Cost of Capital” o “coste de los recursos” produce no pocos errores, porque no es un coste. El coste de la deuda es algo que si no se paga puede tener consecuencias serias, mientras que la rentabilidad exigida a las acciones es algo que si no se logra tiene menos consecuencias: pocas a corto plazo y, muchas veces, ninguna a largo, salvo el revelo de algún directivo.

Algunos errores debidos a no recordar la definición del WACC es el endeudamiento utilizado para calcularlo, ya que es distinto del resultante de la valoración; calcular el WACC suponiendo una estructura de capital y restar otra deuda distinta al valor de la empresa, al igual que calcularlo utilizando valores contables y acciones. El WACC no es el coste de oportunidad ni la rentabilidad de los activos: es una media ponderada de rentabilidades exigidas a deuda y acciones.

Hay cinco expresiones habituales para calcular el valor del ahorro de impuestos que se utilizan frecuentemente. Solo tres de ellas son válidas: Fernández (2007), cuando la empresa planea su endeudamiento proporcionalmente al valor contable de sus activos; Myers (1994) y Modigliani Miler (1963), cuando la empresa planea devolver la deuda



existente sin tomar nueva deuda y Miles-Ezzell (1980), cuando la empresa planea su endeudamiento proporcionalmente al valor del mercado de acciones.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es WACC?
2. ¿Cuáles son los 2 métodos más utilizados para valorar empresas por descuento de flujos de fondos?
3. ¿Qué significa las siglas WACC?
4. ¿Qué no es el WACC?
5. Menciona 2 errores debido a no recordar la definición del WACC
6. ¿Qué significa K_d ?
7. ¿Qué significa E_v ?
8. Menciona un error de la valoración
9. ¿Qué significa VTS?
10. ¿Cuáles son las 3 experiencias habituales para calcular el valor del ahorro de impuestos?



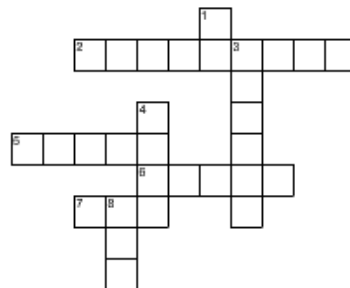
Figura 101. Sopa de letras. WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores



- | | | |
|--------------|--------------|----------|
| empresa | accionistas | acciones |
| coste | activos | |
| valor actual | rentabilidad | |
| deuda | flujo | |
| oportunidad | crecimiento | |

Fuente. Elaboración propia.

Figura 102. Crucigrama. WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores



Horizontal

- 2. no es un costo ni rentabilidad exigida
- 5. consecuencia de impago
- 6. numero expresiones habituales para calcular el valor del ahorro de impuestos
- 7. valor contable de acciones

Vertical

- 1. costo de las acciones
- 3. calculan el valor actual del ahorro impositivo
- 4. tasa que se debe descontar
- 8. value on the tax

Fuente. Elaboración propia.



D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. R=Es simplemente la tasa a la que se debe descontar el FCF para obtener el mismo valor de las acciones que proporciona el descuento de los flujos para el accionista
2. R= Método 1. A partir del flujo esperado para las acciones, método 2. A partir del free cash flow y del WACC
3. R=Weighted Average Cost of Capital
4. No es ni un coste ni una rentabilidad exigida
5. R=a).Endeudamiento utilizado para calcular el WACC es distinto del resultante de la valoración, b). Calcular el WACC utilizando valores contables de deuda y acciones
6. R=a). Cuando la empresa planea su endeudamiento proporcionalmente al valor contable de los activos. b). Cuando la empresa planea devolver la deuda existente sin tomar nueva deuda. c). Cuando la empresa planea su endeudamiento proporcionalmente al valor del mercado de las acciones
7. R=Rentabilidad exigida a la deuda
8. R=Valor contable de las acciones
9. R=Value of the tax shield
10. R=Incongruencia en el endeudamiento D/E supuesto

Figura 103.Sopa de letras (Respuestas). WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores

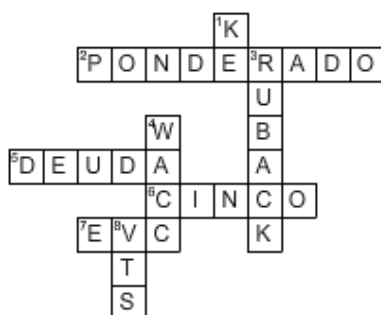


empresa	accionistas	acciones
coste	activos	
valor actual	rentabilidad	
deuda	flujo	
oportunidad	crecimiento	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 104. Crucigrama (Respuestas). WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores



Horizontal

- 2. no es un costo ni rentabilidad exigida
- 5. consecuencia de impago
- 6. numero expresiones habituales para calcular el valor del ahorro de impuestos
- 7. valor contable de acciones

Vertical

- 1. costo de las acciones
- 3. calculan el valor actual del ahorro impositivo
- 4. tasa que se debe descontar
- 8. value on the tax

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente”

Bibliografía: Nava Rosillón, Marbelis Alejandra (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Revista Venezolana de Gerencia, 14(48), [fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29012059009>



A. RESUMEN.

El artículo establece la importancia del análisis financiero como fase gerencial, sin embargo existen limitaciones inherentes a su aplicación e interpretación los objetivos del análisis financiero están encaminados a analizar las tendencias de las variables financieras involucradas en las operaciones de la empresa.

El método de cálculo de los indicadores financieros es el procedimiento de evaluación financiera más conocido ya que permite visualizar las áreas de desarrollo y perfeccionar en donde existe áreas de oportunidad, entre las primordiales esta liquidez que refiere a disponibilidad que posee para pagar, se mide por la capacidad que posee una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo en la medida que se vencen, la solvencia se refleja en la tenencia de cantidades de bienes que una empresa dispone para saldar sus deudas, mientras que la eficiencia es un indicador que expresa el número de veces que se rota el inventario en un año.

Por otro lado la situación de endeudamiento de una empresa indica el monto de dinero que terceros aportan para generar beneficios en una actividad productiva. En conclusión describe las razones financieras y su importancia en la empresa.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es el análisis financiero?



2. ¿Cómo se mide la liquidez?
3. ¿Qué es la rotación de activos fijos?
4. Menciona indicadores de liquidez
5. Menciona dos indicadores de eficiencia o actividad
6. ¿Qué indica la situación de endeudamiento de una empresa?
7. Menciona dos indicadores de endeudamiento
8. ¿Cómo se ve reflejada la rentabilidad?
9. ¿Qué es el análisis Dupont?
10. ¿Qué es la técnica análisis discriminante?

Figura 105. Sopa de letras. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente

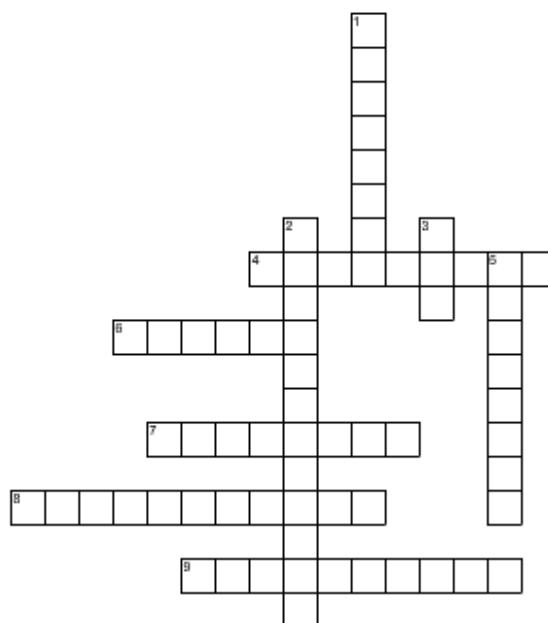


solvencia	eficiencia	dupont
indicadores	inflacion	
fasegeneral	acido	
liquidez	capital	
endeudamiento	intereses	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 106. Crucigrama. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente



Horizontal

4. consiste en comparar los indicadores financieros de diferentes empresas del mismo ramo
6. tecnica estadística para la selección y evaluación de aquellos indicadores financieros
7. mantener el efectivo necesario para cumplir o pagar compromisos
8. analisis que permite comparar las razones financieras
9. analisis que permite medir la eficiencia con la cual una organización utiliza sus activos y otros recursos

Vertical

1. implementación de estas normas presenta sus beneficios tanto a nivel mundial como a nivel empresarial
2. resultado de las acciones gerenciales decisiones financieras y las políticas implementadas en una
3. se mide a través de las utilidades operativas
5. series de tiempo permite evaluar el desempeño financiero de la empresa en el presente y compararlo

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Es una herramienta clave para el manejo gerencial de toda organización, ya que contempla un conjunto de principios y procedimientos empleados en la transformación de la información contable, económica y financiera que, una vez procesada, resulta útil para una toma de decisiones de inversión, financiación, planeación y control.
2. Se mide por la capacidad que posee una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo en la medida que se vencen.
3. Es el número de veces que la empresa renueva sus activos fijos en un año
4. Capital de trabajo, Razón circulante y prueba de ácido
5. Rotación de inventarios y cuentas por cobrar
6. Indica el monto de dinero que terceros aportan para generar beneficios en una actividad productiva.

