PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Contabilización de Operaciones Comerciales y Financieras.
- Código del Programa de Formación: 133100 Versión 1
- Nombre del Proyecto: Creacion de una empresa didáctica para aplicar criterios de reconocimiento y medición de los hechos económicos.
- Fase del Proyecto: Ejecución.
- Actividad de Proyecto: Caracterizar Reconocer hechos económicos de acuerdo con normativa y políticas contables.
- Competencia:

    - Reconocer recursos financieros de acuerdo con metodologia y normativa.
    - Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa.
    - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
    - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
    - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales
    - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
    - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información.
    - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo
    - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
    - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de Programas de actividad física en los contextos productivos y Sociales.
    - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.

- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

    - Reconocer pasivos, según criterios de medición, procedimiento técnico y normativa.
    - Reconocer ingresos y gastos, según criterios de medición, procedimiento técnico y normativa
    - Aplicar herramientas ofimáticas en el registro de la información contable, según políticas de la organización
    - Identificar políticas organizacionales y normativa en la atención al cliente, de acuerdo con necesidades del usuario.
    - Aplicar técnicas y políticas de servicios al cliente según necesidades de los usuarios y normativa
    - Verificar el cumplimiento de atención al usuario de acuerdo con la política institucional.
    - Presentar informe de atención a usuarios aplicando indicadores y métricas, de acuerdo con políticas y normativa.
    - Practicar los derechos fundamentales del trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.

- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.
- Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamentos establecidos en el contexto organizacional.
- Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral.
- Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente.
- Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidad humana y las estrategias para la transformación de conflictos.
- Practicar los derechos fundamentales del trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los convenios internacionales
- Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social
- Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social
- Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de si mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida
- Identificar situaciones problemáticas asociadas a sus necesidades de contexto aplicando procedimientos matemáticos
- Plantear problemas aritméticos, geométricos y métricos de acuerdo con los contextos productivo y social.
- Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social
- Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición
- Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz.

Duración de la Guía**:** **180 horas**

2. PRESENTACIÓN

FASE DE EJECUCION

Apreciado Aprendiz quiero darte la más cordial bienvenida a esta fase de ejecución.

En esta fase aboradaremos diferentes temáticas y conocimientos que de acuerdo al Proyecto formativo ***Creacion de una empresa didáctica para aplicar criterios de reconocimiento y medición de los hechos económicos***. Los aprendices deben tener conocimiento acerca de la importancia de reconocer los activos, pasivos, ingresos y gatos a identificar y clasificar los hechos económicos, para garantizar una información contable ajustada a la realidad, verídica, fiable, sin sesgos que permita la elaboración y consecución de los Estados financieros de acuerdo al tamaño y razón social de cada empresa, permitiendo una adecuada toma de decisiones en la organización. Durante el desarrollo de esta guía aprenderemos

a de Identificar segmentos de mercado, al igual que Identificar el proceso de formalización de una empresa en Colombia,

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Reflexión Inicial

3.1. Actividad de Reflexión Inicial:
Estimado aprendiz desde su entorno donde vive identificamos que existe una gran variedad de establecimientos de comercio abiertos al publico que se dedican a actividades mercantiles como lo establece el código de comercio, ahora van a determinar 3 posibles segmentos de mercado y van a realiza la descripción de segmentación de las características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas y socioeconómicas de cada estrato social de la población que recurre a estos establecimientos comerciales.

3.2. Sin realizar una consulta previa, elabore un listado de entidades que usted considera son las encargadas de reglamentar en lo económico, social, político,cultural y demás campos de la humanidad en Colombia

Socialice sus respuestas en la mesa redonda dirigida por su instructor.

Duración: 45 minutos

3.2 Actividad de contextualización

3.2 Contextualización

Aprendiz, lo invito a que explique de manera individual y con sus palabras en un párrafo de no menos de 5 renglones, ¿por qué considera usted que es importante formalizar las empresas en Colombia?

¿Determine las funciones que cumple las siguientes entidades; - Cámara de Comercio. – DIAN. - Bomberos -Sayco acimpro – Secretaria de Hacienda. – Notaria. – INVIMA.

