



CICLO INTRODUCTORIO

Introducción a las Ciencias Económicas

Carrera Contador Público



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE MISIONES**



**Facultad de
Ciencias
Económicas**



Material elaborado por:

Dirección General: Lic. Lorena Manulak

Área Humanidades: Lic. Lourdes Martin

Área Economía: Lic. Isabela Sanchez Vargas

Área Administración: Mg. Mariano Roffé

Área Contabilidad: Cra. Ana Czubarski

Edición General: SA Lorena Garnica

Diseño: Lorena Balette



Estimados Ingresantes:

Que estén leyendo este material, indica que han tomado una de las decisiones más importantes de sus vidas: el inicio de una carrera universitaria vinculada a las Ciencias Económicas.

Por esta razón el material del Ciclo Introductorio, está orientado a facilitar el ingreso a nuestra unidad académica y pretende ser una herramienta que los ayude a fortalecer sus capacidades y habilidades para estudiar y aprender, a ser protagonistas y constructores de sus propios aprendizajes, a superar el individualismo y a trabajar cooperativamente, a apreciar lo aprendido en su trayectoria anterior en el ámbito educativo formal, y en el no formal, a comprender que el aprendizaje es permanente dentro y fuera del aula, a vivir experiencias de aprendizajes más independientes y autónomas, a incorporarse de manera pertinente a la sociedad a la que pertenecen.

Si bien esta decisión provoca sentimientos contradictorios de alegría y temor, los invitamos a compartir este desafío.

Bienvenidos a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Misiones.

Sus docentes del Ciclo Introductorio

INTRODUCCIÓN A LA VIDA UNIVERSITARIA

UNIDAD 1

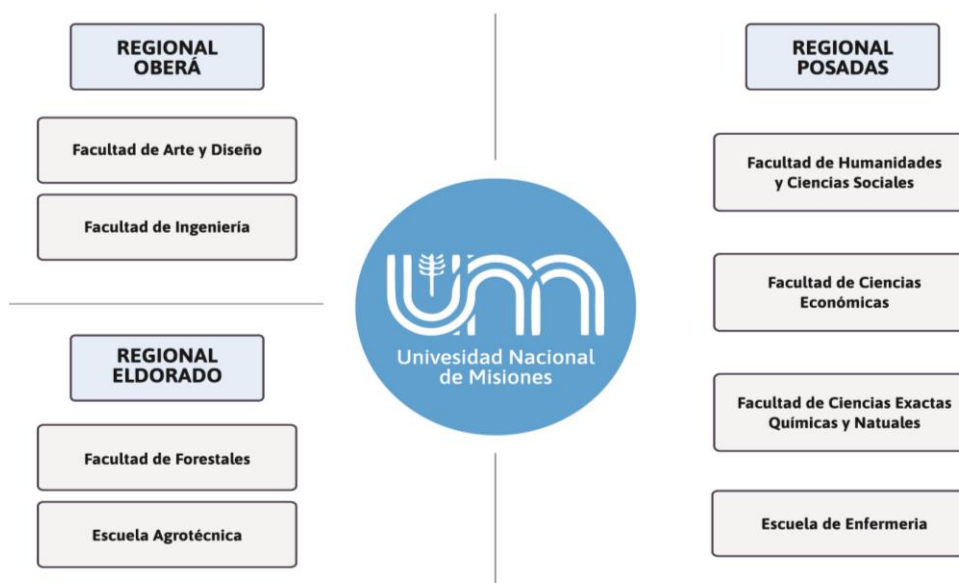
1.1 Universidad. Misiones y funciones que cumple. Universidad Nacional de Misiones.

- ¿Qué es la Universidad?



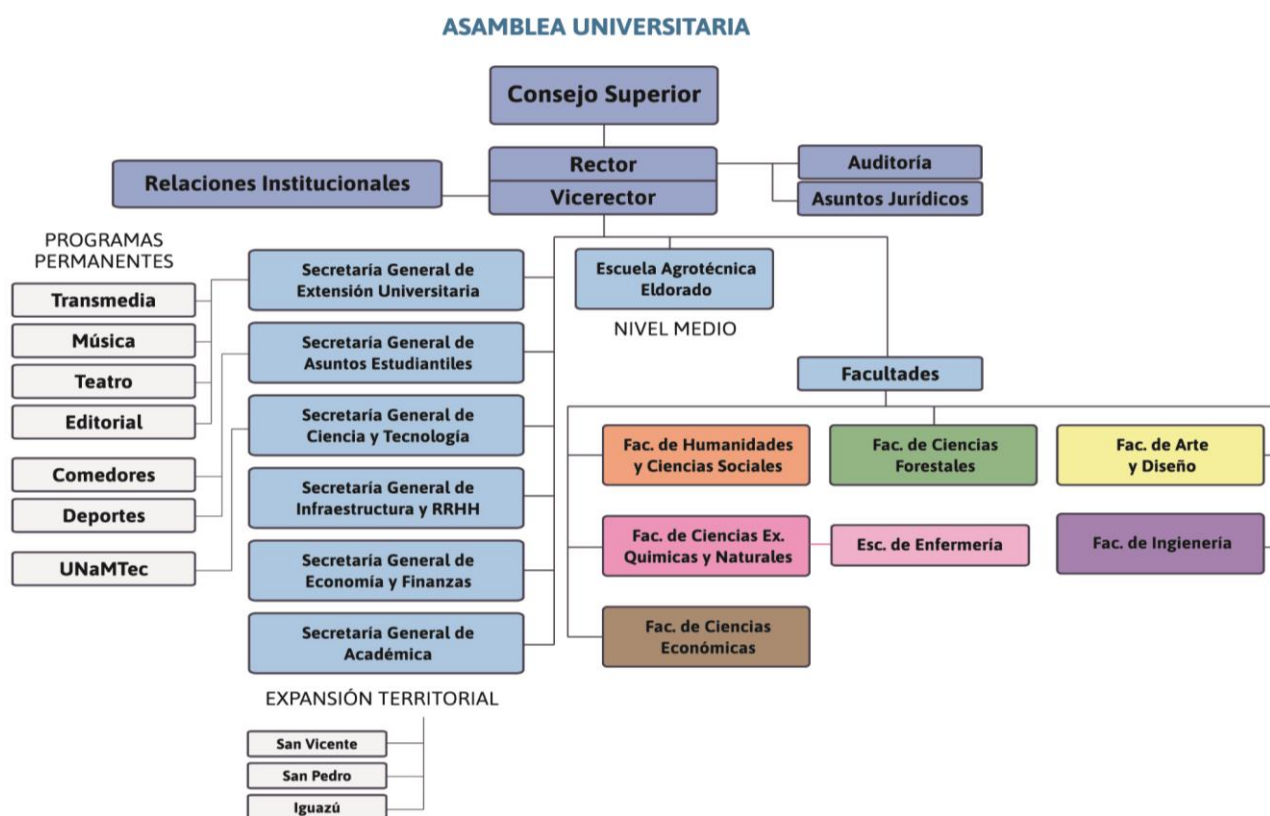
1.2 Estatuto de la Universidad Nacional de Misiones. Contextualización.

- Sedes Regionales



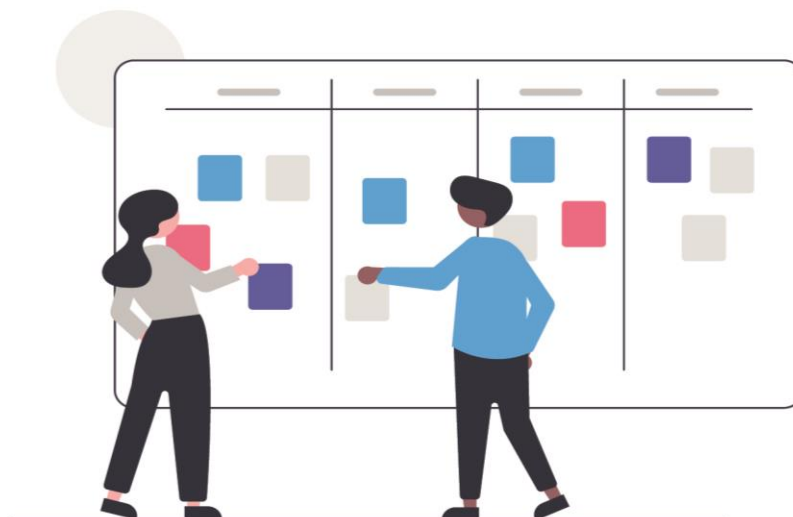
1.3 Estructura dinámica de la Universidad y Normativa vigente. Facultades y Escuelas.