7. Razón cobertura de intereses y razón pasivos a largo plazo
8. Está reflejada en la proporción de utilidad o beneficio que aporta un activo, dada su utilización en el proceso productivo
9. Constituye una técnica de investigación encaminada al hallazgo de las tareas administrativas responsables del desempeño financiero de la empresa, tomando en consideración todos los elementos de las actividades financieras del negocio.
10. Para la selección y evaluación de aquellos indicadores financieros que permiten distinguir entre empresas financieramente exitosas y empresas con rumbo a la quiebra.

Figura 107. Sopa de letras (Respuestas). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente

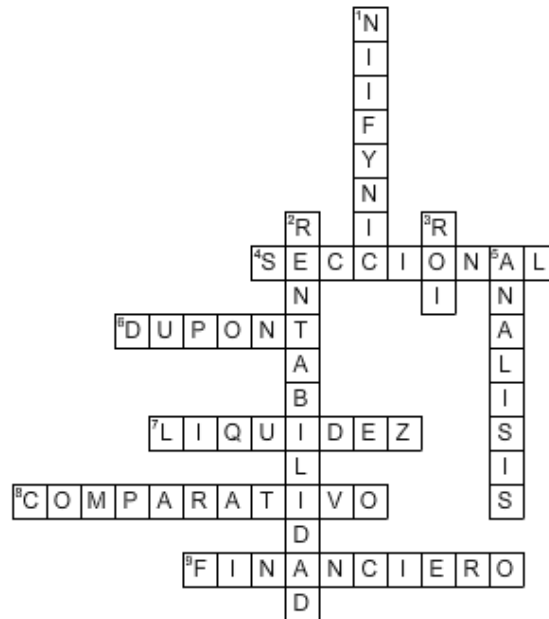


solvencia	eficiencia	dupont
indicadores	inflacion	
fase general	acido	
liquidez	capital	
endeudamiento	intereses	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 108. Crucigrama (Respuestas). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente



Horizontal

- 4. consiste en comparar los indicadores financieros de diferentes empresas del mismo ramo
- 6. tecnica estadistica para la seleccion y evaluacion de aquellos indicadores financieros
- 7. mantener el efectivo necesario para cumplir o pagar compromisos
- 8. analisis que permite comparar las razones financieras
- 9. analisis que permite medir la eficiencia con la cual una organizacion utiliza sus activos y otros recursos

Vertical

- 1. implementacion de estas normas presenta sus beneficios tanto a nivel mundial como a nivel empresarial
- 2. resultado de las acciones gerenciales decisiones financieras y las politicas implementadas en una
- 3. se mide a traves de las utilidades operativas
- 5. series de tiempo permite evaluar el desempeno financiero de la empresa en el presente y compararlo

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “El apalancamiento, financiación y rentabilidad”

Bibliografía: Villalonga, José (1995).El apalancamiento, financiación y rentabilidad.

Disponible en:

https://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/151_ee/modulo2/documentos/APENDICE_4.pdf



A. RESUMEN

Se considera que el objetivo de la función financiera es maximizar el valor de las acciones de las Sociedades Mercantiles, puesto que dicha financiación se da mediante ampliaciones de capital o deuda y la proporción de ambas puede variar el coste de capital, es decir su tasa de rentabilidad a las fuentes de financiamiento compuestas por sus pasivos debe evitar que descienda el valor de mercado de sus acciones, y aquí se ve reflejada la forma en que está consolidada su estructura financiera. Existen dos métodos, uno mediante aproximación (RE), calculado en base a la capitalización de la cuenta, no generando una estructura financiera óptima. Otro método (RN) en donde la capitalización de la cuenta pérdidas y ganancias calcula la capitalización.

El autor explica que existe polémica en diversas opiniones sobre que genera más valor a la empresa, considera que un inversor racional se inclina a guardar los beneficios, mientras que un defensor de la liquidez adelantaría su recogida para asegurar resultados y nuevas inversiones. El impacto del apalancamiento depende de la forma en que se maneje, puede ser primario: operativo que tiene como fin sustituir costos variables por costos fijos o, secundario: financiero que se produce cuando la empresa recurre a deuda más que a capital de accionistas para financiar la empresa, los dos ejercen palanca para lograr fácilmente utilidades o ingresos esperados, por lo que se recomienda mantener niveles adecuados en relación de Deuda/Capital. Por lo que se concluye que el apalancamiento es una herramienta para administrar la empresa, adiciona un riesgo que si se utiliza inteligentemente puede traer rentabilidad: (De ventas o comercial, económica y financiera).

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Cuál es el objetivo de la función financiera en las Sociedades Mercantiles?
2. ¿Cómo se da la financiación?
3. ¿Cuál es el Método de aproximación RE?
4. ¿Cuál es el Método RN?
5. Menciona los tipos de apalancamiento y descríbelos:
6. La experiencia financiera recomienda que toda deuda es buena siempre y cuando mantenga los niveles adecuados de la relación:
7. ¿A qué se le llama “Apalancamiento Total”?
8. ¿Qué es el apalancamiento?
9. ¿Por qué un mayor empleo de deuda para la financiación produce el incremento en la rentabilidad?
10. Menciona y describe los tres tipos de rentabilidad

Figura 109.Sopa de letras. El apalancamiento, financiación y rentabilidad

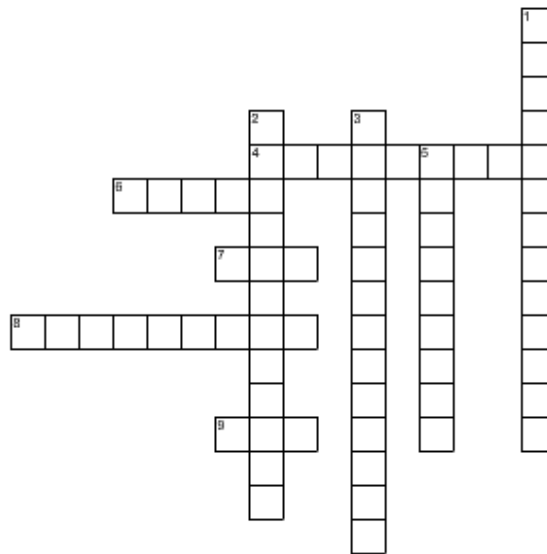


- | | | |
|--------------|---------------|---------------|
| riesgo | valormercado | apalancamient |
| capital | rae | recursos |
| utilidad | endeudamiento | operacion |
| rentabilidad | credito | m |
| deuda | financiero | |

Fuente. Elaboración propia.



Figura 110. Crucigrama. El apalancamiento, financiación y rentabilidad



Horizontal

4. Es un tipo de rentabilidad
6. Los dividendos no son deducibles si la empresa se ha financiado via capital
7. Tambien llamado metodo de aproximacion
8. Si este nivel de deuda se utiliza inteligentemente traera como consecuencia
9. Refiere a beneficio neto

Vertical

1. Toda deuda es buena siempre y cuando mantenga los niveles adecuados de la relacion
2. Es el ratio economico que mide el beneficio que genera la companã-a por la rentabilidad de sus activos
3. Tiene un limite y una zona de riesgo porque al pedir mas dinero te cobran mas interes
5. Es el objetivo de la funcion financiera en el valor de las acciones

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Maximizar el valor de las acciones (participación en el Capital social) de la misma
2. Mediante acciones (ampliaciones de capital) u obligaciones (Solicitud de créditos o emisión de deuda) y que la proporción entre ambas puede variar el coste de capital
3. También llamado de aproximación. El valor de la acciones se calcula en base a la capitalización de la cuenta de explotación. Los defensores opinan que el coste de capital y el ratio de endeudamiento son independientes. Por lo tanto no existe una estructura financiera óptima.
4. Método en el cual lo que calcula el valor es la capitalización de la cuenta de pérdidas y ganancias. Sus defensores si defienden una estructura óptima.
5. Apalancamiento financiero: Se produce cuando la Empresa recurre a deuda más que a capital común de accionistas para financiar su empresa, es decir prefiere pedir financiación exterior ya sea mediante la petición de créditos o mediante la

emisión de deuda antes que emprender una ampliación del capital social.
 Apalancamiento operativo: Es la sustitución de costos variables por costos fijos que trae como consecuencia que a mayores niveles de producción, menor el costo por unidad.

