



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**COLEGIO DE
BACHILLERES**

Proyectos de Inversión y Finanzas Personales II

6° SEMESTRE

6 CRÉDITOS



Índice

Introducción general-----	2
Corte de aprendizaje 2.-----	3
Conocimientos previos -----	4
Contenidos-----	5
Actividades de aprendizaje-----	16
¿Quieres conocer más?-----	23
Fuentes consultadas -----	24
Corte de aprendizaje 3 -----	25
Conocimientos previos -----	26
Contenidos -----	27
Actividades de aprendizaje-----	35
¿Quieres conocer más?-----	39
Fuentes consultadas -----	40
Autoevaluación -----	41



Introducción

GENERAL

En la materia Proyectos de Inversión y Finanzas Personales del Dominio Profesional Económico-Administrativas tendrás un acercamiento a los principios de la economía y la administración a través de la definición de proyectos que gestionen el impacto en el bienestar de tu comunidad y el logro de unas finanzas personales sanas que deriven en una proyección hacia el ámbito del emprendimiento.

En esta asignatura te reconocerás como potencial inversor al contar con una metodología para realizar estudios de mercado e impulsarlos, a seleccionar un producto como eje de un proyecto de inversión.

Estas herramientas te permitirán tomar decisiones definidas y responsables con respecto a tu seguridad financiera, inserción en el mercado laboral y manejar tus expectativas de formación profesional a corto plazo.

Es importante que desarrolles tus capacidades de análisis, la conceptualización, el manejo de información, el pensamiento crítico, la investigación y tus habilidades para aprender.

Te presentamos ejercicios que ponen en práctica tus habilidades y conocimientos para la indagación, la solución de problemas o análisis de casos. Se desarrollará en el mismo sentido la lectura, la escritura y el uso de TIC que hagan evidente lo que has aprendido en la asignatura.

Las actividades sólo consideran los cortes de aprendizaje 2 y 3, dado que es un material que pretende apoyarte en este periodo de contingencia y puedas recuperar lo aprendido en el corte 1 y ser evaluado en el momento en que se reanuden las actividades cotidianas.

Te proponemos un ejercicio de autoevaluación que te permitirá integrar todo lo aprendido y propiciar un dominio global de las habilidades y conocimientos logrados.



Corte de aprendizaje

CORTE

2

Mercado y empresa

Propósito

Al finalizar el corte serás capaz de reconocer las relaciones económicas que se dan al interior del mercado en tu entorno inmediato, para favorecer la toma de decisiones que coadyuven a tu bienestar personal.

Contenido específico	Aprendizajes esperados
<ul style="list-style-type: none">• Características del Sistema económico• Estructura y optimización de recursos• Principios de la teoría Neoclásica• El uso de metodologías propias de la administración y la economía, para la construcción de planes financieros y de inversión• El mercado y sus principales componentes y tipos• Los determinantes de la oferta y la demanda• La curva de oferta y demanda	<ul style="list-style-type: none">❖ Graficarás las curvas de oferta y demanda determinando el punto de equilibrio❖ Caracterizarás los diversos tipos de empresas, de acuerdo con su clasificación❖ Argumentarás el papel de la empresa en el funcionamiento del sistema económico



Conocimientos

PREVIOS

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte 2 es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- Los elementos del sistema económico
- Funcionamiento del flujo circular de la economía
- Los tres sectores de la economía y sus respectivas actividades
- Procesos por los cuales atraviesa la producción, distribución y venta de los productos que se consumen de manera cotidiana
- La ruta entre sectores económicos desde la elaboración de un producto hasta su consumo final



Contenidos

- **Características del Sistema económico**

Dentro de cada sociedad debe existir un sistema económico que conjunta de forma estructurada las interrelaciones en las que se organiza toda su actividad económica, la producción de bienes y servicios, así como la distribución entre sus miembros. Todos los sistemas económicos se deben apegar a un orden jurídico, donde se especifique el régimen de la propiedad y las condiciones de contratación.

El sistema económico está formado por tres elementos principales:

- 1) Las unidades de producción o agentes económicos: van desde los Estados, las empresas y los individuos.
- 2) Los factores de producción: capital, trabajo y tierra.
- 3) El resultado de la producción: bienes y servicios.

Al relacionarse estos elementos surgen diferentes tipos de combinaciones:

- De producción: establecen la forma de propiedad jurídica y la estructura laboral de la sociedad.
- De distribución: fijan la parte del producto y del excedente correspondiente a cada unidad de producción.
- De consumo: determinan de qué manera se utiliza la parte correspondiente a cada individuo.

Los principios, normas, procedimientos e instituciones son establecidas por el Estado. Una función del sistema económico es indicar los agentes y condiciones para tomar decisiones económicas. El sistema de mercado y el sistema de planificación centralizada, son los dos más importantes que se distinguen en el sistema económico, y tienen las siguientes características:

- Sistema económico de mercado: existe la propiedad privada de los factores productivos, los consumidores y productores tienen libre elección, los recursos se asignan de manera libre y determinada por el mercado en función de la oferta y la demanda.
- Sistema económico de planificación central: los factores y unidades de producción pertenecen al Estado, los productores y consumidores no pueden elegir libremente, el Estado asigna los recursos.

- Economía mixta de mercado: es una mezcla de los dos sistemas anteriores, en algunos casos puede ser más afines a uno que a otro.

- **Estructura y optimización de recursos**

Dentro de la economía existe la estructura, esto es, los diferentes sectores que la componen y su relación. Los tres sectores principales son el primario dedicado a la explotación de los recursos naturales para obtener materias primas, el secundario transforma las materias primas en bienes para consumo y el terciario son las actividades económicas de servicio que demandan los consumidores para su bienestar.

En este sentido es que debe haber la optimización de recursos, es decir, que los medios materiales, humanos y técnicos para el desarrollo de los sectores deben ser utilizados de la mejor manera y reflejar los mejores resultados posibles, aportando lo que les corresponde.