- Organigrama



1.6 Organización del Plan de estudios. Asignaturas. Correlativas. Régimen de cursado. Aprobación. Constitución de cátedras y Departamentos.

- Plan de estudios



1.7 ¿Qué significa ser alumno universitario?



1.8 Iniciar la facultad requiere una actitud distinta ante el estudio y las nuevas exigencias académicas. Habría que ver cuáles son nuestras necesidades y analizar si no pasan por la conveniencia de:

- ✓ Incorporar **herramientas** que hagan más eficaz mi sistema de estudio.
- ✓ Organizar mis tareas y **aprovechar mejor los tiempos** y posibilidades.
- ✓ Incorporar **hábitos y técnicas** que mejoren el rendimiento de los estudios.
- ✓ Definir **objetivos y metas** a largo, medio y corto plazo.
- ✓ Conocerme mejor a mí mismo.
- ✓ Identificar mis **fortalezas y flaquezas** respecto al estudio.

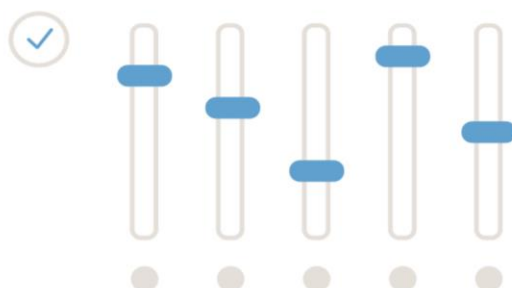
1.9 ¿Hace falta planificar el estudio?

- Si planificara el tiempo ¿Cuánto le dedicaría al estudio y en qué horario?

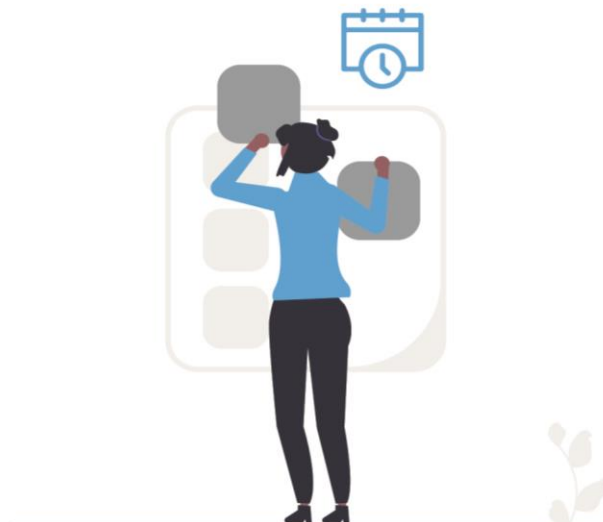


1.10 ¿Hay factores que influyen en el aprendizaje?

- ¿Cuáles son?



1.11 ¿Crees que es bueno organizar el tiempo para mejorar tu calidad de vida?



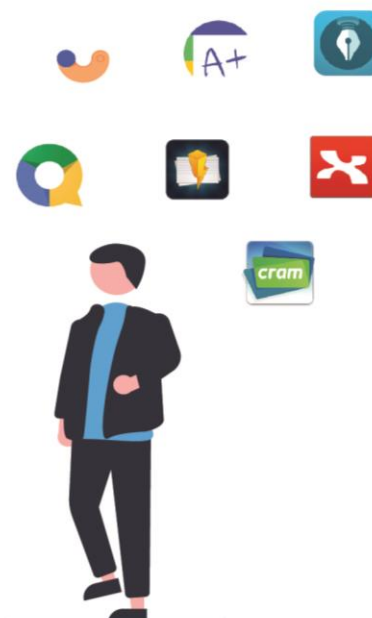
1.12 ¿Crees que los métodos y técnicas de estudio pueden ayudar en tu rendimiento como estudiante?

- Te proponemos algunos métodos y técnicas:

☒ Tradicionales

☒ Actuales

☒ Aplicación de TIC's



1.13 Muchos fracasos de estudio pasan por la dificultad o incapacidad de interpretar consignas. En consecuencia, tener capacidad para entenderlas y responderlas es importante. Por ello, tenemos que aprender a poner en juego nuestras habilidades intelectuales para interpretar lo que tenemos que hacer. Primero concentrarnos en los requerimientos de las consignas, entenderlas y recién después trabajar la respuesta.

- ¿Sabés interpretar consignas?

A continuación, te presentamos algunos términos que pueden ayudarte a interpretar o comprender las consignas:

- ▶ **Comparar:** Para comparar hay que identificar las diferencias y semejanzas.
- ▶ **Interpretar:** Atribuir un significado personal a los datos contenidos en un material. Es un proceso de descubrimiento que permite explicar y aclarar el sentido o significado de una cuestión, texto o teoría.
- ▶ **Relacionar:** Mostrar las conexiones o puntos de semejanza y de oposición, de influencia, interacción o dependencia entre dos o más hechos o situaciones.
- ▶ **Contrastar:** Comparar mostrando las diferencias.
- ▶ **Describir:** Realizar una relación detallada de las características más importantes de un objeto, hecho o situación en forma de relato o mediante un desarrollo lógico.
- ▶ **Enumerar:** Hacer referencia en forma sucesiva, de los datos o aspectos más importantes de un todo, siguiendo un orden determinado, sin entrar en detalles.
- ▶ **Bosquejar:** Presentar los aspectos o rasgos más importantes y los principios generales de un tema.
- ▶ **Explicar:** Expresar en forma sistemática el contenido de una teoría, doctrina o tema, interpretando las distintas partes de la que consta, haciéndola más comprensible y clara. En otras palabras, es desarrollar una idea, teoría o suceso con sus causas, relaciones y consecuencias.
- ▶ **Observar:** Direccionar intencionalmente nuestra percepción. Entre otras acciones atender, fijarse, concentrarse, identificar, buscar y encontrar datos, elementos y objetos previamente determinados.
- ▶ **Analizar:** Destacar los elementos básicos de un todo. Implica descomponer en partes, caracterizar, distinguir y relacionar.
- ▶ **Sintetizar:** Reducir o condensar una información a partir de los conceptos claves. Implica reconocer lo fundamental y su organización esquemática.
- ▶ **Evaluar:** Es examinar una situación o proceso en función de ciertos criterios, valorando el grado de adecuación a objetivos anteriormente establecidos.
- ▶ **Ordenar:** Es agrupar, listar, seriar o disponer en forma sistemática un conjunto de datos, a partir de un atributo determinado.
- ▶ **Clasificar:** Es agrupar en categorías definibles en base a sus características o atributos.
- ▶ **Definir:** Expresar el significado y alcance de un concepto o idea.
- ▶ **Ejemplificar:** Presentar situaciones concretas que reflejen una idea.
- ▶ **Fundamentar:** Construir un sistema para sustentar o probar un punto de vista, o afirmación.



1.14 Te proponemos el siguiente artículo para trabajar

IV

FINANCIAL TIMES

Lunes 29 de agosto de 2016 EL CRONISTA

La universidad a veces sólo sirve para perder el tiempo

Para tener mejores salarios, la gente inteligente debe pasar años estudiando cosas que no siempre necesita y perder dinero para adquirir un diploma

Tim Harford

Hace unos días el sistema universitario británico ofreció una cantidad récord de lugares donde estudiar. Eso suena a buena noticia, pero realmente necesitamos que más gente vaya a la universidad? Es más, ¿necesita el mundo más casas de altos estudios?