6. DEUDA / CAPITAL en la empresa
7. Es el producto de los apalancamientos anteriores (Operaciones y financiero), dando como resultado potencializar las utilidades por acción a partir de aumentar los ingresos.
8. Es una herramienta para administrar la empresa, pero es un arma de dos filos ya que adiciona un riesgo adicional al negocio, que de no ser manejado con conocimiento de causa y experiencia sobre una planeación bien realizada puede conducir a resultados nefasto, si se utiliza inteligentemente puede traer utilidades extraordinarias.
9. Porque el aumento en el nivel de endeudamiento presupone que no perjudicara a la rentabilidad del negocio sobre los activos netos
10. Rentabilidad Comercial; sería el beneficio que quiere la compañía o el ratio comercial. Rentabilidad Económica; es el ratio económico que mide el beneficio que genera la compañía por la rentabilidad de sus activos, o sea, de su dinero. Rentabilidad Financiera; evalúa el beneficio que obtienen los accionistas con las inversiones que realizan en la compañía, negocio o empresa.

Figura 111.Sopa de letras (Respuestas). El apalancamiento, financiación y rentabilidad

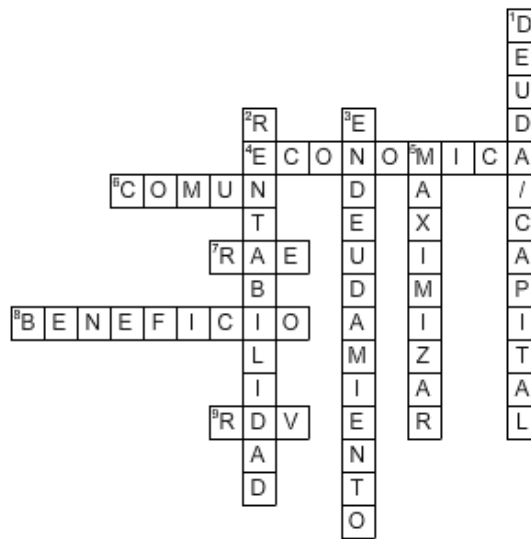


riesgo	valormercado	apalancamiento
capital	rae	recursos
utilidad	endeudamiento	operacion
rentabilidad	credito	m
deuda	financiero	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 112. Crucigrama (Respuestas). El apalancamiento, financiación y rentabilidad



Horizontal

4. Es un tipo de rentabilidad
6. Los dividendos no son deducibles si la empresa se ha financiado via capital
7. Tambien llamado metodo de aproximacion
8. Si este nivel de deuda se utiliza inteligentemente traera como consecuencia
9. Refiere a beneficio neto

Vertical

1. Toda deuda es buena siempre y cuando mantenga los niveles adecuados de la relacion
2. Es el ratio economico que mide el beneficio que genera la companã-a por la rentabilidad de sus activos
3. Tiene un limite y una zona de riesgo porque al pedir mas dinero te cobran mas interes
5. Es el objetivo de la funcion financiera en el valor de las acciones

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes”

Bibliografía: Pérez Castañeda, Suly Sendy, Cruz Ramírez, Dorie, Quíroz Salas, Lourdes Gabriela (2011). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes. Disponible en:

https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5508/analisis_de_sensibilidad.pdf

A. RESUMEN

La evaluación de los proyectos de inversión a consideración de ciertos expertos ya no es tan necesaria, pero en países en desarrollo como México, son de gran importancia para el mantenimiento, surgimiento y salvación de las MIPYMES (Micro, pequeñas y medianas empresas). Se realizan como prioridad debido a su importancia, ya que “las MIPYMES en México representan el 99% de las unidades económicas, generan más del 50% del PIB, y constituyen 7 de cada 10 empleos formales que se crean” (DOF, diciembre 2010).

Dado a esto, es necesaria la evaluación financiera de las inversiones a partir de indicadores dinámicos para encontrar opciones de la evaluación de las inversiones en las Mi Pymes a través de 3 apartados. Principalmente tratando los antecedentes, considerando desde el momento en que el hombre invertía diversos recursos para la obtención de un beneficio mayor como hacer casas, planes y herramientas de caza, y demás procesos que generaran satisfacer una necesidad hasta la actualidad, antecedentes del producto y los mercados y donde se implementan los otros 2 apartados.

Los siguientes hacen referencia al análisis de la sensibilidad en la evaluación financiera de los proyectos de inversión, tomando en cuenta todo aquel factor que pueda repercutir de forma negativa o incluso cualquier oportunidad que se pueda aprovechar para cumplir el objetivo buscado, que generalmente es la satisfacción de una necesidad y una retribución por la misma ,anticipar el futuro que influya en este; y por último el conjunto de técnicas y recursos que permiten de una manera más precisa la evaluación y el análisis, mediante indicadores como el VPN (valor presente neto), TIR (tasa interna de rendimiento), IR (índice de rendimiento), CB (Costo Beneficio).

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.



C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras.

1. ¿Qué es una MI PYME?
2. ¿Por qué es importante una evaluación de inversiones en las MIPYMES con sensibilidad a indicadores financieros en México?
3. ¿Qué porcentaje de las unidades económicas representan las MIPYMES en México y cuántos empleos generan?
4. ¿Qué porcentaje del Producto Interno Bruto generan las MIPYMES en México?
5. ¿Qué apartados considera principalmente la evaluación de inversiones en las MIPYMES?
6. En los antecedentes ¿A partir de que hechos se consideró lo que hoy conocemos como inversión y qué tipo de acontecimientos toma hoy en día, como antecedentes para un modelo de negocios?
7. ¿Qué es el análisis de la sensibilidad en la evaluación financiera de los proyectos de inversión?
8. Menciona ¿Qué es la TIR, VPN, IR, y CB?
9. ¿A qué se le denomina “INDICADORES DINÁMICOS”?
10. ¿Por qué es clave la evaluación financiera de los proyectos de inversión?



Figura 113.Sopa de letras. Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes



rendimiento	vpn
tir	costobeneficio
inversion	evaluacion
analisis	sensibilidad
mipyme	indicadores

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Micro, pequeñas y medianas empresas
2. En países en desarrollo como México, son de gran importancia para el mantenimiento, surgimiento y salvación de las MIPYMES
3. El 99% y 7de cada 10 empleos.
4. Más del 50%
5. Antecedentes, sensibilidad en la evaluación financiera de los proyectos de inversión, el análisis de indicadores dinámicos
6. Desde que el hombre invirtió sus recursos para para la obtención de un beneficio mayor como hacer casas, planes y herramientas de caza y ventas y mercados actualmente.
7. Todo aquel factor que pueda repercutir de forma negativa o incluso cualquier oportunidad que se pueda aprovechar para cumplir el objetivo buscado,



8. VPN (Valor presente neto), TIR (Tasa interna de rendimiento), IR (índice de rendimiento, CB (Costo Beneficio).
9. Aquellos que consideran el valor del dinero en el tiempo
10. Para conocer y anticipar la factibilidad de un proyecto.

Figura 114.Sopa de letras (Respuestas). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mi pymes



rendimiento	vpn
tir	costobeneficio
inversion	evaluacion
analisis	sensibilidad
mipyme	indicadores

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO IV

4. Estudio Financiero

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “El emprendimiento y crecimiento de las Pymes”

Bibliografía: Molina Sánchez, Rubén; López Salazar, Alejandra; Contreras Soto, Ricardo (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. Acta Universitaria, vol. 24, núm. 1, pp. 59-72, Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México. [Fecha de consulta 1 de septiembre de 2019]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41648308006>

A. RESUMEN

El crecimiento cuenta con dos connotaciones, la primera es la tradicional, denota un aumento en la empresa, por ejemplo, en ventas, exportaciones, empleos, etcétera; y la otra connotación es la que se refiere a un proceso natural y biológico de crecimiento, que se enfoca en cambios internos que aumentan el objeto.