Una vez finalizado el ejercicio participe de realimentación propuesta por su instructor.

Duración: 1 hora

3.3. Actividades Apropiación

1. CONOCER LA DINÁMICA EN LA SEGMENTACION DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS POLITICAS Y OBJETIVOS DE MERCADEO BASADOS EN LAS CARARTERISTICAS PSICOGRAFICAS, DEMOGRAFICAS, CULTURALES, GEOGRAFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL DE LA POBLACIÓN TENIENDO EN CUENTA SUS INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES FRENTE AL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR DE LA EMPRESA.

Aprendices, vamos a iniciar este proceso formativo reconociendo que la segmentación de mercados cobra gran importancia en el actual desarrollo productivo de las organizaciones, ya que no solo busca identificar una serie de potenciales clientes o usuarios, sino que además permite mejorar aspectos intrínsecos y/o extrínsecos del producto o servicio para cautivar un mercado, diversificar los productos actuales y hacer presupuestos de publicidad y promoción más acertados. Lo anterior, conlleva al planteamiento de acciones que busquen a través de la segmentación, identificar el mercado meta al cual está dispuesto llegar la organización y a partir de este, centrar el desarrollo de sus estrategias.

ACTIVIDAD 1: SELECCIONANDO UN MERCADOS DE INTERÉS.

- Aprendices para identificar y localizar clientes potenciales de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización se hace necesario que usted como aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes conceptos:
  - Que entiende por mercado?
  - ¿Qué son los mercados de interés?
  - Que entiende por segmentación de mercados?
  - Consulte los siguientes criterios de segmentación de mercaados

* Entorno demográfico

* Entorno económico

* Entorno social y cultural

* Entorno político y jurídico

* Entorno tecnológico

* Entorno físico

• ANÁLISIS SECTORIAL DEL MERCADO

* Estructura del mercado

* Análisis de clientes

* Análisis de competidores

* Análisis de distribuidores

• SELECCIÓN DE MERCADOS POSIBLES

En el ambiente de formación estaremos socializando los términos y aclarar sus dudas con su instructor y retroalimentar su conocimiento.

- Mediante la revisión del objeto de aprendizaje “Segmentación de mercados”, y consultado los términos: Mercado, tipos de mercado, tipos de consumidores, variables de segmentación, haciendo uso del material de apoyo, en internet u otras fuentes. Conformar grupo de 3 a 5 aprendices y desarrollar las siguientes actividades:

  - Elabore un escrito en una hoja de block en donde determine al menos 3 posibles segmentos de un mercado que sea interesante para su empresa. Y elegir el mercado meta.
  - Realiza la descripción de segmentación de las características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos y socioeconómicas de cada estrato social de la población donde desea establecer su empresa teniendo en cuenta sus intereses, preferencias y opiniones frente al producto o servicio a mercadear. Utilizar la encuesta como herramienta para identificar los segmentos.
  - Selecciona los segmentos de mercado aplicando los métodos y técnicas de muestreo y de acuerdo con los parámetros, analizar y describir las técnicas estadísticas para el cálculo de la oferta y la demanda apoyados con los software existentes.
  - Considera el número de habitantes, la distribución de la población por grupos de edad, el género y nivel de ingresos, la tasa de crecimiento y áreas de concentración en la segmentación del mercado.
  - Considera los elementos como el precio de los productos o servicios, el costo de producción, el ingreso y egreso de los consumidores, el número de integrantes de cada sector de consumidores en la determinación de la demanda y la oferta.
  - Define los criterios de fijación de precios con base en las políticas de precios de la empresa y el sector aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios y teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio, el cliente y el mercado.
  - Calcula y fija los precios a partir de los costos, ingresos, punto de equilibrio, márgenes de rentabilidad, análisis de la oferta y la demanda, posicionamiento del producto o servicio y las estrategias de la competencia.
  - Establece las estrategias de mercadeo (producto, distribución, comercialización, precio, promoción, publicidad, servicio y aprovisionamiento) que utilizará para el posicionamiento de su producto en el mercado.