Da la impresión de que la respuesta debería ser sí. La educación sirve, ¿no? Pero todo tiene un costo. La educación requiere de tiempo. Podríamos insistir en que todos dediquen el día completo a estudiar hasta los 45 años, pero definitivamente sería mucho. Y si eso es demasiado, quizás que la mitad de la población estudie hasta los 21 también es demasiado. En cuanto a las universidades, éstas consumen recursos financieros e intelectuales —quizás aquellos recursos podrían destinarse a algo más.

Personalmente, yo estoy fuertemente a favor de estudiar en la universidad, y de que básicamente haya universidades cerca. Como lo que aprendí en la universidad fue principalmente a escribir sobre economía, y uso ese conocimiento todos los días de mi vida profesional, hasta una educación abstracta me sirve.

Y ahora vivo en Oxford, una de las ciudades universitarias más famosas del mundo. La experiencia de Oxford definitivamente sugiere que las casas de altos estudios tienen mucho que ofrecer. La arquitectura y los espacios verdes de la ciudad fueron diseñados para que la institución de 900 años esté en

su corazón. La belleza atrae turistas y también agrada a los residentes. La música, los teatros y museos son grandiosos; las librerías son para morir. Si Oxford es el lugar menos accesible de Inglaterra para comprar una casa, lo que causa un sínfin de dolores de cabeza a los residentes, pero incluso ese problema es un síntoma del éxito.

Pero esas son muestras de un éxito. Mucha gente se encuentra con que no utiliza las habilidades y los conocimientos adquiridos en la facultad. Y Oxford no es representativa de las universidades del mundo. La New York University es una buena institución pero, según TripAdvisor, es el punto de interés número 263 de la Ciudad de Nueva York. (Nueve de los principales 10 atractivos de Oxford están vinculados a la universidad). Si la London School of Economics (LSE) fuera demolida y reemplazada por un hotel y departamentos, la ciencia social sentiría una lamentable pérdida pero no estoy tan seguro de que muchos londinenses vayan a notar la diferencia. Warwick University es un lugar soberbio para aprender pero no atrae turistas a Warwick, dado que no es nada atractivo.

Por lo tanto, el argumento a favor de construir más universidades debe fundamentarse en aspectos más prosaicos. Una reciente investigación de Anna Valero y John Van Reenen de la LSE analiza estadísticamente a las casas de altos estudios de todo el mundo, preguntándoles si ellas creían que impulsaban sus economías regionales. (Ejemplos de una "región" son Quebec, Illinois y Gales)

Hay varias razones por la que quizás sí las impulsen. Las universidades producen jóvenes altamente calificados, muchos de los cuales permanecen en la zona una vez graduados. Las universidades a menudo producen inventos útiles. Algunas innovaciones no tienen fronteras —la penicilina se descubrió en Londres, se desarrolló en Oxford y se vendió en todas partes—, pero muchas ideas permanecen en el lugar, al menos por un tiempo. Silicon Valley creció alrededor de Stanford, y no se movió. Y está el simple hecho de que las universidades canalizan dinero del gobierno federal a través de los salarios del personal, los préstamos a estudiantes y otros fuentes de gasto local.

Valero y Van Reenen encontraron que las universidades realmente elevan el ingreso de su región. Si se duplica el número de universidades de la región —digamos de cinco a diez—, se podría esperar que el PBI per cápita se eleve 4%. Si se vuelve a duplicar ese número, de 10 a 20, habrá otro salto de 4% en el PBI per cápita. Las regiones vecinas también se benefician. Y eso no es un efecto insignificante.

Valero y Van Reenen están bastante seguros de que la causalidad no se aplica al revés —no es que las regiones construyan universidades porque esperan que generen crecimiento en el futuro. Pero no pueden asegurar de que no haya un cierto tercer factor en juego: quizás, por ejemplo, los gobiernos regionales fuertes y capaces producen prosperidad y universidades.

Una visión más escéptica pro-

viene de Bryan Caplan, un profesor de economía que, irónicamente, es el autor del libro próximo a publicarse *The Case against Education* (El argumento contra la educación). Caplan asegura —y no es ilógico— que muchos estudiantes no parecen aprender nada de evidente relevancia que les sirva al momento de trabajar pero, como están graduados, tienen perspectivas profesionales mucho mejores que los que no estudiaron. ¿Por qué?

La respuesta de Caplan es que la educación es una señal. Si los empleadores no tienen manera de saber quién es inteligente y aplicado, un estudiante puede demostrar que encaja en esa categoría sobresaliendo, digamos, en latín. El latín es como la cola del pavo real: costosa y no sirve para nada, pero sin duda es necesario hacer la inversión.

En el caso de que Caplan tenga razón, los diplomas universitarios no tienen valor para la sociedad: permiten a los empleadores pagar mayores salarios al personal más inteligente, pero menores sueldos a todo el resto —y para disfrutar de esas mayores pagas, la gente inteligente debe derrochar el tiempo y dinero que implica obtener un diploma. Todos podrían estar mejor si se abandonara todo ese negocio.

¿Quién tendrá razón? Mi corazón está con Valero y Van Reenen. Pero Caplan toca una importante nota disonante. Juntos hemos permitido que las admisiones y los examinadores de las universidades se conviertan en los guardianes de la puerta que conduce a las carreras exitosas. ¿Es eso realmente lógico?

ECONOMÍA

I. Introducción al estudio de la economía

A continuación se presentan conceptos básicos sobre economía. Se empieza por su concepto y clasificación como economía positiva/ normativa y macro/microeconomía. Luego, se presentan principios básicos para la economía. Finalmente, se introducen otros conceptos elementales como el de bien, producto y factor de producción.

Economía como ciencia social de la elección

La palabra economía proviene del griego *oikonomos*, que significa el que administra una casa. En una sociedad, así como en una casa, existen necesidades a satisfacerse a partir de la utilización de determinados recursos. Así también, existen decisiones a ser tomadas respecto a múltiples cuestiones, como: qué producir, a qué precio, a quién vender, qué recursos utilizar, qué trabajos realizar y quiénes deben realizar dichos trabajos, cómo garantizar una vida digna para quienes no pueden trabajar, entre otras tantas preguntas. Dado que los recursos con los que cuenta una sociedad son en general escasos, es necesario administrarlos de la manera más eficiente¹ posible.

En este contexto, se entiende a la **economía como una ciencia social de la elección**, definiéndola como aquella que estudia cómo la sociedad administra sus recursos escasos para producir bienes y servicios alternativos y cómo distribuirlos entre quienes la conforman (Mochón y Becker, 2008). Desde esta perspectiva, la esencia de la actividad económica reside en la posibilidad de elegir y la economía ofrece un método para ordenar y establecer prioridades racionalmente. Así, el

¹ La eficiencia hace referencia a alcanzar lo máximo posible dado los recursos con los que se dispone.

problema económico surge en un marco de necesidades ilimitadas a ser cubiertas a partir de recursos y bienes económicos limitados. Allí toma un lugar central la escasez, entendido como un concepto relativo, el que da cuenta de la diferencia entre deseos humanos y medios disponibles para satisfacerlos.

El economista como científico: teorías, modelos y el método de investigación científico en economía

La **teoría económica** provee una estructura lógica para organizar y analizar datos económicos, es una explicación del mecanismo que subyace en los fenómenos observados. Una teoría puede servir para describir porqué ocurre determinado fenómeno económico (como la desocupación), para explicar la relación entre variables² (como la relación entre el nivel educativo y la probabilidad de tener empleo) o incluso para facilitar la predicción de las consecuencias de determinados hechos económicos (como cuál es el efecto de las transferencias sociales no condicionadas en la oferta laboral de las mujeres).