En México, la pequeña industria tuvo su origen en las necesidades primarias del hombre y la demanda de productos para mercados que las grandes industrias proporcionaban en menor medida o a un precio más elevado. Todo esto bajo el mando de un emprendedor, quien considera las habilidades del personal para la realización de actividades. Debe existir una dinámica del emprendedor, que pueda explicar la capacidad de la multiplicación y el dinamismo de las PYMES, ya que muchas de estas no crecen por factores como administración ineficiente, falta de capital, errores costosos, autoempleo; por lo que el talento empresarial es lo que diferencia a las empresas que permanecen y las que mueren.

Se mencionan 5 recursos principales categorizados como clave para el crecimiento de una PYME, y son: recursos financieros, físicos, humanos, tecnológicos y organizacionales, así como clave son los recursos y capacidades de la empresa para la formulación de estrategias permitiendo que sea única y estable. El tamaño, la edad de la



empresa y demás factores son importantes para el crecimiento de una PYME y cualquier empresa.

Diversos estudios de la OCDE y en Quebec, así como en México, resaltan que los métodos y materiales, el control de la información, procesos administrativos, tecnológicos, y científicos, han hecho que las PYMES, incluso microempresas, puedan ir evolucionando y otras más surgiendo debido a necesidades nuevas, o básicas que otras aun no satisfacen, haciendo que estas representen el 51.6% del Producto Interno Bruto en México teniendo este crecimiento de 2004 a 2009 y donde representan la principal economía y fuente de empleo en México.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia IV, con el tema Estudio Financiero. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: estimar las necesidades de financiamiento, preparar el estado de resultados pro-forma, construir la proyección de flujos de efectivos futuros, calcular el costo de capital, evaluar la viabilidad del proyecto, análisis e incorporación del riesgo cuantitativo, análisis de sensibilidad y selección del proyecto y plan de ejecución.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras.

1. Sirve para explicar la capacidad para la multiplicación y el dinamismo particularmente fuerte de una pyme y la red de capital social que tiende al apoyo y soporte de los actores sociales de la pyme
2. Es quien considera los conocimientos y habilidades de su personal para el encuentro hombre-máquina como el potencial de su pyme.
3. ¿Por qué la mayoría de las empresas que sobreviven no crecen?
4. Es el elemento que constituyen la diferencia entre las empresas que permanecen, las que crecen y las que se estancan o mueren
5. ¿Cuál fue el origen en México de la pequeña industria?



6. ¿Cuáles son las cinco importantes categorías de recursos que Grant identifica, entendidos éstos desde la conceptualización de Barney?
7. Son considerados claves en la formulación de estrategias, y son la primera constante sobre la cual la empresa es única y estable, además de constituirse en la fuente primaria de la rentabilidad de la empresa
8. ¿Según el estudio realizado a los emprendedores quien perciben como lo más importante a la mente de obra en sus trabajadores o de la mano de obra?
9. Permiten responder de forma rápida a las fluctuaciones de la demanda y minimizar los inventarios.
10. ¿Son factores para el crecimiento de una pyme?

Figura 115.Sopa de letras. El emprendimiento y crecimiento de las Pymes

<p>N I J W V C A B G Z M C V I B B U J S I S T E M Á T I C O U P F N G J I O V Y V N G I B N B J Ó H F T P A D U W H Q A I Z E I F F O R L O R T N O C N R Q C U P H Z Q T S T V O T N Z Q A J X K B M J J K B H I O U H M S S O R K A L R R Y G V F J R D V L A T L I S X W Q A C L O Y X E D Q M F X L H C C Y Q F E F D H X U D M J A B I I N N L D O S S W E Q O K D Ó U D I Y Y M V H J G V D X Z N E D M W Z K K P Y M E S I L E E M P R E N D I M I E N T O V</p>	<p>EMPRENDIMIENTO PYMES INNOVACIÓN MODELO INFORMACIÓN CONTROL SISTEMÁTICO</p>
--	---

Fuente. Elaboración propia.

D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

1. Dinámica del emprendedor
2. El emprendedor
3. Porque el objetivo inmediato que se encuentra en estas pequeñas empresas es el autoempleo o un trabajo autónomo, lo que limita su crecimiento; esto aunado a una dirección no emprendedora, administración ineficiente, insuficiente capital, aptitud mínima, falta de adaptación a cambios circunstanciales y costosos errores.
4. El talento empresarial
5. Tuvo como fuente creadora las necesidades primarias del hombre. En este sentido, se formó no sólo como fuente de abastecimiento de bienes para el consumo, sino también fue la activadora del desarrollo de las fuerzas productivas
6. Recursos financieros, físicos, humanos, tecnológicos y organizacionales.
7. Los recursos y capacidades de la empresa
8. A la mente de obra en sus trabajadores. Esto les permite considerar, en primer término, al elemento humano antes que a la máquina.
9. Flujo tendido y de justo a tiempo
10. El tamaño y edad de la empresa

Figura 116. Sopa de letras (Respuestas). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes

<p>N I J W V C A B G Z M C V I B B U J S I S T E M Á T I C O U P F N G J I O V Y V N G I B N B J Ó H F T P A D U W H Q A I Z E I F F O R L O R T N O C N R Q C U P H Z Q T S T V O T N Z Q A J X K B M J J K B H I O U H M S S O R K A L R R Y G V F J R D V L A T L I S X W Q A C L O Y X E D Q M F X L H C C Y Q F E F D H X U D M J A B I I N N L D O S S W E Q O K D Ó U D I Y Y M V H J G V D X Z N E D M W Z K K P Y M E S I L E E M P R E N D I M I E N T O V</p>	<p>EMPRENDIMIENTO PYMES INNOVACIÓN MODELO INFORMACIÓN CONTROL SISTEMÁTICO</p>
--	---

Fuente. Elaboración propia.



UNIDAD DE COMPETENCIA V

Nombre Unidad: “Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento”

Tabla 7. Descripción de la unidad de competencia V

UNIDAD DE COMPETENCIA V	ELEMENTOS DE COMPETENCIA		
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes/Valores
<p>Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento.</p>	<p>Convocatorias y Reglas de operación de programas de la Secretaría de Economía, INADEM. Programas del Instituto Mexiquense del Emprendedor (Gobierno estatal).</p>	<p>Elaboración de proyectos de inversión con base en las reglas de operación de programas gubernamentales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer formas de financiamiento a través de instituciones gubernamentales. • Creatividad en las formas de generar ideas para los proyectos de inversión. • Crítico y colaborador en el trabajo individual y de equipo, para una adecuada toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia con base al programa de estudios de la Licenciatura en Contaduría de la Unidad de Aprendizaje de Proyectos de Inversión.



MÓDULO I

1. Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?”

Bibliografía: Briozzo, Anahí; Vigier, Hernán; Castillo, Natalia; Pesce, Gabriela; Speronie, M. Carolina (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? Estudios Gerenciales, vol. 32, núm. 138, pp. 71-81, [fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <http://www.redalyc.org/jatsRepo/212/21244782007/index.html>

A. RESUMEN

El estudio de financiamiento para aplicación de las empresas es un elemento esencial para la toma de decisiones, con esto, se puede mencionar que al elegir determinadas acciones encaminadas al desarrollo de la empresa, estamos generando consigo un análisis de diversas variables que nos permitan identificar aspectos que caractericen al ente económico.

Cada empresa gira en torno a su función de tamaño y forma legal. Se menciona que en pequeñas y medianas empresas existen diferencias y parte de similitudes que crean una identidad económica para cada una de estas. Al realizarse el análisis de estas dos empresas se ha determinado que no existen diferencias respecto a la reinversión de ganancias. Existen en este tipo de empresas diferencias con respecto a la utilización de pasivos financieros y créditos a largo plazo.

Además, se encuentran diferencias significativas entre el tamaño y limitación de responsabilidades. Con estas variables mencionadas, se puede considerar que las pymes pueden ser un grupo homogéneo en relación a su tamaño y forma legal, ya que son dos aspectos que permite clasificar a las empresas en cuestión de políticas públicas. Siendo



esto, un análisis que nos permite generar una mejor toma de decisiones para cuestiones de financiamiento de la entidad económica.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia V, con el tema conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: convocatorias y reglas de operación de programas de la Secretaría de Economía, INADEM, programas del Instituto Mexiquense del Emprendedor.