2. IDENTIFICAR LAS NORMAS LEGALES Y LAS ENTIDADES DE CONTROL Y VIGILANCIA QUE RIGEN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES EN EL MARCO DE LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA Y LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF, HACIENDO USO DE LOS DIFERENTES SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DE LA LENGUA INGLESA.

Estimado aprendiz:

Todas las personas tenemos algún soporte que demuestra o certifica información relacionada con habilidades o rasgos como persona, algunos de ellos pueden ser registro civil, cedula de ciudadanía, libreta militar, constancias laborales, partida de matrimonio, entre otros.
Así mismo, las organizaciones requieren formalizar su existencia a través de unos formatos que deben solicitar con las autoridades respectivas que le garanticen su sostenibilidad y le facilite su planeación y ejecución de objetivos.
De la misma manera, las organizaciones requieren de unos documentos con los cuales pueden desarrollar sus actividades diarias.



Querido aprendiz, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente realice las siguientes actividades de forma individual y posteriormente socialícelas con el grupo de trabajo.

ACTIVIDAD: IDENTIFICACION Y DILIGENCIAMIENTO DE LOS DOCUMENTOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE EMPRESAS

Visite tres establecimientos comerciales tiendas de abarrotes, supermercados, peluquerias, cacharrerías de su barrio y realice la siguiente encuesta,

- ¿Hace cuánto tiempo tiene usted su propio negocio?
- ¿Conoce el proceso de formalización empresarial?
- ¿Conoce los beneficios de formalizarse en Colombia?
- ¿ Está formalizado¿

posteriormente en una hoja de Excel elabore un cuadro con las respuestas conseguidas. Haga un análisis detallado de las mismas y comparta las conclusiones con sus compañeros del grupo de trabajo asignado.

- Explique con sus palabras en un párrafo de no menos de 5 renglones, ¿por qué considera usted que es importante formalizar las empresas en Colombia? ¿Determine las funciones que cumple las siguientes entidades; - Cámara de Comercio. – DIAN. – Secretaria de Hacienda. – Notaria. – INVIMA.

- A continuación, y haciendo una búsqueda previa en el material de apoyo o bibliográfico suministrado por su instructora, explique con sus palabras los siguientes términos que corresponden al proceso de constitución de las empresas en Colombia.



TÉRMINO	DEFINICION
Homonimia	
Registro Único Tributario-RUT	
Certificado de Sanidad	
RUES	
Certificado de existencia y representación legal.	
Sayco acinpro	
Certificado de bomberos	
Certificado uso de suelo	

- Jovenes por grupos de trabajo y de manera desescolarizada visite la Cámara de Comercio de Cartago, Unidad de Emprendimiento infórmese sobre los servicios que ofrece, los pasos para constituir una empresa y obtenga los formularios y documentos necesarios de esta entidad o consulte las páginas Web de la Cámara de Comercio de la ciudad.

- Diligencie toda la documentación necesaria para la legalización de la empresa de su proyecto formativo.

- Elabore una Guia con la ruta de formalización empresarial que dé respuesta a los principales documentos que debe tramitar una empresa. ¿Cómo es el proceso de formalización de una empresa en Colombia?, ¿cuáles son los pasos que debe seguir y los trámites que debe realizar para tal fin? Para resolver esta actividad apóyese en el video "10 pasos para crear empresa en Colombia" apóyese en los siguientes videos: https://youtu.be/SR2ionxLdRs https://youtu.be/Yn2r537zn8o "Pasos para crear una empresa en Colombia" youtube.com/watch?v=pd8uXsN8wsA



Jovenes con la actividad anterior desarrollada y bajo las indicaciones de su instructor socialice con un grupo de empresarios, microempresarios, artesanos o trabajadores independientes su guía de formalización empresarial, La evidencia a esta actividad debe quedar plasmada en una hoja de bloc con registro fotográfico y las apreciaciones y conclusiones que el grupo establece.