Las teorías están compuestas por un conjunto de definiciones y una serie de supuestos e hipótesis sobre el comportamiento de las variables económicas. Un **supuesto** es una proposición cuya validez se toma como dada y su introducción en las teorías se justifica porque concreta los modos de conducta de los agentes económicos.

² Las variables son representaciones de un concepto que puede medirse y puede tomar diversos valores, según el tipo de variable en cuestión. Mochón Morcillo y Beker (2008) definen a una variable económica como algo que influye en las decisiones relacionadas con los problemas económicos fundamentales o algo que describe los resultados de esas decisiones. Ejemplos de variables económicas son el producto bruto interno, el consumo de un agente o de una economía, la riqueza, el ingreso, entre otras tantas.

Ciertas teorías económicas cuentan con **modelos**, definidos como simplificaciones de la realidad necesarias para poder analizar o entender determinado fenómeno económico. En economía, generalmente la formalización matemática es un complemento importante de los modelos.

Con respecto al **método para hacer investigación científica en economía**, el más utilizado es el deductivo³. La aplicación del método deductivo para realizar investigación científica en economía consiste en:

(a) Observar e identificar el fenómeno de estudio (descripción de cierto fenómeno económico, análisis de cierta relación entre variables económicas, explicar o predecir los efectos de determinado hecho económico).

(b) Buscar una teoría o modelo que permita entender el fenómeno de estudio.

(c) Analizar la realidad económica a partir de la teoría o modelo elegido.

Por ejemplo, un economista que quiera entender las causas de la inflación en Argentina, podría basarse en teorías monetaristas y de dominancia fiscal para indagar cuál es el rol de la emisión monetaria y cuál el rol del déficit fiscal para explicar la inflación crónica en el país.

El economista como asesor político: economía positiva y normativa

³ El método deductivo, consiste en partir de teorías o modelos universales y utilizarlos para analizar casos particulares de la realidad. El método inductivo, consiste en observar y analizar fenómenos individuales y, a partir de allí, generar teorías, premisas o modelos generales.

La **economía positiva** se ocupa de ofrecer explicaciones objetivas sobre el funcionamiento de la economía o fenómenos económicos. Es decir, cuando se realiza un análisis económico desde esta perspectiva el análisis se enfoca en lo que es o podría ser. Por ejemplo, una descripción de la desigualdad en la distribución del ingreso para Argentina o una descripción sobre cómo afectaría una transferencia social a los más desfavorecidos en la distribución del ingreso bajo ciertos supuestos simplificadores.

Por otro lado, la **economía normativa** se refiere a los preceptos éticos y normas de justicia. Es decir, un análisis económico desde este enfoque trata de lo que debería ser y ofrece prescripciones para la acción basadas en juicios de valor personales y subjetivos. Por ejemplo, un economista podría sostener que la distribución del ingreso en Argentina, aunque desigual, es justa en tanto se basa en el mérito de cada uno; mientras que otro economista podría sostener que es necesaria la intervención del Estado para lograr una distribución más equitativa del ingreso.

La diferencia entre análisis positivo y normativo permite entender por qué en ocasiones los economistas discrepan. Esto puede deberse a cuestiones puramente científicas (tienen diferentes modelos o teorías en mente) o difieren en puntos de vista morales (cuestiones éticas, religión o filosofía política).

La validez de cada tipo de análisis es heterogénea. En este sentido, la validez de una afirmación realizada en el marco de un análisis económico positivo puede analizarse a la luz de la teoría o modelo utilizado. Por el contrario, el resultado de un análisis económico normativo puede realizarse únicamente bajo la luz de los valores y juicios normativos considerados en el análisis.

Los principales enfoques de la economía: microeconomía y macroeconomía

La economía se estudia según dos enfoques principales: la microeconomía y la macroeconomía. La microeconomía estudia el comportamiento de las unidades económicas individuales y los mecanismos de formación de precios. Ejemplos típicos

de problemas microeconómicos son: la elección del consumidor, la maximización de beneficios o minimización de costos del empresario, el estudio de estructuras de mercado y las fallas de mercado. Por otro lado, la macroeconomía estudia el comportamiento de los grandes agregados o los fenómenos que afectan al conjunto de la economía, siendo problemas macro típicos el desempleo, la inflación, el crecimiento económico, entre otros.

Los 10 principios de la economía de Mankiw

A continuación se enumeran los 10 principios que Mankiw (2012) considera esenciales para tener una vista panorámica del objeto de estudio de la economía. Los primeros 4 hacen referencia a cómo toman las decisiones los individuos, los siguientes 3 a cómo interactúan los individuos y los restantes 3 a cómo funciona la economía en su conjunto.

1. La gente enfrenta disyuntivas
2. El costo de una cosa es aquello a lo que se renuncia para obtenerla (o su costo de oportunidad⁴)
3. Los individuos racionales⁵ piensan en términos marginales.
4. Los individuos responden a incentivos⁶.

⁴ El costo de oportunidad es lo que se sacrifica para obtener algo, como se profundizará en el tema Frontera de Posibilidades de Producción.

⁵ Una persona racional es aquella que de forma sistemática, dadas sus restricciones, hace todo lo posible para alcanzar sus objetivos. Ejemplo: maximizar la utilidad, maximizar el beneficio.

⁶ Un incentivo es algo que induce a las personas a actuar. Ejemplo: un subsidio al consumo de determinado bien.

5. El comercio, a partir de la especialización productiva, puede mejorar el bienestar de todo el mundo.
6. Normalmente los mercados son un buen mecanismo para organizar la actividad económica⁷.
7. Algunas veces el Estado puede mejorar los resultados del mercado (fallas de mercado⁸ o redistribución).
8. El nivel de vida de un país depende de la capacidad que éste tenga para producir bienes y servicios (productividad como factor central para el crecimiento económico).
9. Cuando el gobierno imprime demasiado dinero, los precios suben.
10. A corto plazo la sociedad enfrenta una disyuntiva entre inflación y desempleo.

Los bienes y sus clasificaciones

Los bienes son todos aquellos medios capaces de satisfacer una necesidad, tanto de los individuos como de la sociedad (Mochón Morcillo y Becker, 2008). Estos pueden ser *clasificados según su carácter* como bienes libres o bienes económicos. Los primeros son ilimitados en cantidad o abundantes y no son propiedad de nadie. Por su parte, los bienes económicos son escasos en relación a los deseos que hay de ellos, la economía se centra en el estudio de este tipo de bienes.

⁷ Esto permite diferenciar entre economía centralizada (donde las principales decisiones económicas son tomadas por un agente, como en gobiernos comunistas) y economía de mercado, donde los recursos son asignados de forma descentralizada por hogares y empresas.

⁸ Una falla de mercado es una situación en la cual el mercado por sí solo no asigna los recursos de forma eficiente.

Los bienes también pueden ser *clasificados según su naturaleza* como bienes de capital o de consumo. Los primeros son aquellos que sirven para producir otros bienes, por lo tanto, no atienden directamente a las necesidades humanas. Por otro lado, los bienes de consumo se destinan a la satisfacción directa de necesidades humanas. Estos, a su vez, se pueden clasificar en duraderos (pueden ser utilizados en un período de tiempo prolongado) y no duraderos (se agotan rápidamente con el uso).

Finalmente, los bienes pueden ser *clasificados según su función* como intermedios o finales. Los primeros son aquellos que deben sufrir transformaciones para convertirse en bienes de consumo o de capital, mientras que los segundos ya están listos para el consumo final.

Factores de producción y productos

Los factores de producción son los recursos o insumos que utilizan las empresas para producir bienes y servicios, pueden clasificarse en: tierra, trabajo y capital. La tierra (o recursos naturales), hacen referencia a los aportes de la naturaleza al proceso productivo. El trabajo incluye el tiempo de las personas empleadas en determinada actividad productiva y el capital hace referencia a los bienes duraderos dedicados a producir otros bienes⁹.