C. EVALUACIÓN

Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué son las pymes?
2. ¿En qué aspectos se considera ser homogénea las pymes?
3. ¿Qué prioriza la jerarquía financiera?
4. ¿Qué postula el enfoque trade-off?
5. ¿Qué estudian Briozzo y Vigier?
6. ¿Qué contempla la jerarquía financiera?
7. ¿Qué contempla el Trade-off?
8. ¿Qué contempla el Ciclo de Vida?
9. Algunas diferencias con el estudio de las variables en las pymes.
10. Algunas similitudes con el estudio de las variables en las pymes.

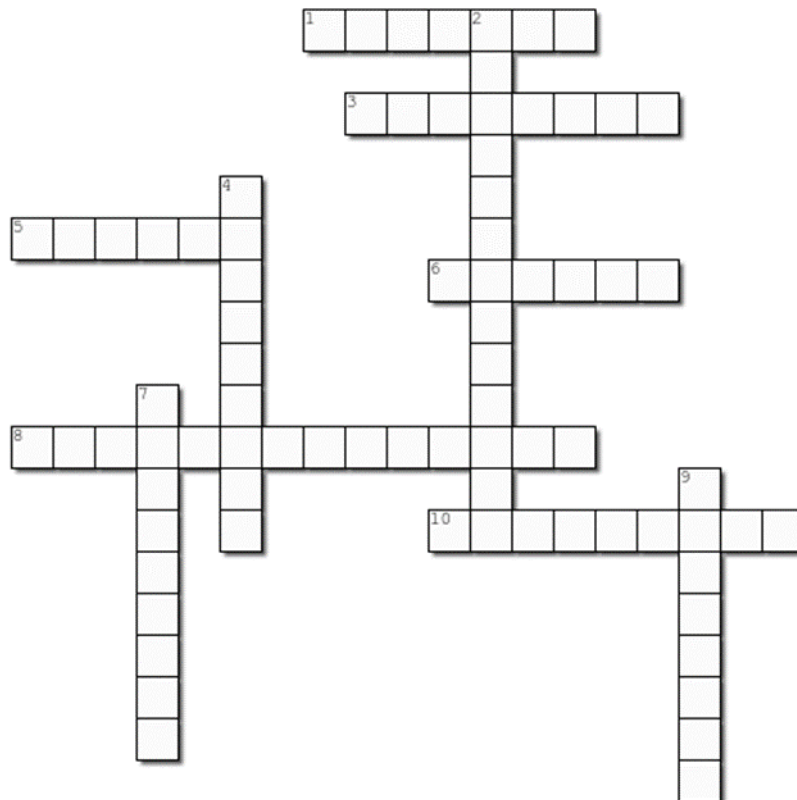
Figura 117.Sopa de letras. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?

A	T	Y	A	X	O	Ñ	A	M	A	T	P	A	H	R	FINANCIAMIENTO
E	O	T	N	E	I	M	A	I	C	N	A	N	I	F	PYME
X	E	E	R	J	U	N	Q	P	S	C	L	K	V	H	TAMAÑO
X	C	R	E	C	I	M	I	E	N	T	O	B	A	E	POLÍTICAS
D	B	A	S	W	X	U	Y	J	H	Q	E	U	R	N	DECISIONES
I	V	V	X	P	Q	Z	F	X	P	T	N	R	I	S	CRECIMIENTO
Y	L	N	R	I	E	S	G	O	O	D	É	F	A	E	VARIABLES
Q	C	F	W	E	I	S	N	J	L	L	G	O	B	N	HOMOGÉNEO
T	G	A	N	O	F	D	D	T	Í	O	O	Y	L	O	EMPRESA
K	N	N	O	S	D	G	L	B	T	M	M	L	E	I	RIESGO
I	Q	A	S	E	R	P	M	E	I	Y	O	Z	S	S	
U	V	G	D	K	U	D	C	Y	C	B	H	H	T	I	
Y	J	M	F	O	Z	A	Q	K	A	Y	A	O	G	C	
G	C	S	S	N	I	U	T	G	S	V	B	T	Z	E	
Z	Q	E	M	Y	P	H	U	S	H	L	E	H	A	D	

Fuente. Elaboración propia.



Figura 118. Crucigrama. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 1. Organización o institución dedicada a actividades de fines económicos.
- 3. Operaciones financieras en las que se realiza un préstamo por una cantidad determinada de dinero.
- 5. Procedimiento que se sigue para conseguir algo.
- 6. Tipo de clasificación de las empresas.
- 8. Recurso destinado para la actividad o desarrollo de la empresa.
- 10. Formado por elementos con características comunes referidas a su clase o naturaleza.

Vertical

- 2. Proporción de deuda de una empresa.
- 4. Conjunto de lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país.
- 7. Representaciones de un concepto económico que puede medirse o tomar diversos valores numéricos.
- 9. Estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos.

Fuente. Elaboración propia.

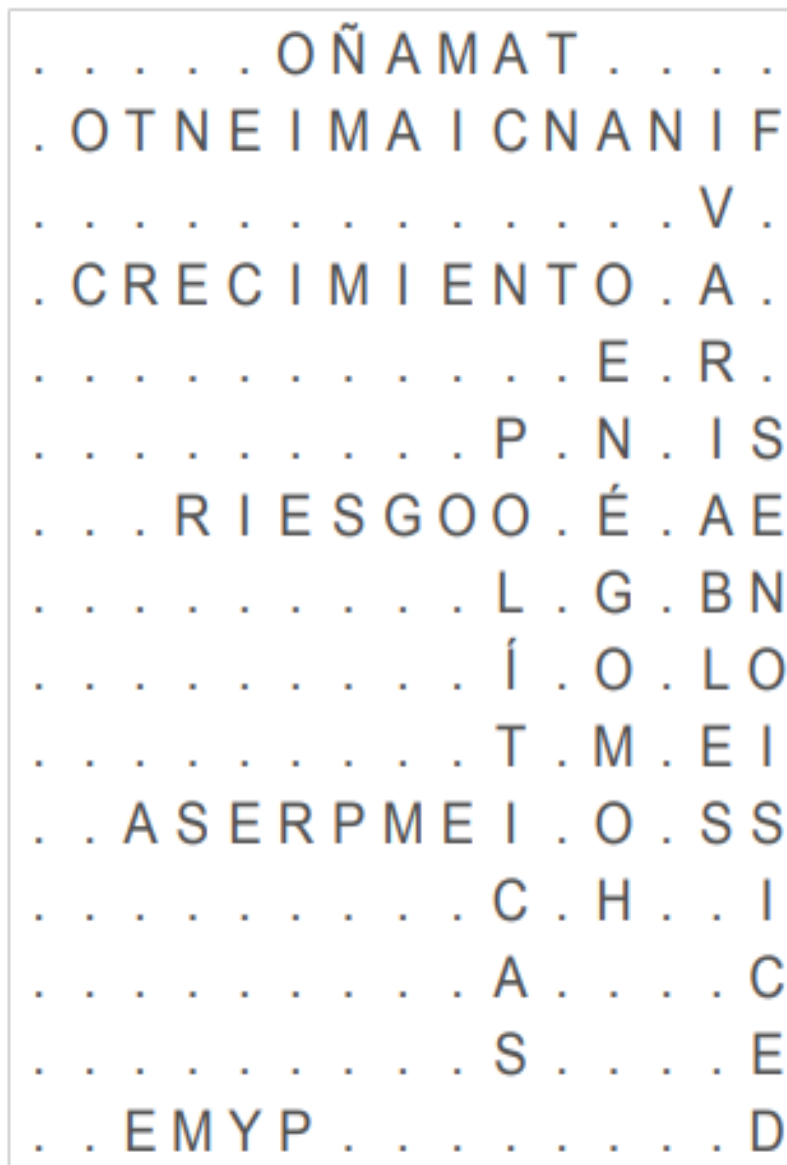
D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

- 1. Son las Pequeñas y Medianas Empresas.
- 2. Tamaño y forma legal.
- 3. Fondos internos, como obtención de beneficios.
- 4. La existencia de una estructura de capital óptima.
- 5. Decisiones de financiamiento desde el punto de vista de la demanda.
- 6. Antigüedad, tamaño y forma legal.
- 7. Forma legal, tamaño y sector.