Para ello es importante establecer prioridades y los objetivos para tener una visión de lo que se pretende lograr. Esto también permitirá que se trabaje con fluidez, además de poder identificar los puntos que afecten la productividad y la manera en que se pueden solucionar o utilizar a favor. La productividad se refiere al aprovechamiento más óptimo de los recursos, por ello la empresa no es más productiva por tener más recursos, sino por obtener mejores resultados.

Existen cuatro estrategias básicas que se pueden aplicar para la optimización de recursos:

- Establecer plazos: es necesario que los objetivos tengan un periodo de cumplimiento o logro, esto evitará que existan gastos indefinidos y sin tiempo definido, además de la incertidumbre de si se cubrirán las necesidades del proyecto. Al fijar plazos hay un mayor control de los recursos.
- Indicadores de análisis: éstos favorecerán el control de los recursos, ya que se podrá determinar el avance de las tareas y también el uso de los recursos.
- Definir presupuestos: Con esta herramienta se podrá prever cuánto se gastará, se controlarán los recursos y permitirá indicar cómo se utilizarán para obtener mejores resultados. También se podrá observar si hay déficits o ganancias, en tal caso se podrá ahorrar.
- Calidad de los recursos: deberán estar a la altura del proyecto para óptimo beneficio, de lo contrario se reflejará en gastos extra, esta es la mejor manera de optimizar recursos.

- **Principios de la teoría Neoclásica**

Los conceptos básicos y principios fundamentales de la administración son producto de la teoría clásica, estos engloban la estructura lineal o funcional, la departamentalización o la racionalidad del trabajo. Estos conceptos siguen vigentes y son fundamentales, a pesar de los avances y nuevos términos que se utilizan en la administración a nivel general.

Sin embargo, surge la teoría neoclásica, la cual no se contrapone a los conceptos clásicos, por el contrario favorecen su continuidad y perfeccionamiento. Esta escuela surge en la época de la gran recesión y tiene su auge al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Como resultado de esta etapa la situación económica era compleja y necesitaba de nuevos paradigmas, los cuales se enfocaban en buscar la eficiencia, automatizar los procesos productivos e incrementar los tipos de organizaciones con diferentes fines.

Las principales características de la teoría neoclásica son las siguientes:

- Es pragmática, busca los resultados concretos.
- Revalida los conceptos de la administración clásica para reestructurar y redimensionar a partir de la realidad actual, aportando mayor precisión y coherencia a la administración.
- Enfatiza los principios generales de la administración: planificación, organización, dirección y control de trabajo.
- Se orienta a objetivos y logro de resultados.

La teoría neoclásica se rige por los principios de la organización formal, la división del trabajo y unidad de mando, la especialización (por procesos, zonas o finalidad), desarrollo de jerarquías y la relación y distribución de la responsabilidad y la autoridad. Esta teoría ofrece mejores resultados a empresas pequeñas, ya que posee una estructura simple. Su objetivo es maximizar la productividad y el rendimiento, define las responsabilidades a cada colaborador de la empresa.

- **El uso de metodologías propias de la administración y la economía, para la construcción de planes financieros y de inversión**

Para desarrollar un proyecto es necesario construir planes financieros y de inversión organizado, detallado y personalizado, bajo las metodologías de la administración y la economía, esto garantizará que se logren los objetivos financieros que se establecen desde el principio, también permitirá observar los costos y recursos necesarios para llevarlo a cabo, además de identificar las fuentes de financiación.

La planificación financiera permitirá trazar un mapa de ruta que indicará el camino que seguirá el dinero o los recursos en la gestión, así se fijarán los objetivos claramente. Este

proceso es continuo, se parte de cero haciendo necesaria la planificación a mediano y largo plazo, lo que guiará a lograr el éxito en el proyecto.

Se pueden definir cinco etapas en la planificación financiera:

1. Fijar los objetivos

Se debe tener claridad en el propósito del proyecto, los diferentes objetivos tienen implicaciones distintas, los plazos de cumplimiento, los riesgos, todo esto se debe tomar en cuenta para alcanzar el logro deseado.

2. Considerar los recursos iniciales

Es importante identificar cuáles son los recursos con los que iniciará el proyecto, cuáles queremos ir ganando y cuáles se irán gastando, esto permitirá la optimización de recursos.

3. Establecer la estrategia

En este punto se debe asentar el plan a seguir, fijar los plazos en los que se quieren lograr los objetivos, las etapas en las que se dividirá el proyecto, contemplar los posibles riesgos que puedan surgir, las posibles soluciones. Plantear los diferentes escenarios y poder potencializar los resultados.

4. Llevar a cabo la estrategia

Es momento de iniciar la operación de la estrategia, ya se tiene todo el planteamiento y se decidirán los medios por los que se canalizarán los recursos, es importante hacerlo en diferentes medios.

5. Observar la evolución

En este sentido no se debe perder de vista como evoluciona el proyecto y el plan financiero, ya que permitirá identificar si se presentan altibajos inadvertidos que se deben atender, antes de que se desvíen los objetivos planteados en un inicio. Con seguimiento periódico se podrán realizar los cambios necesarios para atender las contingencias.

Una vez detallado el plan financiero, se deberá hacer un análisis de los objetivos del proyecto para definir el plan de inversión, en este se deben incluir los gastos que se realizarán al inicio y durante el desarrollo del plan. El plan de inversión ofrecerá una visión general desde el inicio y se podrá identificar la viabilidad del proyecto.

- **El mercado y sus principales componentes y tipos**

Dentro de la economía existe el término mercado, este es el contexto donde se llevan a cabo las compras y las ventas. Sus elementos son el producto, el vendedor, el comprador, el precio, la oferta y la demanda. Su actividad esta regida por los bienes que se ofertan y su demanda, esto establece los precios y las cantidades que se ofertan en las transacciones diarias.

Elementos del mercado

- Productos o servicios: son los bienes que se intercambian los agentes económicos, y con ello satisfacer una necesidad.
- Vendedor: a través de un bien o servicio trata de satisfacer la necesidad que detecta en los consumidores.
- Comprador: es el agente que adquiere el bien o servicio para satisfacer una necesidad y lo busca en el mercado.
- Precio: es el costo monetario que se deberá pagar por el producto y servicio. Este puede variar de acuerdo al tipo de mercado, la competencia, la oferta y la demanda.
- Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que ofrecen los productores bajo algunas condiciones de mercado como por ejemplo el tamaño de la producción.
- Demanda: esta funciona a partir del consumidor, es la cantidad de productos o servicios que se quieren adquirir de acuerdo a su costo.