Además de esa clasificación típica, otros factores de producción para el análisis económico son la tecnología y el capital humano. La primera considera las formas de combinar los insumos para la producción y el segundo está comprendido por los conocimientos y cualificaciones de los trabajadores adquiridos a partir de la inversión y la experiencia laboral.

⁹ Cabe destacar que dentro del concepto de capital se consideran bienes de capital fijo (maquinarias, edificios, herramientas) y no capital financiero.

Por otro lado, los productos son los bienes y servicios elaborados por las empresas, los cuales pueden destinarse al consumo final (de los hogares, del Estado o del sector externo) o pueden utilizarse para producir nuevos bienes de producción (inversión de las empresas).

II. Introducción a los modelos económicos

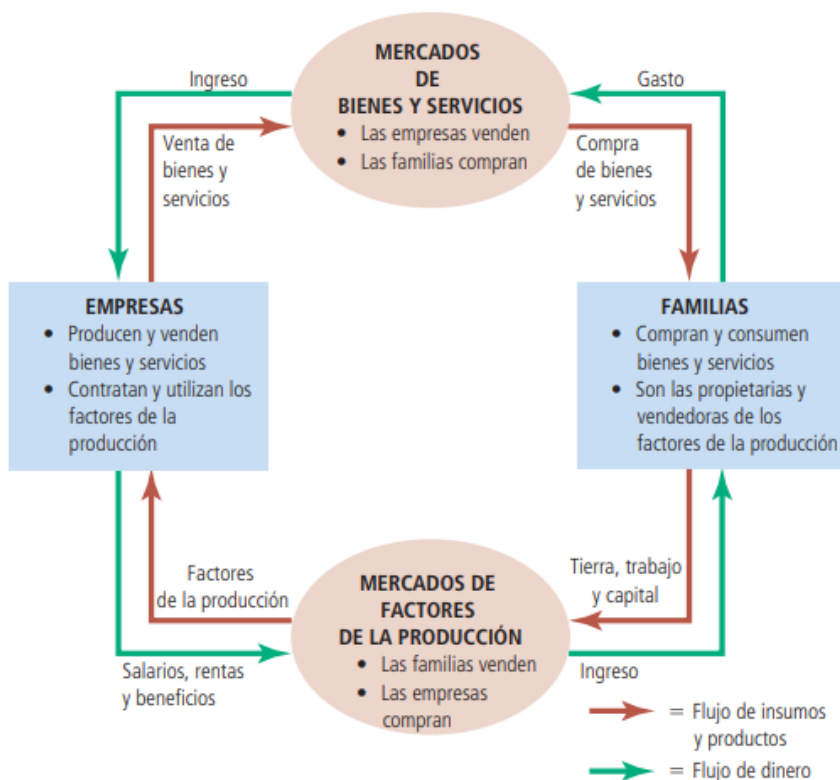
En adelante se presentan tres modelos básicos utilizados en economía. El primero de ellos es una representación simplificada de cómo se organiza una economía y cómo los agentes económicos interactúan entre sí. El segundo es una representación gráfica utilizada para analizar decisiones de producción. El último es un modelo típico de oferta y demanda en una economía de mercado.

Primer modelo: El Diagrama del Flujo Circular

El modelo del flujo circular de la renta es una simplificación para explicar cómo se organiza una economía y la manera en que interactúan los agentes entre sí. Se presenta el modelo bajo el supuesto de una economía cerrada sin sector público, donde los factores de producción son la tierra, el trabajo y el capital. Los agentes económicos son los hogares y las empresas, los cuales interactúan en los mercados de bienes y servicios y de factores de producción. Los hogares toman las siguientes decisiones: compra de bienes y servicios y oferta de factores de producción. Las empresas toman las siguientes decisiones: venta de bienes y servicios y demanda de factores de producción.

En dicho contexto, el siguiente diagrama muestra el flujo de insumos desde los hogares hasta las empresas (tierra, trabajo y capital) y de productos desde las empresas hasta los hogares. Por otro lado, muestra el flujo de dinero desde los hogares a las empresas en términos del gasto por la compra de bienes y servicios y, por otro lado, desde las empresas hacia los hogares en términos de la retribución a los factores de producción (salarios, rentas y beneficios).

Diagrama del Flujo Circular



Fuente: Mankiw (2012), pág. 25.

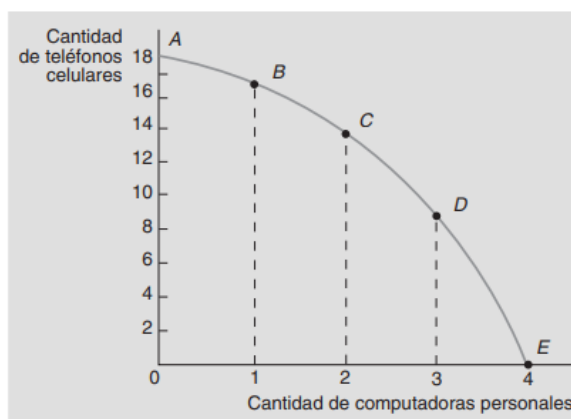
Segundo modelo: Frontera de Posibilidades de Producción

La frontera de posibilidades de producción (FPP) es una gráfica que muestra el máximo de combinaciones de productos que una economía puede producir con pleno empleo de los factores de producción. A su vez, esto implica una combinación eficiente de factores de producción.

Para entender este concepto, analicemos el siguiente caso de una economía donde se producen dos tipos de bienes: computadoras (bien X) y celulares (bien Y)¹⁰. La tabla contiene 5 posibles formas de combinar los factores de producción de forma tal de alcanzar diferentes unidades de productos X e Y. En la gráfica, los 5 puntos de la curva están sobre la frontera, indicando el pleno empleo de los factores y la eficiencia en la combinación de los mismos. Notar que la opción A consiste en dedicar todos los insumos a la producción de teléfonos, las siguientes aumentan la producción de computadoras a costas de reducir la producción de teléfonos y la opción E destina todos los insumos a la producción de computadoras.

Tabla y gráfica N° 1: Frontera de Posibilidades de Producción

Cuadro 1.1 - Tabla de posibilidades de producción			
(1) Opciones	(2) Computadoras personales	(3) Teléfonos celulares (unidades)	(4) Costo de oportunidad (unidades)
A	0	18	1
B	1	17	3
C	2	14	5
D	3	9	9
E	4	0	9



Fuente: Mochón Morcillo y Beker (2008), pág. 1.

Notar que la FPP es una curva descendente y con pendiente negativa. Esto refleja el concepto de **costo de oportunidad**, en tanto para producir más de un bien, se requiere

¹⁰ Se toma el ejemplo de Mochón Morcillo y Beker, pág. 1.

disminuir la producción del otro, dada la tecnología existente y los recursos y factores de producción disponibles. Formalmente, el costo de oportunidad de un bien o servicio es la cantidad de otros bienes o servicios a la que se debe renunciar para obtenerlo. Como puede observarse en la tabla, el costo de oportunidad de pasar de una producción de 0 a 1 unidades de computadoras es 1 unidad de teléfono. El costo de oportunidad de producir 2 computadoras son 3 teléfonos; es decir, hay que renunciar a 3 teléfonos para pasar de una producción de 1 a 2 computadoras, y así sucesivamente.

Cabe notar que a medida que la producción de un bien se aproxima a cero, aumenta el costo de oportunidad de producir el otro bien, dando cuenta que los factores productivos no son igualmente aptos para la producción de uno y otro bien. Este comportamiento de la curva, que es el que generalmente adopta, implica que la FPP es una *función cóncava*. Este tipo de curvatura puede explicarse a partir de la existencia de **la ley de los rendimientos decrecientes**. Esta ley analiza la relación entre factores de producción y productos obtenidos, indica que la cantidad de producto adicional que se obtiene al añadir sucesivamente unidades adicionales de un factor de producción, manteniendo el resto constante, es cada vez menor. De esta forma, la ley de los rendimientos decrecientes muestra que para alcanzar cantidades adicionales de un bien, se deben utilizar cantidades crecientes de aquellos factores con productividad marginal decreciente. En otras palabras, el costo de oportunidad de producir esas unidades sucesivas es cada vez mayor.