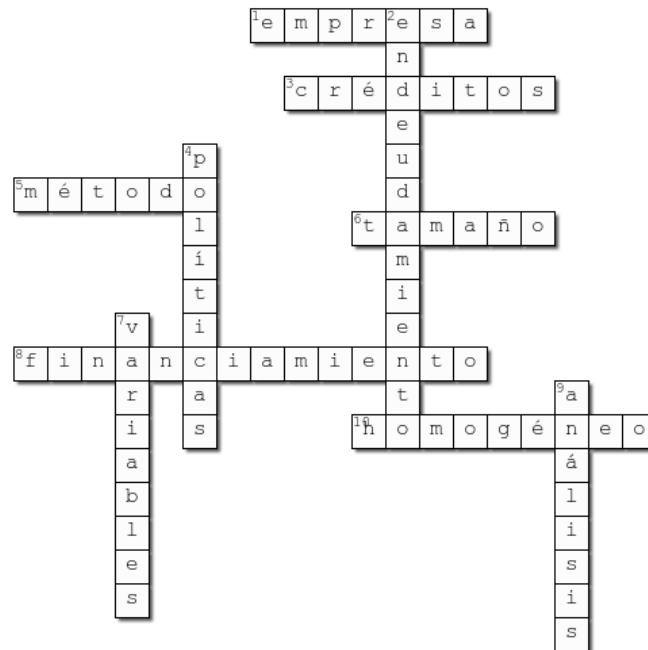
8. Edad de empresario, objetivo perseguido y nivel de profesionalización.
9. Utilización de pasivos financieros y limitación de responsabilidad.
10. Reinversión de ganancias y créditos con garantías.

Figura 119.Sopa de letras (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes:
¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?



Fuente. Elaboración propia.

Figura 120. Crucigrama (Respuestas). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 1. Organización o institución dedicada a actividades de fines económicos.
- 3. Operaciones financieras en las que se realiza un préstamo por una cantidad determinada de dinero.
- 5. Procedimiento que se sigue para conseguir algo.
- 6. Tipo de clasificación de las empresas.
- 8. Recurso destinado para la actividad o desarrollo de la empresa.
- 10. Formado por elementos con características comunes referidas a su clase o naturaleza.

Vertical

- 2. Proporción de deuda de una empresa.
- 4. Conjunto de lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país.
- 7. Representaciones de un concepto económico que puede medirse o tomar diversos valores numéricos.
- 9. Estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos.

Fuente. Elaboración propia.

MÓDULO I

1. Conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento

LECTURA DE ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Título del artículo: “El apoyo a la innovación de la PyME en México. Un estudio exploratorio”

Bibliografía: Góngora Biachi, Gabriel., Madrid Guijarro, Antonia (2010). El apoyo a la innovación de la PyME en México. Un estudio exploratorio. Investigación y Ciencia,



18(47), 21-30[fecha de Consulta 3 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1665-4412.
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413393004>

A. RESUMEN

La innovación permite un mejoramiento en las situaciones de cada uno de los negocios. Es aquí donde el Estado busca apoyar a las empresas a través de sus agencias e instituciones. El Gobierno juega un papel importante en el aspecto de apoyo a las pequeñas y medianas empresas de nuestro país. Ha tenido relaciones entre este sector para promover el desarrollo y la innovación de las empresas, principalmente, las pequeñas y medianas.

La creación de programas gubernamentales para la innovación de este tipo de empresas, permite un desarrollo económico en el sector empresarial, el cual está contemplado en la búsqueda del mejoramiento de las situaciones de los negocios que persiguen un progreso o avance económico-social.

B. CONTEXTUALIZACIÓN

Esta lectura se relaciona con la unidad de competencia V, con el tema conocer la metodología para tener acceso a fondos y programas gubernamentales para financiamiento. En la unidad presente el alumno logrará conocimientos de los siguientes temas tales como: convocatorias y reglas de operación de programas de la Secretaría de Economía, INADEM, programas del Instituto Mexiquense del Emprendedor.

C. EVALUACIÓN

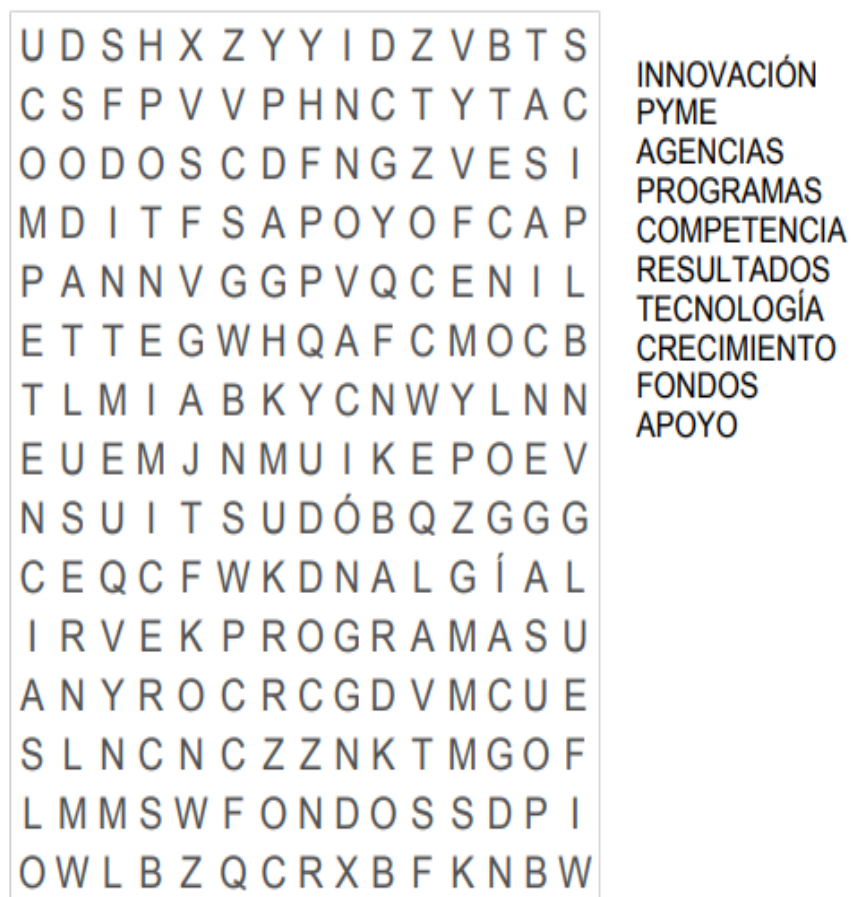
Instrucciones: al haber concluido la lectura y revisión del artículo el alumno deberá contestar las siguientes preguntas, además de resolver la sopa de letras y crucigrama.

1. ¿Qué es innovación?
2. ¿Qué es una agencia?



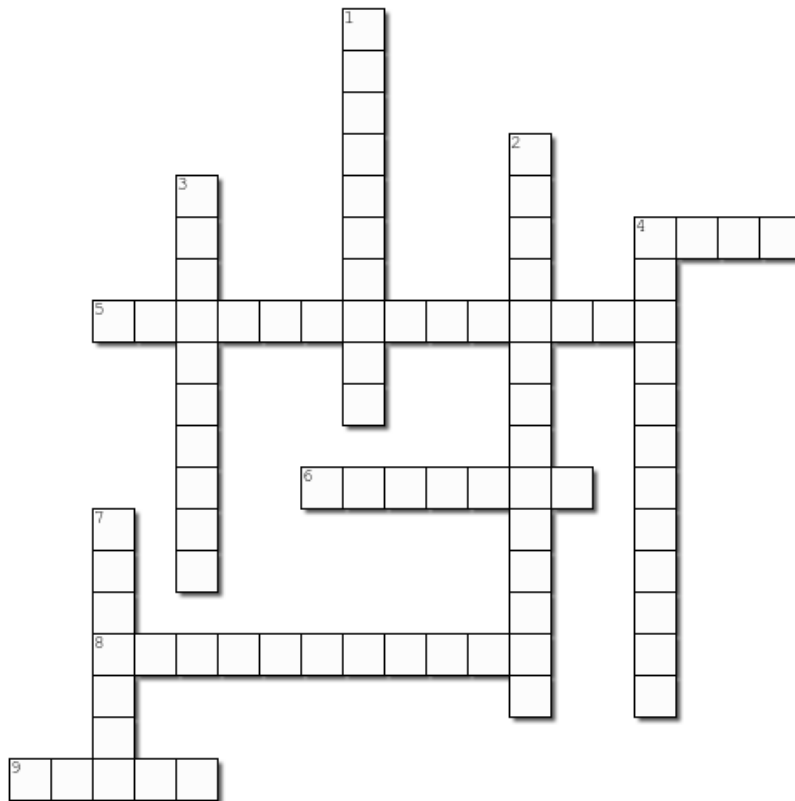
3. ¿A qué se destina principalmente el apoyo de los gobiernos en relación a las pymes?
4. ¿Qué porcentaje constituyen las pymes en México?
5. Desventaja de las pymes de México contra China.
6. ¿Qué es tecnología?
7. ¿Cuál es una problemática importante que mencionan las agencias sobre las pymes?
8. ¿Qué es la competencia?
9. ¿Qué son los apoyos sociales?
10. ¿Qué es la competitividad?