3. ELABORACIÓN DE CADA UNO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS QUE REQUIERE LA EMPRESA EN EL DESARROLLO DE SUS ACTIVIDADES ECONÓMICAS O EN LA EJECUCIÓN DE SU RAZÓN SOCIAL, HACIENDO USO DE LOS DIFERENTES SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DE LA ACUERDO CON PRINCIPIOS ÉTICOS.

Las normas contables nacionales y los estándares internacionales de contabilidad exigen unos estados financieros básicos, como aquellos mínimos necesarios para presentar correctamente la información contable. El estado financieros es la radiografía de la empresa. Nos permite conocer cuál es el resultado de los procesos que tiene cada una de las operaciones económicas del ente y proporciona información ordenada y precisa acerca de lo que posee y adeuda, como también las utilidades o pérdidas generadas, los recursos que utilizó y cómo se debe proyectar.



ACTIVIDAD: APLICAR CONCEPTOS Y TÉCNICAS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE

ESTADOS FINANCIEROS, El marco legal, que estipula la normatividad a tenerse en cuenta para la implementación de las conceptos, principios, cualidades de la información contable, para la realización de la contabilidad, elaboración y presentación de los informes de los estados financieros; se encuentra en la norma Decreto 2649 de 1993, y de la norma de la conducta y la ética del profesional que realiza tales actividades, se encuentran en la ley 145 de 1960 y la ley 43 de 1990.

- Teniendo en cuenta las normas internacionales y el marco conceptual, enumere y defina los estados financieros y sus elementos (también con su definición), y elabore un informe de forma individual, evidencia que será presentada al instructor. Este atento para la socialización de acuerdo a las indicaciones de su instructor:



- a) Definición, importancia, objetivos, estructura del balance general, balance general comparativo, balance general consolidado, presentación del balance general.

- b) investigue sobre el estado de resultados o de ganancias y pérdidas, lo siguiente:
  Definición, Importancia, objetivos, preparación, Elaboración, estructura, presentación en empresas de servicios y comerciales, utilidades netas y cambios en las utilidades retenidas.

- c) El estado de cambios en la situación financiera
  Definición, información necesaria para su elaboración, partes del Estado en la situación financiera

- d) Estado de flujos de efectivo
  Definición, partes, métodos para presentar el Estado de flujo de efectivo

- Estimado aprendiz ahora el paso a seguir para apropiarnos de los conceptos estudiados en la actividad anterios vamos a desarrollar talleres utilizando la estrategia metodológica del estudio de casos con la informacion financiera de empresas reales, para poner en práctica los conocimientos conceptos sobre los estados financieros.
- Elaborar Balances de comprobación, de acuerdo con la normatividad vigente.
- Elaborar los Estados Financieros básicos y los elementos que lo constituyen, de acuerdo con la normatividad vigente.
- Generar reportes del proceso contable, a través del sistema de información contable que posea la organización.

Actividad de transferencia

Felicitaciones aprendiz, luego de haber construido toda una serie de conocimientos teóricos y prácticos, en conjunto con sus compañeros e instructor, es momento que demuestre todo lo que ha asimilado acerca de esta Guía en el marco de la última actividad de la fase de Ejecución, Por lo tanto, desarrolle el taller propuestos por el Instructor para poner en práctica los conocimientos conceptos sobre los estados financieros.



Elaborar Balances de comprobación, de acuerdo con la normatividad vigente.

Elaborar los Estados Financieros básicos y los elementos que lo constituyen, de acuerdo con la normatividad vigente.

Generar reportes del proceso contable, a través del sistema de información contable que posea la organización.

Estrategia Metodológica: Estudio de Casos

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: 1. Cuestionario áreas 2. Diligenciamiento de documentos exigidos por las entidades de control y vigilancia de las actividades comerciales. 3. Responde a preguntas sobre las Normas de Contabilidad Generalmente aceptadas de acuerdo con la normatividad vigente. **Evidencia de Producto:** 1. Documentación de la legalización de la empresa de su proyecto formativo 2. Elabora Los estados financieros de		**Técnica:** Formulación de preguntas Instrumento: Cuestionario. **Técnica:** Valoración de producto Estudio de Casos Lista de chequeo Instrumento: Lista de verificación **Técnica:** Observación directa Instrumento: Lista de valoración de desempeño.

acuerdo a la normatividad vigente. **Evidencia de desempeño:** 1. Realiza Talleres de estudio de casos aplicando las normas básicas para la elaboración de los estados financieros 2.		