Tipos de mercado

Existe una clasificación de los mercados, de acuerdo con diferentes variables. La relación que tienen los mercados con los consumidores es un aspecto importante para la clasificación, se debe tomar en cuenta la demanda del bien o servicio, además del conjunto de vendedores que ofertan.

1. Mercado de productos de consumo¹

Por una parte, el mercado de productos de consumo representa el mercado donde se comercializan productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que son productos utilizados para cubrir una necesidad, pero luego que se resuelve la necesidad el producto desaparece. Por ejemplo un pedazo de pizza que se usa para resolver la necesidad del hambre, pero al cubrir la necesidad el producto desaparece completamente.

¹ Por Myriam Quiroa. Consultado el 7 de mayo de 2020 en: Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-mercado.html>

2. Mercado de productos de uso

Por el contrario, en el mercado de productos de uso se intercambian productos que son usados para cubrir una necesidad, pero luego de cubrirla el bien no se extingue, sino que permanece. No obstante, esos productos pueden ser de uso duradero como el caso de una computadora o de uso no duradero como el caso un lápiz.

3. Mercado de productos industriales

Este mercado incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima para poder producir otros bienes o servicios. Este puede ser el caso de un producto como el acero que puede ser utilizado para producir aviones o automóviles.

4. Mercado de servicios

Aquí se encuentra la comercialización de productos denominados servicios, en los cuáles el consumidor no puede adquirir propiedad del bien, ya sea porque sólo compra la prestación del servicio; por ejemplo, si usa para comunicarse un teléfono público. También al contratar un servicio de forma intangible como los servicios educativos.



Tipos de mercado en base a los compradores

Según las características de los compradores los mercados se pueden clasificar en:

1. Mercado de distribuidores

Se incluye en este mercado todas las empresas que compran productos no para consumirlos, sino para revenderlos a un precio mayor al que lo compraron y de esa forma obtener utilidades. Por ejemplo cualquier supermercado que compra productos a las empresas industriales para revenderlos a los consumidores finales.

2. Mercado de compradores industriales

Está formado por todas las empresas que compran insumos para llevar a cabo su proceso de producción. Puede ser una empresa que compra cuero para producir zapatos, bolsas, cinturones, entre otros.

3. Mercado de compradores gubernamentales

Engloba todas las instituciones de gobierno que compran bienes y servicios para prestar servicios públicos como la salud, o que serán usados para la inversión pública como el asfalto que se usa en la infraestructura vial.

4. Mercado de consumidores

Representa todos los compradores que buscan adquirir los bienes y servicios que se venden en el mercado para satisfacer una necesidad, por ello se les llama consumidores porque son los que usan y consumen los productos. Por ejemplo una persona que compra una botella de agua pura para satisfacer la sed.



Tipos de mercado en base a la competencia

Basados en el tipo de competencia al que se enfrentan los productores o los oferentes de los productos, los mercados se pueden dividir en:

1. Mercado de competencia perfecta

Se caracteriza porque existe infinito número de competidores por lo que ninguno tiene poder para fijar precios dentro del mercado y prácticamente todos los productos son iguales, por ese motivo la competencia perfecta solo existe en forma teórica pero no práctica.

2. Mercado de competencia imperfecta

Se refiere a distintas situaciones entre una competencia perfecta y otras a una ausencia total de competencia que da lugar al monopolio puro.

3. Mercado de monopolio puro

Es cuando estrictamente una sola empresa ofrece los bienes y servicios que se venden en un mercado, por lo tanto, tiene el control total sobre las condiciones de precio y de calidad de dichos productos.

En general se puede decir que mientras más competencia exista el mercado se encuentra más fragmentado y mientras menos competencia haya el mercado se encuentra más concentrado.

Tipos de mercado con base en el área geográfica que abarca

De acuerdo con la demarcación geográfica que atiende, el mercado puede ser:

1. Mercado local

Es el que atiende un área reducida del mercado como puede ser una provincia o una ciudad, una farmacia que se encuentre localizada en un barrio o en un centro comercial de una ciudad podría servir como ejemplo.

2. Mercado nacional

Se caracteriza porque abarca y cubre todo un país, se extiende por todas las ciudades, departamentos, provincias o municipios que integran un país. Por ejemplo, una cadena de supermercados que atiende a los consumidores de toda una nación.

3. Mercado regional

En consecuencia, cuando se habla de mercado regional, el área que atiende no se limita a ciertos límites políticos; en este caso podemos hablar de un mercado que cubre la región norte o sur de un país. Pero también un grupo de países como la región centroamericana, es decir la región de mercado que se atiende puede ser reducida o amplia.

4. Mercado internacional

Está formado por un conjunto de compradores que pueden ser de distintos países, estos generalmente son mercados atendidos por empresas multinacionales o transnacionales.

5. Mercado global

Se refiere a un mercado que se extiende a todos los países del mundo, por lo tanto, los bienes y servicios se producen o se comercializan en cualquier país del mundo. Se puede decir que el mercado global es el más amplio y el más extenso que existe.

Finalmente podemos concluir diciendo que las formas de clasificar los tipos de mercado son muy diversas, pero lo que no podemos olvidar es que las variables más utilizadas tienen que ver con los elementos que componen un mercado; como puede ser el tipo de comprador, el tipo de productor o competidor, el tipo de producto que se intercambia y finalmente área geográfica que atiende.

- **Los determinantes de la oferta y la demanda²**

Diariamente se perciben los cambios en los precios de los bienes y servicios que son necesarios para el subsistir del ser humano. Por ejemplo, hace unos meses atrás el precio de la gasolina era distinto al que se debe de pagar hoy en día. La economía se basa en las decisiones que los agentes económicos (productores y consumidores) realicen con tal de enfrentar la escasez de los recursos. Estas decisiones se basan en los costos y beneficios, los cuales concurren en el mercado. El mercado está compuesto por consumidores y productores que intercambian bienes, y es en esta concurrencia donde va a establecerse los precios de productos y servicios y las cantidades producidas. El conocer adecuadamente el comportamiento de los mercados es fundamental, ya que son los que determinan la asignación de recursos en las economías.