Otra cuestión a tener en cuenta es que implícitamente la gráfica de la FPP utiliza un análisis en términos de **cambios marginales**, entendidos como pequeños ajustes adicionales a determinado plan de acción. Por ejemplo, al movernos del punto A al B de la gráfica, la reducción marginal de 1 computadora permite producir 1 unidad adicional de teléfono. Este análisis en términos marginales será central en los modelos microeconómicos que suponen agentes racionales (o modelos macroeconómicos con

microfundamentos). Un caso típico es el análisis del problema de un consumidor, que elige sus cestas de bienes de consumo sujeto a una restricción presupuestaria. En este caso, se evaluará su tasa marginal de sustitución en comparación con el precio relativo de los bienes.

Es importante diferenciar las diferentes áreas que se delimitan a partir de la FPP. Todo el *área que está por debajo de la curva*, son combinaciones de productos ineficientes o que no utilizan todos los factores de producción a su plena capacidad. Esto indica que sólo sería posible aumentar la producción de ambos bienes si existiera desempleo de algunos factores o en aquellos en que los mismos no estén siendo combinados de forma eficiente. En el otro extremo, el *área por encima de la curva* refleja combinaciones de productos inalcanzables, dada la tecnología y factores de producción disponibles. Como ya fue comentado, los *puntos que están sobre la curva* forman la FPP y muestran combinaciones eficientes de productos alcanzables a partir del pleno empleo de los factores.

Finalmente, es importante diferenciar entre movimientos de la FPP y desplazamientos de la misma. Existe un *movimiento sobre la curva* cuando, dada la tecnología y los factores de producción disponibles, se produce más de un bien a costa de disminuir la producción del otro bien. Por otro lado, la *FPP se desplaza* hacia afuera cuando aumenta la capacidad productiva de la economía, lo que puede ocurrir al aumentar las dotaciones de factores o mejorar la tecnología.

Tercer modelo: Oferta y demanda en mercado de competencia perfecta

Aquí se analiza la determinación del precio de equilibrio de un bien en un mercado de competencia perfecta. Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio particular, donde los compradores en su conjunto conforman la demanda y los productores la oferta. Un mercado de competencia perfecta es aquel que se caracteriza por los siguientes supuestos: existen numerosos compradores y

vendedores que no tienen poder de influir individualmente en el precio, el bien es homogéneo para todos los oferentes y existe plena movilidad de factores de producción.

Este modelo sostiene que el *precio y la cantidad de equilibrio* (variables endógenas del modelo) están determinadas de forma conjunta por la oferta y la demanda del mercado. La **función de oferta del mercado para el bien i** (Q_i^s) es la sumatoria de las ofertas de cada uno de los productores para cada precio de mercado. Esta función indica la relación entre el precio de mercado y la cantidad ofrecida por los productores de dicho bien, siendo dicha relación generalmente positiva. La oferta tiene como principales *determinantes*: el precio del propio bien (p_i), los precios de otros bienes (p_x), el costo de los factores de producción (w), el número de vendedores (n) y las expectativas (e).

Por su parte, la **función de demanda del mercado para el bien i** (Q_i^d) es la sumatoria de las demandas de cada uno de los consumidores para cada precio de mercado. Esta función indica la relación entre el precio de mercado y la cantidad demandada por los consumidores de dicho bien, siendo dicha relación generalmente negativa. La demanda tiene como principales *determinantes* al precio del propio bien (p_i), al precio de bienes sustitutos (p_s), al precio de bienes complementarios (p_c), el ingreso de los consumidores (y), los gustos (g), el número de compradores (n) y las expectativas (e).

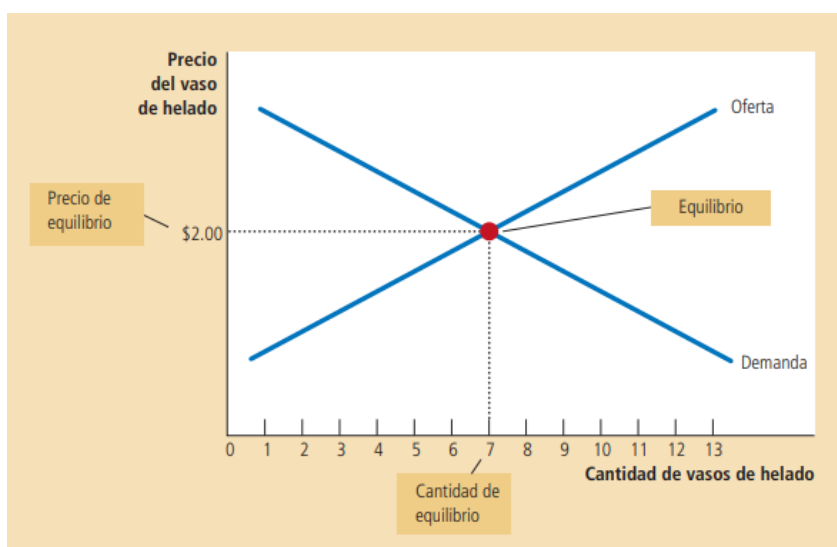
Formalmente, podemos expresar ambas funciones matemática de la siguiente manera:

$$Q_i^s = F(p_i, p_x, w, n, e) \quad (\text{Función de oferta})$$

$$Q_i^d = F(p_i, p_s, p_c, y, g, n, e) \quad (\text{Función de oferta})$$

Gráficamente, la representación de las funciones de oferta y demanda y el equilibrio del mercado es al estilo de la siguiente gráfica.

Gráfico N° 2: Equilibrio en un mercado de competencia perfecta



Fuente: Mankiw (2012), pág. 77.

En el gráfico anterior se representan las curvas de oferta y demanda de vasos de helado. Puede observarse una curva de oferta con pendiente positiva; es decir, cuanto mayor es el precio, mayor es la cantidad ofrecida por los productores de helado. Por su parte, se tiene una curva de demanda con pendiente negativa; es decir, a mayor precio, menor cantidad demandada. Además, se representa que las curvas de demanda y oferta determinan de forma conjunta que el precio y la cantidad de equilibrio son $(P, Q) = (2000; 7)$. Es decir, cuando el precio es de \$2000 y la cantidad intercambiada 7 unidades de vasos de helado, el mercado está en equilibrio (el mercado se vacía) y ni compradores ni vendedores tienen incentivos al cambio.

Una vez que se alcanza el equilibrio, se puede analizar qué ocurre con las curvas de oferta y demanda ante cambios en sus determinantes. Este tipo de análisis se denomina *ejercicio de estática comparativa*, en tanto consiste en analizar el paso de un equilibrio inicial a otro final sin considerar cuestiones dinámicas (comparto situación inicial vs situación post-cambio).

Como regla general para el análisis gráfico, se tiene que cuando cambia el precio del propio bien, ocurren *movimientos sobre la curva* y se dice que cambia la *cantidad demandada o la cantidad ofrecida*, según de qué curva se trate. Por otro lado, cuando cambian los demás determinantes de la oferta o la demanda se tienen *desplazamientos de la curva* y se dice que cambia la *demanda o la oferta* según de qué curva se trate.