Glosario

Administración: Conjunto de funciones que se realizan para administrar (gobernar, organizar una economía)."Se dedica a la administración de empresas; marido y mujer ostentan conjuntamente la patria potestad sobre los hijos y la administración de los bienes comunes".

CLIENTES POTENCIALES: corresponde a personas u organizaciones que aún no realizan compras a la empresa, pero que se visualizan como compradores futuros dadas sus condiciones actuales como poder adquisitivo, disposición y autoridad para comprar y permitir un incremento de ingresos futuros para la empresa.
COEFICIENTE DE GINI: Medida económica utilizada por las instituciones gubernamentales u organismos internacionales para determinar la distribución de los ingresos en un país o una región. Este coeficiente fluctúa entre cero y uno, donde cero indica una distribución equitativa de la renta y uno la máxima desigualdad.
CURVA DE LORENZ: Es una representación gráfica utilizada frecuentemente para plasmar la distribución relativa de una variable en un dominio determinado.
DIAGRAMA DE DISPERSIÓN: representación gráfica de la relación de variables dependientes e independientes X y Y, los cuales dentro del plano cartesiano se visualizan en una serie de puntos que sirven para mostrar la tendencia general de los datos.
FACTOR DE MERCADO: Para William Stanton, et al. (2003), un factor de mercado es algo que se encuentra en un mercado, es mensurable y se relaciona con la demanda de un producto. Por ejemplo el precio del producto, el comportamiento de los bienes sustitutos o complementarios, etc.
HIPÓTESIS: Suposición generada a partir de información adquirida previamente de hechos ocurridos por los cuales se llega a dicha conclusión que puede o no ser verdadera.
MECANISMOS DE PRESIÓN: Son herramientas o medios (no incluidas como mecanismos de participación) utilizados por grupos de interés dentro de un país para persuadir al Estado de tomar o abstenerse de ejecutar unas determinadas acciones, un ejemplo pueden ser los paros, las peticiones enviadas por los gremios, la protesta, etc.
MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN: Son herramientas otorgadas por la constitución de 1991 al pueblo colombiano para asegurar la participación de la ciudadanía en decisión trascendentales para el Estado, un ejemplo de ellas puede ser el referendo, plebiscito, cabildo, consulta popular, el voto, la iniciativa popular, entre otros.
MERCADO META: Corresponde a la población objetivo con característica homogéneas a la cual va dirigida la estrategia de marketing de la organización, es decir al mercado al que se orienta el servicio y/o comercialización del producto.
CLIENTES POTENCIALES: corresponde a personas u organizaciones que aún no realizan compras a la empresa, pero que se visualizan como compradores futuros dadas sus