Oferta

El objetivo de todo productor es de maximizar sus ganancias, de esta premisa se desprende una serie de conclusiones expuestas a continuación. La oferta muestra las distintas cantidades de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a los distintos precios alternativos.

Determinantes de la oferta

1. El precio del bien: al aumentar el precio del bien va a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.
2. Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien: al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés, etc.
3. La tecnología de producción: al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.
4. Precios futuros esperados: Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.
5. Número de oferentes: Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará y viceversa.

Demanda

Muestra las distintas cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, por unidad de tiempo, a los diferentes precios alternativos posibles, ceteris paribus (el resto de las variables permanecen constantes).

² Por: Lic. Gabriel Leandro, MBA. Consultado el 24 de abril de 2020 en: Aula de Economía <https://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>

Determinantes de la demanda

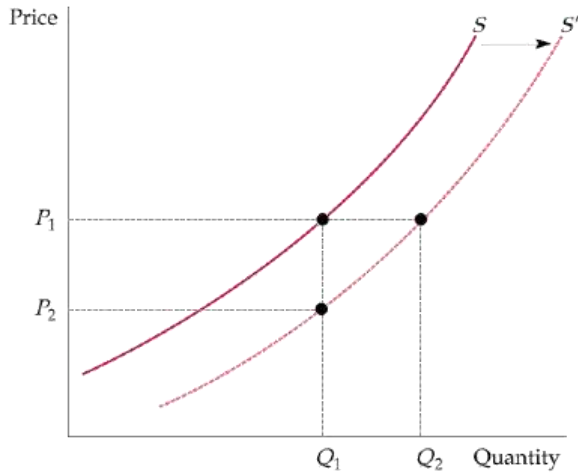
1. Precio del bien: Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa.
2. Precio de bienes sustitutos: Si el precio de un bien Y, un bien sustituto del bien X, aumenta, entonces la demanda del bien X va a aumentar, y si el precio del bien Y (bien sustituto de X) disminuye, la demanda de X va a disminuir. Por ejemplo, si aumenta el precio de los discos compactos, podrá aumentar la demanda de música en streaming.
3. Precio de bienes complementarios: Si el precio de un bien Y, un bien complementario al bien X, aumenta, entonces la demanda de X va a disminuir y viceversa. Por ejemplo, si aumenta el precio de la gasolina, podría disminuir la demanda de autos que usan gasolina, pues la gente preferirá vehículos que usen combustibles más baratos.
4. Ingreso de los consumidores: En los bienes normales, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar y viceversa. Por el contrario, en los bienes inferiores, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir.
5. Gustos y preferencias: al aumentar las preferencias por un bien (ya sea por moda, temporada, etc.) la demanda del mismo va a aumentar.
6. Población: Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.
7. Precios futuros esperados: Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar. Por otra parte, si se espera que el precio disminuya en el futuro la demanda va a disminuir ahora, pues la gente pospondrá su decisión de compra hasta que el precio baje.

- **La curva de oferta y demanda³**

Curva de la oferta

Muestra la relación entre la cantidad de un bien que los productores están dispuestos a vender y el precio del bien. La curva de oferta tiene pendiente positiva; manteniendo todo el resto constante (*ceteris paribus*), los productores están dispuestos a producir y a vender más de un bien cuando su precio aumenta. Si los costos de producción caen, las firmas pueden producir la misma cantidad a un precio menor o una mayor cantidad al mismo precio. Por eso la curva se desplaza a la derecha (de S a S')

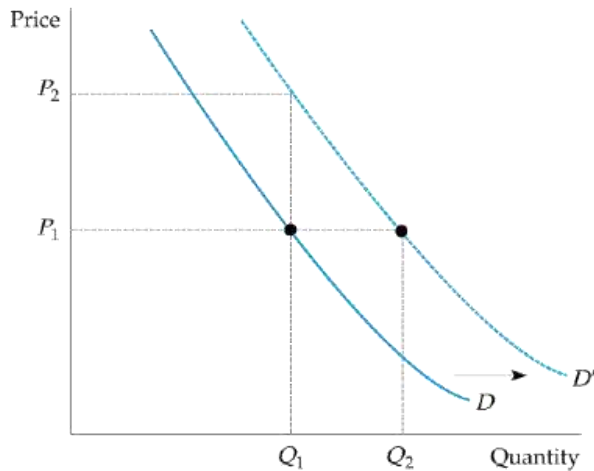
³ Elías, Julio. Análisis de oferta y demanda, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (CEMA) Consultado el 2 de junio de 2020 en <https://ucema.edu.ar/u/je49/microeconomia/ofertaydemanda.pdf>



Curva de la demanda

Muestra la relación entre la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a comprar y el precio del bien. La curva de demanda tiene pendiente negativa (ley de la demanda); manteniendo todo el resto constante (*ceteris paribus*), los consumidores desean comprar más de un bien cuando su precio disminuye.

La cantidad demandada de un bien también puede depender de otras variables, como el ingreso, el tiempo, los gustos de los consumidores y el precio de otros bienes. Para la mayoría de los bienes, la demanda aumenta cuando aumenta el ingreso de los consumidores. Un mayor ingreso desplaza la curva de demanda a la derecha (de D a D').





Actividades

DE APRENDIZAJE

A continuación, se presentan actividades que deberás desarrollar para lograr los aprendizajes esperados. Para evaluarte estas producciones considera que además se tomará en cuenta la redacción y la ortografía.

Actividad 1. Tipos de mercado.

1.1 Redacta en el siguiente recuadro una descripción que responda a la pregunta ¿qué es el mercado?

1.2 Elabora un cuadro sinóptico de la clasificación de los diferentes tipos de mercado.

1.3 Elabora un organizador gráfico con los diferentes tipos de mercado y ejemplifica con imágenes cada uno.

Actividad 2. Tipos de empresa.