Los desplazamientos de la demanda hacia la derecha (izquierda) corresponden a expansiones (contracciones) de la demanda, las cuales pueden deberse a:

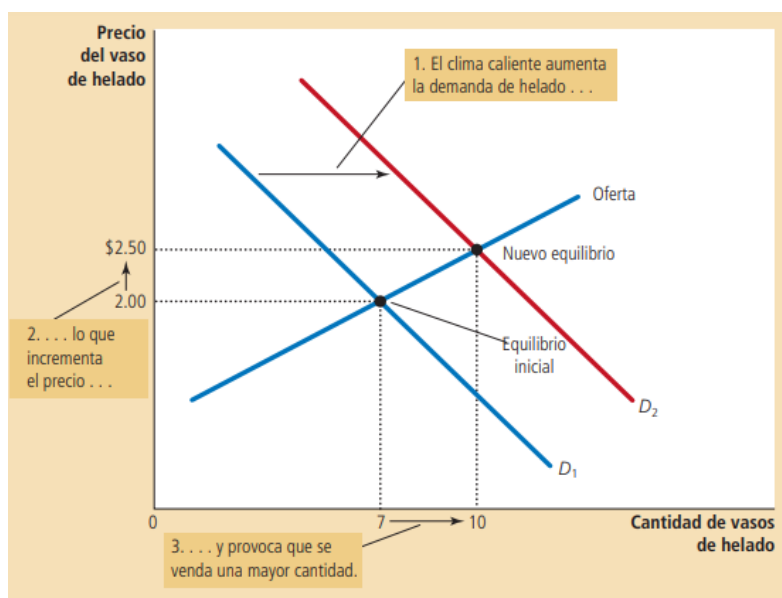
- aumentos (caídas) del ingreso, aumentos (caída) del gusto por dicho bien,
- expectativas positivas (negativas) respecto al consumo,
- baja (suba) del precio de bienes complementarios,
- suba (baja) del precio de bienes sustitutos
- aumento (caída) del número de consumidores del bien.

Los desplazamientos de la oferta hacia la derecha (izquierda) corresponden a expansiones (contracciones) de la oferta, las cuales pueden deberse a:

- subas (bajas) en el precio de otros bienes que pueden ser producidos por los empresarios,
- subas (bajas) en el precio de los insumos o factores de producción,
- expectativas positivas (negativas) para la producción
- aumento (caída) en el número de productores

En adelante analizaremos dos **ejercicios de estática comparativa**. Supongamos que se inicia el verano, por lo que el cambio de temperatura aumenta la demanda de helado, dado su precio. Este shock puede considerarse como un aumento del gusto por el helado, por lo que la curva de demanda se desplaza hacia la derecha y decimos que “aumenta la demanda” de helado. Si ello ocurriera, al precio inicial de \$2000 existiría un exceso de demanda de helados, por lo que el precio de los helados aumentaría y provocaría que la oferta reaccione aumentando la cantidad ofrecida (movimientos sobre la curva de oferta), hasta que se alcanza un nuevo equilibrio. El resultado final del shock positivo a la demanda es un aumento del precio y la cantidad de equilibrio para el mercado de helados.

Gráfico N° 3: Efecto en el equilibrio de un desplazamiento de la demanda

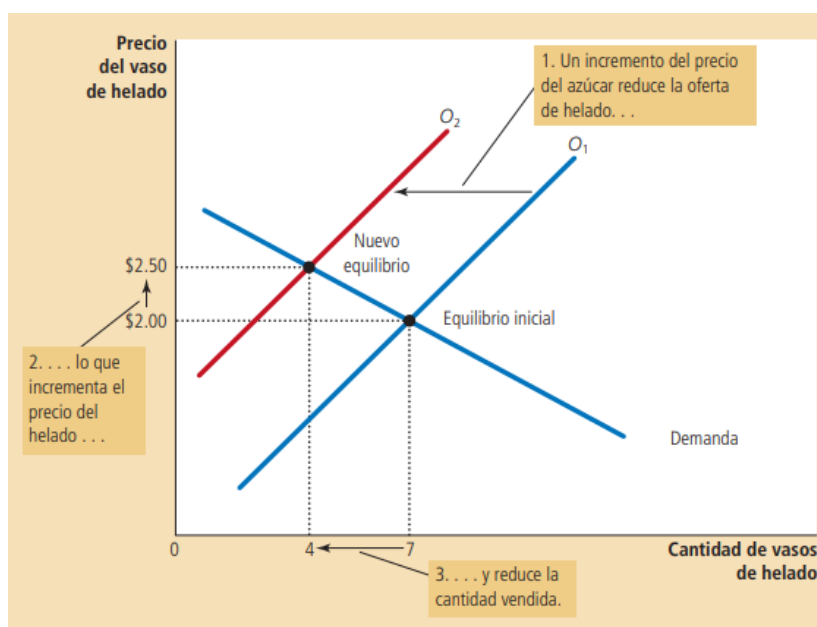


Fuente: Mankiw (2012), pág. 80.

El mismo efecto en el equilibrio se alcanzaría si aumenta el ingreso de los consumidores, se generan expectativas positivas para el consumo de helado, cae el precio de los bienes complementarios al helado, sube el precio de los bienes sustitutos al helado o aumenta el número de consumidores de helado.

Finalmente, si ocurre un shock negativo a la oferta como un incremento en el precio del azúcar (insumo para la producción de helado), dado el precio, la oferta se contrae y eso se representa gráficamente como un desplazamiento de la curva hacia la izquierda. Al precio de equilibrio inicial, se genera un exceso de demanda de helado, por lo que el precio tiende a subir y ello incentiva aumentos en la cantidad ofrecida (movimiento sobre la curva de oferta de helado) hasta que se alcanza un nuevo equilibrio. El resultado final del shock contractivo a la oferta es un aumento del precio de equilibrio y una reducción de la cantidad de equilibrio.

Gráfico N° 4: Efecto en el equilibrio de un desplazamiento de la oferta



Fuente: Mankiw (2012), pág. 81.

El mismo resultado en el equilibrio del mercado hubiera ocurrido si el shock contractivo de oferta se hubiera originado en aumentos en el precio de otros factores de producción (como la mano de obra o el capital), expectativas negativas para la producción, una reducción en la cantidad de oferentes o un aumento en el precio de otros bienes.

ACTIVIDADES DE ECONOMÍA

A continuación se presentan una serie de interrogantes y ejercicios para reflexionar acerca de los conceptos y modelos que son parte del contenido sobre economía del cursillo de nivelación.

Actividad N° 1. Introducción a la economía

- A.** Comente porqué se dice que la economía es una ciencia social de la elección.
- B.** Comente en qué consiste el método utilizado para investigar en economía. Explique con sus palabras qué es un modelo y cuál es el rol de los supuestos.
- C.** Identifique si las siguientes afirmaciones corresponden a un análisis económico positivo o normativo.
- El economista Javier Milei sostiene que en su mundo ideal el Estado no debería existir.
 - Según los últimos datos del INDEC para octubre del 2022, la inflación interanual ronda el 83% en Argentina.
 - Un análisis histórico de los ingresos y gastos del Estado para Argentina muestra que en la mayor parte de su historia el Estado presenta déficit fiscal¹¹.

¹¹ Déficit fiscal es un resultado de las cuentas del Estado tal que sus gastos superan a sus ingresos.

- Economistas libertarios sostienen que la redistribución del ingreso es un acto violento, un robo.
- El economista argentino Leonardo Gasparini sostuvo en una entrevista en mayo 2022 que el impuesto a la renta inesperada podría tener un impacto redistributivo positivo en un contexto donde el ascenso social quedó “limitado a pocos afortunados”.
- Estudios económicos sobre pobreza para Argentina muestran que la región del Noreste Argentino es históricamente la más desfavorecida.

D. Identifique si las siguientes afirmaciones corresponden a un análisis macro o microeconómico.

- Estudio del mercado de yerba mate para Misiones.
- Análisis de la evolución del producto para países de Latinoamérica.
- Análisis de los determinantes de la demanda de dinero.
- Análisis de los determinantes de la oferta laboral individual de las mujeres para Posadas.
- Estudio de la evolución de la tasa de desempleo por género para Argentina.
- Análisis de la brecha en el rendimiento educativo individual de jóvenes según regiones geográficas de la Argentina.
- Análisis de la eficiencia bancaria para instituciones financieras de Argentina.

E. ¿Cuáles son las variables económicas que más suele escuchar en noticias argentinas?

F. Explicar por qué el “aire” puede ser considerado un bien ilimitado, pero el “aire puro o no contaminado” un bien limitado.