Figura 121. Sopa de letras. El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio



Fuente. Elaboración propia.

Figura 122. Crucigrama. El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 4. Pequeñas y Medianas Empresas.
- 5. Recurso destinado para la actividad o desarrollo de la empresa.
- 6. Organismo público de administración.
- 8. Rivalidad entre empresas que participan en un mercado.
- 9. Dar sustento a algo o alguien.

Vertical

- 1. Modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o renovarlos.
- 2. Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores.
- 3. Conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios.
- 4. Conjunto de problemas pertenecientes a una ciencia o actividad determinadas.
- 7. Relación de la oferta y demanda.

Fuente. Elaboración propia.

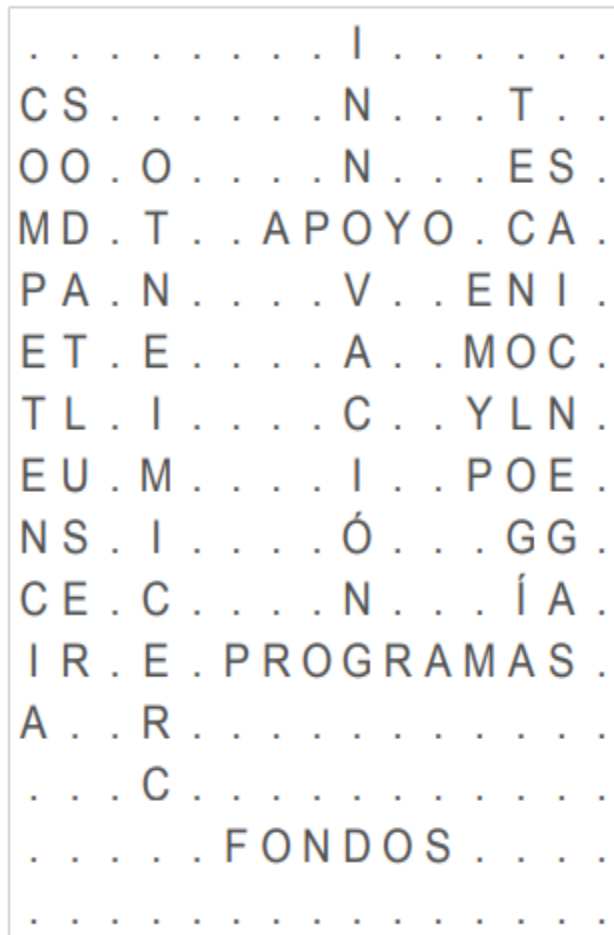
D. RESPUESTAS Y REFLEXIONES DE LOS EJERCICIOS

- 1. Cambio que introduce novedades, y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o renovarlos.
- 2. Tipo de organismo de la Administración Pública.
- 3. Generación de empleos.
- 4. 99.8% del universo empresarial.
- 5. Tecnología.



6. Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector.
7. Debilidad financiera y mora de pagos.
8. Rivalidad de competencia entre empresas que participan en un mercado para aplicar las mejores estrategias.
9. Recursos destinados para el mejoramiento y desarrollo de la sociedad.
10. Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores.

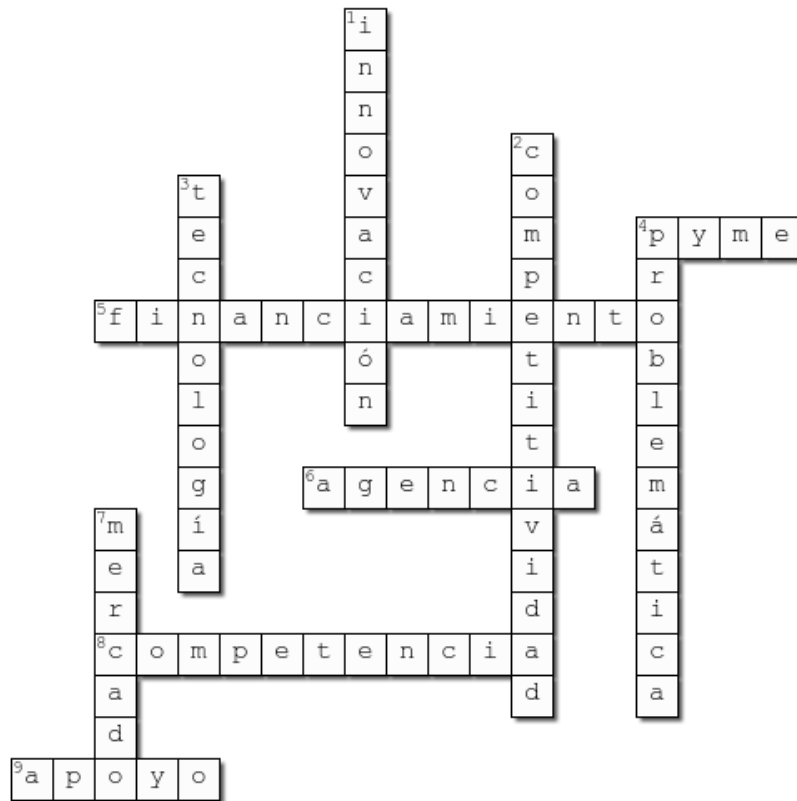
Figura 123.Sopa de letras (Respuestas). El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio



Fuente. Elaboración propia.



Figura 124. Crucigrama (Respuestas). El apoyo a la innovación de la Pyme en México.
Un estudio exploratorio



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

- 4. Pequeñas y Medianas Empresas.
- 5. Recurso destinado para la actividad o desarrollo de la empresa.
- 6. Organismo público de administración.
- 8. Rivalidad entre empresas que participan en un mercado.
- 9. Dar sustento a algo o alguien.

Vertical

- 1. Modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o renovarlos.
- 2. Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores.
- 3. Conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios.
- 4. Conjunto de problemas pertenecientes a una ciencia o actividad determinadas.
- 7. Relación de la oferta y demanda.

Fuente. Elaboración propia.