2.1 En el siguiente recuadro describe los diferentes tipos de empresas a partir de su finalidad económica y social, y actividad.



2.2 Proporciona tres ejemplos de los tipos de empresa que existen en tu comunidad y describe cómo operan a partir de su finalidad.

EMPRESA	FINALIDAD

Actividad 3. Elementos del estudio de mercado.

Para la realización de un proyecto de inversión, es necesario tomar en cuenta aspectos fundamentales sobre los cuales operará.

3.1 Analiza el tipo de proyecto de inversión que puedes desarrollar en tu comunidad. Redáctalo con los siguientes aspectos.

- a. Explica los elementos del estudio de mercado (análisis de la oferta y la demanda)

b. Identifica tus áreas de oportunidad:

¿Qué vender?

¿A quién vender?

¿Cuánto vender?

¿Dónde vender?

¿Cómo vender?

¿Cuándo vender?

¿A qué precio vender?

c. Describe el tipo de mercado en el que incursionarás como inversor considerando los recursos disponibles.

d. Describe el tipo de empresa en el que quieres invertir.

- e. Describe el producto en el que deseas centrar tu proyecto de inversión a partir de la oferta-demanda en tu localidad.

3.2 Ejemplifica el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda del producto previamente seleccionado para el proyecto de inversión.



¿QUIERES

CONOCER MÁS?

1. Flujo circular de la economía.
<https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/flujo-circular-de-la-economia>
2. Sectores productivos.
http://e-educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1136/html/5_sectores_productivos.html
3. Producción, distribución y consumo de bienes y servicios.
<https://www.socialhizo.com/economia/produccion-distribucion-y-consumo>
4. Economía neoclásica.
https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_neocl%C3%A1sica



Fuentes

CONSULTADAS

1. Flujo circular de la Economía

Angie Salazar. Consultado el 8 de mayo de 2020 en: ABC Finanzas.com
<https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/flujo-circular-de-la-economia>

2. Oferta y demanda

Lic. Gabriel Leandro, MBA. Consultado el 24 de abril de 2020 en: Aula de Economía
<https://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>

3. Tipos de mercado

Myriam Quiroa. Consultado el 7 de mayo de 2020 en: Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-mercado.html>



Corte de aprendizaje

CORTE 3

Mercado y empresa

Propósito

Al finalizar el corte serás capaz de plantear un proyecto de inversión que considere tus necesidades y las de tu comunidad, maximizando el uso de los recursos económicos, naturales y humanos que den como resultado un proyecto sustentable y sostenible.

Contenido específico	Aprendizajes esperados
<ul style="list-style-type: none">• Teoría del consumidor• La empresa y sus tipos• El proyecto de inversión y sus componentes• El VPN como método para evaluar un proyecto de inversión	<ul style="list-style-type: none">❖ Aplica la metodología para la elaboración de un proyecto de inversión:<ul style="list-style-type: none">○ Estudio de mercado○ Estudio técnico○ Estudio económico○ Estudio financiero○ Estudio de impacto ambiental❖ Calcula el VPN para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión



Conocimientos

PREVIOS

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte 3 es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- Objetos de estudio y lenguaje de las ciencias sociales y las características socioculturales y económicas de la sociedad mexicana en el último siglo.
- Habilidades transversales necesarias para el planteamiento de proyectos y realización de cálculos aritméticos.
- Conceptos necesarios para la elaboración de un proyecto de inversión, desde la identificación de una necesidad de la comunidad para organizar los procedimientos, etapas, operaciones, investigación de mercados, estudios técnicos y elaboración de presupuestos.



Contenidos

- **Teoría del consumidor**

Dentro de la microeconomía se ubica la teoría del consumidor, esta perspectiva identifica el comportamiento de los consumidores y las decisiones que toman para satisfacer sus necesidades y preferencias.

Como agente económico, el consumidor disfruta y demanda bienes y servicios para satisfacer sus necesidades, y como ya lo hemos visto existen factores que norman la demanda de dichos bienes y servicios. Esto orilla a que los consumidores tomen decisiones donde también influyen el precio y la restricción presupuestaria de cada individuo.

Esta teoría permite conocer cómo los consumidores prefieren distribuir su ingreso para la adquisición de este conjunto de bienes y servicios con el objetivo de lograr la mayor satisfacción. Para ello se debe analizar la interacción de las preferencias de los consumidores, las combinaciones preferentes de bienes que también le satisfacen y la totalidad de bienes que se puede agotar con el ingreso.

Las preferencias del individuo contemplan diferentes elementos. Los bienes que el consumidor puede adquirir son comparables entre sí. Las preferencias son transitivas, es decir, si en algún momento el consumidor prefiere A en lugar de B, y a su vez prefiere B en lugar de C, al final sigue prefiriendo A y los bienes son comparables consigo mismos.

Como se mencionó existe un factor que influye en la toma de decisión del consumidor, la restricción presupuestaria, a partir de su ingreso podrá elegir todos los bienes posibles que puede adquirir y que su presupuesto lo permita, ya que de acuerdo con esta teoría no se puede gastar más de lo que se consume, por lo que no se contemplan endeudamientos. Otro factor determinante es la curva de indiferencia, esta son las combinaciones que los bienes del mismo tipo y que generan el mismo grado de utilidad.

- **La empresa y sus tipos**

Una empresa es la unidad económico-social donde el capital, el trabajo y la dirección se articulan para desarrollar una producción socialmente útil, en función de las exigencias del bien común y que satisfagan las necesidades del mercado. Sus principales elementos son el capital, la fuerza de trabajo o recursos humanos y los recursos materiales.

Los avances tecnológicos y económicos han originado la existencia de una gran diversidad de empresas, por lo tanto en nuestro país se ha creado una clasificación de ellas que responda a las exigencias del mundo empresarial y de acuerdo a la actividad económica a la que pertenecen.

De acuerdo a su actividad o giro⁴

1.- Empresas Industriales. Son aquellas empresas cuya actividad primordial es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas y las cuales a su vez se clasifican en:

- a) Empresas extractivas. Se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables, entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre.
- b) Empresas manufactureras. Su actividad principal es transformar las materias primas en productos terminados y pueden ser de dos formas; las primeras son empresas que producen bienes de consumo final y las segundas son empresas que producen bienes de producción y que luego se transforma en un producto final.