condiciones actuales como poder adquisitivo, disposición y autoridad para comprar y permitir un incremento de ingresos futuros para la empresa.
CURVA DE LORENZ: Es una representación gráfica utilizada frecuentemente para plasmar la distribución relativa de una variable en un dominio determinado.
DIAGRAMA DE DISPERSIÓN: representación gráfica de la relación de variables dependientes e independientes X y Y, los cuales dentro del plano cartesiano se visualizan en una serie de puntos que sirven para mostrar la tendencia general de los datos.
FACTOR DE MERCADO: Para William Stanton, et al. (2003), un factor de mercado es algo que se encuentra en un mercado, es mensurable y se relaciona con la demanda de un producto. Por ejemplo el precio del producto, el comportamiento de los bienes sustitutos o complementarios, etc.
HIPÓTESIS: Suposición generada a partir de información adquirida previamente de hechos ocurridos por los cuales se llega a dicha conclusión que puede o no ser verdadera.
MECANISMOS DE PRESIÓN: Son herramientas o medios (no incluidas como mecanismos de participación) utilizados por grupos de interés dentro de un país para persuadir al Estado de tomar o abstenerse de ejecutar unas determinadas acciones, un ejemplo pueden ser los paros, las peticiones enviadas por los gremios, la protesta, etc.
MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN: Son herramientas otorgadas por la constitución de 1991 al pueblo colombiano para asegurar la participación de la ciudadanía en decisión trascendentales para el Estado, un ejemplo de ellas puede ser el referendo, plebiscito, cabildo, consulta popular, el voto, la iniciativa popular, entre otros.
MERCADO META: Corresponde a la población objetivo con característica homogéneas a la cual va dirigida la estrategia de marketing de la organización, es decir al mercado al que se orienta el servicio y/o comercialización del producto.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Arizabaleta, E. V. (2004). Diagnóstico Organizacional. Evaluación sistema del desempeño empresarial en la era digital. En E. V. Arizabaleta, Los modelos inductivos (págs. 45 - 47). Bogotá D.C: ECOE Ediciones.
- Armstrong, K. &. (2008). Fundamentos de Marketing. México: pearson.
- Castro, J. N. (s.f.). Manual de Estrategias de Marketing. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Céspedes, A. (2012). Investigación de Mercados. Bogotá: Ediciones de la U.
- Diaz, A. B., & Rubio, R. S. (2006). Dirección de Marketing Teoría y Práctica. En A. B. Diaz, & R. S. Rubio, Macroentorno (págs. 49 - 52). San Vicente: Editorial Club Universitario.
- Ferraro, R. A., & Lerch, C. (1997). ¿Qué es que en tecnología? Manual de uso. En R. A. Ferraro, & C. Lerch, Ciencias y tecnología (págs. 13 - 14). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección de Marketing. Duodécima edicón. En P. Kotler, & K. L. Keller, Pronósticos y medición de la demanda. (págs. 125 - 134). Mexico D.F: Pearson Prentice Hall.
- Levin, C. M. (2012). Estadística aplicada. Colombia: Pearson.
- Martínez, M. P. (2011). Técnicas de comunicación en restauración. En M. P. Martínez, El cliente: tipología (pág. 58). Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Pineda, J. M., Jerónimo, M. A., & Carrasco, R. V. (2012). La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial. Obtenido de Dialnet: http://dialnet.unirioja. es/servlet/articulo?codigo=3907958
- Render, B., Stair, R. M., & Hanna, M. E. (2004). Métodos cuantitativos para los negocios. Novena Edición. En B. Render, R. M. Stair, & M. E. Hanna, Tipos de pronosticos. (págs. 150 - 153). México D.F.: Pearson Prentice Hall.
- Conocimientos generales sobre análisis financieros horizontales y verticales e indicadores

financieros (Material de estudio de la Actividad de Aprendizaje N° 2)

- Video: ¿Qué son los estados financieros? –EBC Academia http://www.youtube.com/watch?v=CR8miLg0SIg
- García, O. L. (2009). Administración financiera: Fundamentos y aplicaciones. (4ª Edición). Bogotá, Colombia: Editorial. Desconocida.
- Ortiz Anaya, H. (2011). Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera. (14ª Edición). Bogotá, Colombia: Editorial. Universidad Externado de Colombia.
- Coral & Guidiño, Lucy y Emma. (2008). Contabilidad Universitaria. (6ª Edición). Bogotá, Colombia: Editorial. Mc Graw Hill.
- Díaz, Hernando. (2006). Contabilidad General. (2ª Edición). México DF, México: Editorial. Pearson Prentice Hall.
- vídeo: ¿Qué son los estados financieros? –EBC Academi
- Link Instrumentos Financieros: https://www.youtube.com/watch?v=RqwBrS-rDSM
- Link Instrumentos Financieros NIC 39 o NIIF 9 para identificar los instrumentos financieros en las NIIF https://www.youtube.com/watch?v=xusYe3BuNqI https://www.youtube.com/watch?v=RqwBrS-rDSM

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Luz Dary Montenegro O.**	**Instructora**	**AEM**	**Mayo de 2022**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					