9. ANEXOS

Unidad de Competencia 1

Liga de Material Audiovisual

1.1.- Marco conceptual de los proyectos de inversión

https://www.youtube.com/watch?v=qLe9u_N6ycg

1.2.- Identificación de los proyectos de inversión

1.3.- El proceso de preparación y evaluación de proyectos de inversión

<https://www.youtube.com/watch?v=gQhx76W-rc0>

1.4.- Herramientas estadísticas de análisis de información

https://www.youtube.com/watch?v=o41pn_vlBcA

1.5.- Herramientas de matemáticas financieras

1.6.- Otras opciones de alternativas de inversión

Unidad de Competencia 2

Liga de Material Audiovisual

2.1.- Metodología para realizar el estudio de mercado

https://www.youtube.com/watch?v=_D2zGCjKXXs

2.2.- Clasificación de los productos

<https://www.youtube.com/watch?v=6BaItXw9IPs>

2.3.- Estructura y tamaño del mercado

<https://www.youtube.com/watch?v=45cbEhf2NSI>

2.4.- Análisis de la oferta y la demanda

<https://www.youtube.com/watch?v=4a4gmtR-8yw>

2.5.- Análisis de precios

https://www.youtube.com/watch?v=Awx7EYV_ciE

2.6.- Análisis de los canales de distribución y promoción

<https://www.youtube.com/watch?v=cGwIGtu1400>

2.7.- Las “p” de la mercadotecnia

<https://www.youtube.com/watch?v=QpUv10XEnCE>

2.8.- Definición de información necesaria

Unidad de Competencia 3

Liga de Material Audiovisual

3.1.- Organización y gestión administrativa

<https://www.youtube.com/watch?v=kDv39ext0uI>

3.2.- Regulaciones legales, ambientales y de funcionamiento

3.3.- Tópicos jurídicos

3.4.- Constitución jurídica

3.5.- Costos y gastos de arranque

3.6.- Otros trámites

3.7.- Costo de inversión en activos fijos y variables

<https://www.youtube.com/watch?v=79HqbG7H12s>

3.8.- Costos y gastos de fabricación

<https://www.youtube.com/watch?v=gu88PxrchLU>



3.9.-Gastos de operación

<https://www.youtube.com/watch?v=hA1q7ljioSo>

Unidad de competencia 4

Liga de Material Audiovisual

4.1.-Estimar las necesidades de financiamiento

<https://www.youtube.com/watch?v=cfkjNQLHsdg>

4.2.-Preparar el Estado de Resultados pro-forma

<https://www.youtube.com/watch?v=vytsGiUfTNM>

4.3.-Construir la proyección de flujos de efectivo futuros

<https://www.youtube.com/watch?v=0nDLBqQeiCE>

4.4.-Calcular el costo de capital

<https://www.youtube.com/watch?v=v7R99lt2uQo&t=5s>

4.5.-Preparar el balance pro-forma

<https://www.youtube.com/watch?v=vytsGiUfTNM>

4.6.-Evaluar la viabilidad del proyecto

<https://www.youtube.com/watch?v=FFtwcrpci3c>

4.7.-Análisis e incorporación del riesgo cuantitativo

https://www.youtube.com/watch?v=4_1Xa50uOjA

4.8.-Análisis de sensibilidad

<https://www.youtube.com/watch?v=kAzfcW-uh28>

4.9.-Selección del proyecto y plan de ejecución



10. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

1. Andia Valencia, Walter (2010). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Industrial Data*, 13(1). [Fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=816/81619989004>
2. Andía Valencia, Walter., Paucara Pinto, Elizabeth (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84 [fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>
3. Bazzani C., Carmen Lucia., Cruz Trejos, Eduardo A. (2008). Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión un Caso de Estudio. *Scientia Et Technica*, XIV (38), 309-314 [fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN: 0122-1701. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84903854>
4. Briozzo, Anahí; Vigier, Hernán; Castillo, Natalia; Pesce, Gabriela; Speronie, M. Carolina (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, vol. 32, núm. 138, pp. 71-81, [fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21244782007>
5. Briozzo, Anahí; Vigier, Hernán; Castillo, Natalia; Pesce, Gabriela; Speronie, M. Carolina (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, vol. 32, núm. 138, pp. 71-81, [fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21244782007>
6. Burneo -Valarezo, Servio., Delgado Víctore, Roberto., Vérez, María Antonia (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, XXXVII (3), 305-312. [Fecha de Consulta 29 de agosto de 2019]. ISSN: 0258-5960. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031009>
7. Chacón P., Galia B. (2016). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico. *Actualidad Contable Faces*, 19(32). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1316-8533. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257/25744733002>



8. Chacón, G. (2007) La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701504>
9. Coca Carasila, Andrés Milton (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. PERSPECTIVAS, (28). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4259/425941257008>
10. Cosío Hurtado, Joaquín Marcelo (2011). Los proyectos y los planes de negocios. PERSPECTIVAS, (27). [Fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4259/425941231003>
11. Cruz Roche, Ignacio., Yagüe Guillén, Ma. Jesús., Oubiña Barbolla, Javier., Lévy Mangin, Jean-Pierre (2004). Satisfacción y poder en los canales de distribución. CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva, 11(2), 134-142. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1405-0269. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10411202>
12. Cruz Roche, Ignacio., Yagüe Guillén, Ma. Jesús., Oubiña Barbolla, Javier., Lévy Mangin, Jean-Pierre (2004). Satisfacción y poder en los canales de distribución. CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva, 11(2), 134-142. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1405-0269. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10411202>
13. Diessler, G. (22 de junio, 2010). Las patentes como fuente de información para la innovación en entornos competitivos. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Recuperado de <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=263019489003>
14. Espinosa Guzmán, Alejandra; Espinosa Guzmán, Claudia; Roberto Rodríguez, Miguel Ángel (2016). Comparativo de los Métodos de Mínimos Cuadrados y Eliminación de Gauss-Jordan para la Resolución de Sistema de Ecuaciones en el tema de Regresión Lineal. Conciencia Tecnológica, núm. 52, Instituto Tecnológico de Aguascalientes, México. [Fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94451204007>
15. Fernández, P. (2011) WACC: Definición, interpretaciones equivocadas y errores". [Fecha de consulta 10 de agosto del 2018] Recuperado de <http://www.iese.edu/ciif/>



16. Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche (2014). Tecnológico Nacional de México. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r61258>
17. López Ávila, César Omar., Aguilera Martínez, Alonso Javier., Collazos Gómez, Constanza E..., Gómez, Elizabeth., Rizo Pizarro, Gloria Liliana (2009). La inversión en activos fijos reales productivos: incentivos y obstáculos tributarios. *Estudios Gerenciales*, 25(110), 157-168. [Fecha de Consulta 3 de octubre de 2019]. ISSN: 0123-5923. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21219323008>
18. Martínez Negrete, Eduardo (2012). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's. Universidad Virtual del Estado de Guanajuato. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/educos/28/Lamezcladelamercadotecnialas4Ps.pdf>
19. Mendizábal Bermúdez, Gabriela (2013). Análisis de la Responsabilidad Empresarial en México de frente a los trabajadores. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*. [Fecha de Consulta 4 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1870-4670. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4296/429640271005>
20. Molina Sánchez, Rubén; López Salazar, Alejandra; Contreras Soto, Ricardo (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, vol. 24, núm. 1, pp. 59-72, Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México. [Fecha de consulta 1 de septiembre de 2019]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41648308006>
21. Molinari, C. 2014. La Clasificación de los productos en el Marketing: una propuesta, *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 6:58-70. [Fecha de consulta 23 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2014/11/RSOC006-06-La-clasificación-de-los-productos-en-el-marketing-MOLINARI.pdf>
22. Nava Rosillón, Marbelis Alejandra (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), [fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29012059009>



23. Obando Uzcátegui, Laura Angelina (2008). Obligaciones legales de las empresas. Su importancia en el campo de la Administración. *Visión Gerencial*, (2). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4655/465545879014>
24. Olavarrieta, Sergio (2008). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (41). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1012-8255. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=716/71611842002>
25. Peñaloza Palomeque, Mariana (2008). Administración del Capital de Trabajo. *Perspectivas*, (21). [Fecha de Consulta 1 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4259/425942157009>
26. Pérez Castañeda, Suly Sendy, Cruz Ramírez, Dorie, Quíroz Salas, Lourdes Gabriela (2011). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mipymes. Disponible en: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5508/analisis_de_sensibilidad.pdf
27. Pérez, David, Martínez de Ubago, Isabel Pérez (2006). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación. *Escuela de Negocios*. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://files.kszegarra.webnode.es/200000021-af558b04f4/Fijación%20de%20Precios.pdf>
28. Priede Bergamini, Tiziana., López-Cózar Navarro, Cristina., Rodríguez López, Ángel (2014). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (80), 4-28. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 0213-8093. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17431338001>
29. Salazar Coronel, Aniel, Aceves López, Jesús Nereida, Valdez Pineda, Dina Ivonne (2011). Importancia de una investigación de mercado. Departamento de Ciencias Administrativas del Instituto Tecnológico de Sonora. [Fecha de consulta 23 de agosto de 2019]. Disponible en: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf



30. Scribano, Adrián., Sena, Angélica de (2009). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa. *Sociología*, 11(22), 100-118. [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1517-4522. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86819548006>
31. Secretaria, Economía, Guías Empresariales (2015). Secretaria de Economía y Centros Regionales de Competitividad Empresarial, 1-16. [Fecha de consulta 30 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitación/guiasEmpresariales/GuiaMarcoLegal.pdf>
32. Terrazas Pastor, Rafael Alfredo (2009). Modelo de Gestión Financiera para una Organización. *Perspectivas*, (23). [Fecha de Consulta 30 de agosto de 2019]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4259/425942159005>
33. Tito Duarte, Ramón Elías Jiménez Arias, Myriam Ruiz Tibaná (2007). Análisis económico de proyectos de inversión. *Scientia Et Technica*, vol. XIII, núm. 35, agosto, 2007, pp. 333-338, Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. [Fecha de Consulta 29 agosto de 2019]. ISSN (Versión impresa): 0122-1701. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84903558>
34. Vélez-Pareja, Ignacio (2015). De vuelta a lo básico: El costo de capital depende de los flujos de caja libre. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XII (21). [Fecha de Consulta 6 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1900-5016. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4096/409643604002>
35. Villalonga, José (1995). El apalancamiento, financiación y rentabilidad. Disponible en: https://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/151_iee/modulo2/documentos/