2.- Empresas Comerciales. Son aquellas que son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra-venta de productos terminados y las cuales a su vez se dividen en:

- a) Empresas mayoristas. Estas efectúan ventas en gran escala a otras empresas llamadas minoristas, quienes a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.
- b) Empresas minoristas o detallistas. Son las que venden productos al menudeo, o en pequeñas cantidades al consumidor.
- c) Empresas comisionistas. Son aquellas que se dedican a vender mercancía que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3.- Empresas de servicio. Son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

De acuerdo al origen de su capital

1.- Empresas publicas. En este tipo de empresas el capital pertenece al estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.

2.- Empresas privadas. En este tipo de empresas el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

⁴ HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, Sergio. *Fundamentos de Administración* Ed. Mc Graw Hill 2000. Consultado el 2 de junio de 2020 en <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n5/m14.html>

De acuerdo a la magnitud de la empresa se utilizan diversos criterios para su clasificación (Grande, Mediana o pequeña)

1.- Criterio financiero. El tamaño de la empresa se determina con base en el monto de su capital.

2.- Criterio del personal ocupado. Una empresa pequeña es aquella en la que elaboran menos de 250 empleados; una mediana es aquella que tiene entre 250 y 1000 trabajadores y una grande es aquella que se compone de más de 1000 empleados.

3.- Criterio de producción. Se clasifican por el grado de maquinización y/o sistematización que existe en el proceso de producción

4.- Criterio de ventas. Se determina el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el momento de sus ventas.

5.- Criterio de Nacional Financiera. Para esta institución una, una empresa grande es la más importante dentro del grupo correspondiente a su mismo giro, la empresa chica es la de menor importancia dentro de su ramo y la mediana es aquella en la que existe una interpolación entre la grande y la pequeña.

Los criterios anteriormente mencionados no son los únicos para determinar el tamaño de la empresa, pero si son las más usuales que se utilizan en campo empresarial, se pueden utilizar otros parámetros para su clasificación como son por ejemplo el criterio económico, el criterio de constitución legal entre otros.

- **El proyecto de inversión y sus componentes⁵**

Para que cualquier empresa se mantenga en el mercado de manera eficiente frente a sus competidores y medio ambiente en general, es necesario que continuamente innove sus productos y servicios. Una manera de lograrlo es a través de proyectos de inversión, los cuales le ayudarán a que el producto cumpla con las expectativas que exigen los consumidores, que sus costos de fabricación sean competitivos frente a otras empresas, adquiriendo los equipos y maquinaria precisos cuando sea conveniente, eliminando productos que ya no se requieren en el mercado, ampliando sus líneas de productos, etc.

Estas decisiones de largo plazo se facilitan en la medida que se dispone de estudios que ayudan al análisis y toma de decisiones, el proceso de estudio y formulación de proyectos de inversión es un método adecuado en esta toma de decisiones.

Existen diversas definiciones de proyectos de inversión, sin embargo se puede considerar que éstos conllevan la asignación de recursos que se encaminan a producir bienes y/o servicios para satisfacer una necesidad humana previamente identificada. La asignación de recursos se traduce en la adquisición de diversos activos, tangibles e intangibles, necesarios para la producción del bien y/o servicio.

⁵ Apuntes de Finanzas VII. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM. Consultado el 2 de junio de 2020 en <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/contaduria/8/1857.pdf>

Un proyecto de inversión se asocia comúnmente con las inversiones que las empresas hacen sobre:

1. Un producto nuevo en el mercado
2. Modificaciones a los productos actuales
3. Reemplazo, compra o venta de activos de largo plazo (maquinaria, edificios, equipos, etc.)
4. Incursión en nuevos mercados

Por lo anterior, normalmente se deben desarrollar varios estudios, entre los cuales se encuentran: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.

De mercado	Identifica cómo deben ser los productos y servicios que demandan los consumidores en los mercados; los lugares de venta, precios, características, conocimiento de la competencia, gustos y preferencias de los consumidores, poder de compra y hábitos de consumo de los demandantes; estos factores ayudan y guían las decisiones en los proyectos de inversión en lo referente al mercado.
Estudio técnico	Se estudia y diseña las plantas productivas en el caso de fábricas, y la localización de los locales de venta. Se determina aspectos como: localización, tamaño, distribución, maquinaria y equipo.
Estudio administrativo	Se diseña la estructura administrativa de la empresa incluyendo, que ayude a señalar el funcionamiento de la empresa, así como las responsabilidades, obligaciones y derechos de cada uno de los elementos humanos.
Estudio financiero	Se cuantifican las necesidades de financiamiento y de activos necesarios para que el proyecto de inversión funcione, y se hace la evaluación con indicadores financieros.

Los proyectos de inversión pueden clasificarse en cuatro rubros:

1. De acuerdo con su función: de renovación, de reemplazo, de modernización o de innovaciones, y de inversiones estratégicas. Por ejemplo cuando las empresas renuevan su maquinaria de fabricación, para que su funcionamiento como empresas sea mejor cada vez.
2. Según el inversionista: inversión pública e inversión privada. Es decir, según el origen de los recursos que usa el proyecto de inversión, por ejemplo, si el gobierno destina recursos para un hospital, el proyecto de inversión es público.
3. Según el tipo de inversión: inversiones reales y financieras. Cuando el objetivo del proyecto de inversión conlleva la adquisición de activos para la fabricación de algún producto, es un proyecto de inversión real, pero si es el caso que los recursos se canalizan a comprar activos financieros como las acciones se considera un proyecto de inversión financiero.
4. Según el sector de la economía: sector primario, sector secundario o terciario. Por ejemplo, si se trata de una inversión para producir asientos para auto, pertenece al sector secundario que es una fábrica y por tanto pertenece al sector secundario de la economía.

Las etapas de un proyecto de inversión muestran el momento desde que se genera la idea que concibe un proyecto de inversión hasta que madura, para lo cual se usan diferentes fuentes de información en el análisis y evaluación de su viabilidad.

En su inicio los proyectos de inversión usan información de fuentes secundarias, y a medida que se confirma que el proyecto tiene posibilidades de ser exitoso, se hace un estudio usando fuentes de información que ayude a tomar decisiones para iniciarlo. El conocer las etapas de los proyectos de inversión facilita a los administradores de los proyectos abandonar o continuar según las posibilidades de éxito en el proyecto de inversión.

La primera corresponde a la **identificación de la idea**. Se trata de reconocer, basándose en la información existente e inmediatamente disponible, si hay o no alguna razón bien fundada para rechazar totalmente la idea del proyecto. Si no la hubiese, se proseguirá con el análisis y se especificarán los estudios de la etapa siguiente. Para ello, en esta primera etapa se tratará de definir y delimitar la idea de proyecto, identificando sus posibles soluciones y alternativas, técnicas y económicas.⁶

La segunda etapa constituye el **anteproyecto preliminar** o estudio previo de factibilidad. Ésta pretende verificar que por lo menos una de las alternativas de solución sea rentable, además de ser técnica y económicamente viable; además exige datos más precisos sobre las distintas alternativas planteadas, para caracterizar su rentabilidad y su viabilidad.

Al probarse que existe por los menos una solución técnicamente viable y económicamente rentable, puede justificarse la decisión de profundizar los estudios, lo cual supone incurrir en mayores gastos, recuperables con la efectiva realización del proyecto. Esta profundización corresponde a la tercera etapa — **anteproyecto definitivo**— en la cual se precisan los elementos y formas de la inversión”. La tercera etapa también es conocida como **estudio de factibilidad**.

Los proyectos de inversión evolucionan desde la gestación o el surgimiento de la idea inicial hasta el momento que se cristalizan o aterrizan en la realidad, realizan las inversiones y operan el proyecto en forma real con la finalidad de evaluar los resultados para compararlos con los proyectados que se construyeron en la etapa de formulación de los proyectos de inversión.

Etapas por las que atraviesa un proyecto de inversión:

- a) Identificación de la idea o diagnóstico
- b) Estudio de Preinversión, que consta de tres etapas:
 - i) Perfil
 - ii) Estudio de prefactibilidad o anteproyecto
 - iii) Estudio de factibilidad o proyecto

⁶ INSTITUTO latinoamericano de planificación económica y social, *Guía para la presentación de proyectos*, p. 41.

- c) Decisión de Inversión
- d) Administración de la inversión
- e) Operación de la inversión y evaluación de resultados

Los contenidos en cada una de las etapas del proyecto de inversión comprendido, desde el nivel de gran idea hasta el estudio de factibilidad o proyecto, están determinados por el grado de profundidad y especificación de la información que se dispone para realizar los estudios correspondientes.⁷

- **El VPN como método para evaluar un proyecto de inversión**

Cuando una empresa o negocio realiza una inversión incurre en un desembolso de efectivo con el propósito de generar en el futuro beneficios económicos que ofrezcan un rendimiento atractivo para quienes invierten. Evaluar un proyecto de inversión consiste en determinar, mediante un análisis de costo-beneficio, si genera o no el rendimiento deseado para entonces tomar la decisión de realizarlo o rechazarlo.⁸

El Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.⁹

El VPN toma en cuenta en forma explícita el valor temporal del dinero, se considera una técnica del presupuesto de capital compleja. Se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo descontadas a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa (esta tasa se denomina con frecuencia, tasa de descuento, rendimiento requerido, costo de capital o costo de oportunidad).

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - CF_0$$

CF= flujo de efectivo

K= costo de capital

VPN= valor presente de las entradas de efectivo – inversión inicial

Criterios de decisión

Si el VPN es mayor que 0 dólares, aceptar el proyecto.

⁷ José Morales Castro y Arturo Morales Castro, *Proyectos de inversión. Línea académica*, México, p. 35

⁸ Presentación: Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos de Inversión, UAEH, Escuela Superior Huejutla. Consultado el 3 de junio de 2020 en https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/metodos_y_tecnicas_de_evaluacion_de_proyectos_de_inversion.pdf

⁹ Consultado el 24 de abril de 2020 en: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>

Si el VNP es menor que 0 dólares, rechazar el proyecto.

VAN = 0 No aumentará ni disminuirá el capital de la empresa, por lo tanto el proyecto es indiferente.

La fórmula del Valor Presente Neto o VAN depende, por tanto, de las siguientes variables:

- Inversión inicial previa (I₀): es el monto o valor del desembolso que la empresa hará en el momento inicial de efectuar la inversión.
- Flujos netos de efectivo (F_t): representan la diferencia entre los ingresos y gastos que podrán obtenerse por la ejecución de un proyecto de inversión durante su vida útil.
- Tasa de descuento (k): también conocida como costo o tasa de oportunidad. es la tasa de retorno requerida sobre una inversión. Refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente.
- Inversiones durante la operación.
- Número de periodos que dure el proyecto (n).

El Valor Presente Neto sirve para generar dos tipos de decisiones: ver si las inversiones son efectuables y ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos. Los criterios de decisión se basan en lo siguiente:

- **VAN > 0** : la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0** : el proyecto de inversión no generará beneficios ni pérdidas, por lo que su realización resultará indiferente.
- **VAN < 0** : el proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

En resumen, un proyecto de inversión de capital debería aceptarse si tiene un valor presente neto positivo, cuando los flujos de efectivo esperados se descuentan al costo de oportunidad. Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos se utilizará el coste de oportunidad. Cuando el VAN toma un valor igual a 0, K pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

Ejemplo de cálculo del Valor Presente Neto

Vamos a suponer que nos ofrecen una inversión en la que tenemos que invertir 1 millón de pesos y nos prometen que tras esa inversión vamos a recibir 150.000 pesos el primer año; 250.000 pesos el segundo año; 400.000, el tercero; y 500.000, el cuarto año. Suponiendo que la tasa de descuento es del 3% anual, ¿cuál será el **valor presente neto** o **VAN** de la inversión?

$$VAN = -1.000.000 + \frac{150.000}{(1+0,03)} + \frac{250.000}{(1+0,03)^2} + \frac{400.000}{(1+0,03)^3} + \frac{500.000}{(1+0,03)^4} = 191.580,23$$

Vemos que el **valor presente neto** de la inversión en este momento es de 191.580 pesos. Al ser un **VAN** positivo, es conveniente realizar la inversión.

Como puedes observar, el **Valor Presente Neto** (VPN) es un criterio sencillo y efectivo de elección de inversiones. Mediante una sencilla fórmula puedes conocer si te interesa o no realizar una inversión.

El valor presente neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

Una empresa suele comparar diferentes alternativas para comprobar si un proyecto le conviene o no. Normalmente la alternativa con el **VAN** más alto suele ser la mejor para la entidad, pero no siempre tiene que ser así. Hay ocasiones en las que una empresa elige un proyecto con un VAN más bajo debido a diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento interesen a dicha entidad.



Actividades

DE APRENDIZAJE

A continuación, se presentan actividades que deberás desarrollar para lograr los aprendizajes esperados. Para evaluarte estas producciones considera que además se tomará en cuenta la redacción y la ortografía.

Actividad 1. Proyecto de inversión.

1.1 En el siguiente recuadro explica qué es un proyecto de inversión y argumenta su importancia para la seguridad financiera.

1.2 En el siguiente espacio, desarrolla un cuadro sinóptico donde clasifiques los diversos tipos de proyectos de inversión.

1.3 Explica brevemente en qué consisten los diferentes estudios que conforman un proyecto de inversión.

Estudio de mercado	
Estudio técnico	
Estudio económico	
Estudio financiero	
Estudio de impacto ambiental	

Actividad 2. Elaboración de un proyecto de inversión.

2.1 Desarrolla los siguientes aspectos para la elaboración de un proyecto de inversión:

- a. Describe tu proyecto de inversión dando respuesta a las siguientes preguntas respecto de los tipos de estudio que se requieren:

<p>Mercado ¿Qué vender? ¿A quién? ¿Cuánto? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿A qué precio vender?</p>	
<p>Técnico ¿Cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Dónde producir? ¿Cuál debe ser la combinación de los factores productivos? ¿Qué equipos e instalaciones fijas se requieren para producir? ¿Cuánto y cuándo producir? ¿A qué costos producir?</p>	
<p>Económico ¿Cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de un proyecto de inversión? ¿Cuál será el costo total de la operación de la planta [que abarque las funciones de producción, administración y ventas?</p>	
<p>Financiero Análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo; fuentes de financiamiento del proyecto</p>	
<p>Impacto ambiental Análisis del impacto ambiental que pueden generar las acciones del proceso productivo; medidas que contribuyan al cuidado del medio ambiente</p>	



¿QUIERES

CONOCER MÁS?

- Nacional Financiera. (2013). Cómo iniciar un negocio. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MfTLYA4v7kY>
- Leonard, Anni. (Septiembre 2009). La historia de las cosas. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ykfp1WvVqAY>
- Vive responsable (febrero de 2012). Consumo responsable. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=YIBdTipBWC8>
- Servicio Nacional del Consumidor Chile. ¿Qué es y cómo funciona el mercado? Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=HOYzc2s8FUY>



Fuentes

CONSULTADAS

- Lic. Gabriel Leandro, MBA. Oferta y demanda. Consultado el 24 de abril de 2020 en: Aula de Economía <https://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>
- Graterol R., Ma. L. (2000). Proyectos de inversión. México. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- León, C. (2011). Tipos de proyectos de inversión. En: Evaluación de inversiones. Un enfoque privado y social. Perú: USAT-Escuela de Economía. Recuperado de: http://www.eumed.net/librosgratis/2007a/232/tipo_proyecto.html



Autoevaluación

Como parte del proceso de aprendizaje, a continuación, se presenta un ejercicio que te permitirá identificar tus avances y aquellos aspectos que pueden requerir un repaso.

Señala con una X la respuesta que consideres es la correcta.

1. Refiere a que las familias venden el uso de los factores de producción a las empresas y éstas últimas los utilizan para producir bienes.

- A. Flujo monetario
- B. Flujo de bienes y servicios
- C. Flujo circular de la economía
- D. Flujo del capital

2. Tipo de mercado que se constituye por los elementos de producción como el trabajo, el capital, la tierra, la mano de obra.

- A. Factores de producción
- B. Bienes y servicios
- C. Capital cultural
- D. Relación entre producto y consumidor

3. Representación gráfica que muestra las cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a pagar y puede hacerlo para comprar a diferentes niveles de precios.

- A. Demanda
- B. Oferta
- C. Curva de la demanda
- D. Ley de la demanda

4. Muestra las diferentes cantidades de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a los diferentes precios alternativos.

- A. Demanda
- B. Oferta
- C. Curva de la oferta
- D. Ley de la demanda

5. Es un tipo de mercado con base en el producto.

- A. Distribuidores
- B. Monopolio puro
- C. Local
- D. Servicios

6. Es el mercado de compradores industriales.
- A. Empresas que compran productos para revenderlo a un precio mayor y así obtener utilidades
 - B. Empresas que compran recursos productivos para llevar a cabo su proceso de producción
 - C. Empresa única que ofrece los bienes y servicios que se venden en un mercado y tiene el control total de precios y calidad
 - D. Empresa que atiende un área reducida del mercado, ya sea en una provincia o una ciudad
7. Dónde obtener los materiales o materia prima y considerar el tipo de máquinas y procesos a usar, son elementos de un estudio de tipo:
- A. Financiero
 - B. Organización
 - C. Técnico
 - D. Mercado
8. Este tipo de estudio responde a la pregunta, si la idea es rentable.
- A. Financiero
 - B. Organización
 - C. Técnico
 - D. Mercado
9. Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo.
- A. Proyecto de inversión privado
 - B. Proyecto financiero
 - C. Proyecto empresarial
 - D. Proyecto de inversión pública o social
10. Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con la misma.
- A. Impuesto al Valor Agregado (IVA)
 - B. Impuesto Sobre la Renta (ISR)
 - C. Tasa Interna de Retorno (TIR)
 - D. Valor Presente Neto (VPN)