G. Explicar por qué la “luz solar” puede ser considerado un bien ilimitado, pero la “luz provista por paneles solares” un bien limitado.

H. ¿Qué opina acerca de la siguiente expresión? La adquisición de un medio de transporte puede ser una decisión de consumo o de producción según quién sea el agente económico que realice la compra.

I. Considerar la producción de determinado bien o servicio. Identificar el o los productos finales y los factores de producción utilizados en el proceso productivo.

Actividad N°2. Introducción a los modelos económicos

A. Considere una economía cerrada compuesta por el sector privado (hogares y empresas) y el Estado. Analice cómo se vería modificado el modelo del flujo circular de la renta ante la incorporación del Estado al modelo.

B. Grafique la frontera de posibilidades de producción de una sociedad que produce dos bienes (alimentos y vestimenta) utilizando dos factores de producción (tierra y trabajo) y determinada tecnología. Para ello, suponga una función cóncava con pendiente negativa.

- Identifique en su gráfica un punto eficiente, un punto ineficiente y un punto que no sea viable.
- Explique el concepto de costo de oportunidad a partir de simular un aumento en la producción de uno de los bienes, dada la tecnología y los factores de producción.
- ¿Qué ocurriría si un shock tecnológico positivo mejora la productividad de la tierra y los trabajadores? Analice los efectos con argumento económico y gráfico.

C. Suponga que el mercado de la yerba mate puede modelizarse como uno de competencia perfecta.

- Comente cuáles son los supuestos principales de este modelo de mercado.

- Represente gráficamente la curva de demanda y oferta de yerba mate considerando funciones lineales.
- Realice ejercicios de estática comparativa en base a los siguientes casos:
 - Una sequía
 - El desarrollo de una nueva tecnología para la cosecha
 - Un aumento del ingreso de los consumidores
 - Una caída en el precio del té (entendida como infusión sustituta del mate)

ADMINISTRACIÓN

¿Qué es la Administración? - Conceptos

Para empezar a adentrarnos en el concepto de administración, a continuación, se listan una serie de acepciones propuestas por diferentes autores:

Según Chiavenato (2002), la administración es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales”.

Para Koontz y O'Donnell (2007), es “la dirección de un organismo social y su efectividad en alcanzar los objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes”.

“Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz.” (H. Koontz, H. Weihrich y M. Cannice; 2008).

Álvarez, Héctor: “Es el proceso por el cual se pueden lograr ciertos fines y objetivos, o bien se trata de obtener resultados a partir de la utilización de recursos de manera eficiente”.

De Zuani, Elio: “Es el proceso de llevar a cabo eficientemente actividades, mediante el uso de personas, para conseguir una serie de objetivos”.

Jiménez Castro: “Es una ciencia social que aplica principios, técnicas, métodos y prácticas a grupos humanos organizados, para lograr esfuerzos colaborativos que permitan llegar a obtener objetivos que individualmente sería imposible alcanzar”.

Todas estas definiciones poseen elementos comunes que construyen en conjunto el concepto de administración. Además, de estas definiciones, se puede inferir que la

administración es el logro de los fines a través del Proceso Administrativo, tema que se verá más adelante.

Elementos que integran el concepto de administración

- **Es una ciencia social:** Se considera ciencia social porque la administración está orientada hacia los individuos de las organizaciones, tanto los que están dentro como fuera de ella.
- **Proceso:** Es también un proceso, es decir, que se la puede considerar como un conjunto de etapas. Aquí aparecen las etapas básicas del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar.
- **Recursos:** Se cuenta con recursos diversos para perseguir los objetivos, estos son: recursos humanos, recursos económicos, recursos financieros, recursos tecnológicos, recursos materiales, entre otros.
- **Personas:** Se orienta a las personas, el recurso más importante de las organizaciones. Sin personas, no existe la organización.
- **Objetivos:** Deben existir resultados esperados para alcanzar dentro de la organización, en diferentes plazos. La administración se enfoca en lograr objetivos.
- **Principios, técnicas, métodos:** Lineamientos, conocimientos, aplicaciones, herramientas que favorecen el desarrollo y guía de una organización.
- **Eficacia:** Hacer, ejecutar, lograr el cometido.
- **Eficiencia:** Hacer, ejecutar, lograr el cometido, utilizando la menor cantidad de recursos.
- **Esfuerzo cooperativo:** Se refiere a los esfuerzos comunes de todas las unidades organizativas de la organización.
- **Coordinación de recursos:** Cooperación entre todas las áreas y correcta distribución de recursos organizacionales.

Características de la administración

- **Universalidad:** Se puede aplicar en cualquier organización, independientemente de si persigue o no fines de lucro. Es susceptible de aplicarse a organizaciones pequeñas, medianas y/o grandes.
- **Valor instrumental:** Es un medio para alcanzar un fin, no un fin en sí mismo. A través de ella se busca mejorar los resultados organizacionales, en el camino hacia el logro de los objetivos.
- **Unidad temporal:** Es un proceso dinámico que ocurre simultáneamente.
- **Amplitud de ejercicio:** Se aplica en todos los niveles y subsistemas de la organización.
- **Especificidad:** Tiene características intrínsecas que la diferencian de otras ciencias, a pesar de que se auxilie en estas.
- **Interdisciplinariedad:** Considera todas las demás disciplinas que se vinculen con la eficiencia en el trabajo.
- **Flexibilidad:** Se adapta a la realidad particular de cada caso, no es rígida.

La administración como ciencia, técnica y arte



CIENCIA



TÉCNICA



ARTE

- a. **Ciencia:** Es el conjunto de conocimientos sistemáticamente estructurados, y susceptibles de ser articulados unos con otros. Es toda disciplina que utiliza el método científico con la finalidad de hallar estructuras generales (principios y leyes). La ciencia es el conjunto de saberes ordenados metódicamente que

permiten explicar la realidad. El método científico permite enunciar hipótesis, postulados, principios que sometidos a una prueba se convierten en leyes.

b. Técnica: Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad. El conocimiento técnico permite transformar la realidad. En el caso del administrador se vale de normas, métodos, herramientas, procedimientos y conocimientos, entre otros.

c. Arte: Es entendido generalmente como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano. El conocimiento artístico se encarga de expresar la realidad, comprendida desde la propia experiencia. Es una manifestación subjetiva.

La Administración como **ciencia** se ocupa del estudio del fenómeno administrativo en general, posee un objeto de conocimiento (las organizaciones) y se lo puede estudiar metodológicamente.

Como **técnica**, se ocupa de los métodos, instrumentos, reglas y procedimientos aplicables a las diferentes actividades del proceso administrativo.

Como **arte** se ocupa de las habilidades y destrezas del administrador.

De Zuani, afirma que la administración es el campo del conocimiento cuyo **objeto de estudio son las organizaciones**, explica su comportamiento científicamente y busca que se conduzcan con eficiencia por medio de técnicas y también del arte de quien la aplica.

Relaciones de la administración con otras disciplinas

- **Ciencias que la Nutren: Antropología – Sociología – Psicología:** Estas tres disciplinas nutren a la administración en la medida en que le entregan mayor conocimiento acerca del comportamiento individual y grupal de las personas. Los administradores deben conocer qué motiva a los individuos a perseguir sus objetivos, cuál/es son las relaciones que se forman entre ellos y cuáles son los factores que moldean sus diferentes personalidades, entre otros.
- **Ciencias que le sirven de Instrumento: Matemáticas - Estadística – Contabilidad – Informática:** Las matemáticas, estadísticas e informática proporcionan modelos probabilísticos, simulación, matrices, estadística, investigación de operaciones, programación lineal, entre otros, que favorecen en la persecución de la reducción de costos y el aumento de ganancias, entre otros. La contabilidad, por su parte, constituye una herramienta de generación de información para la toma de decisiones.
- **Ciencias Contextuales: Geografía – Historia:** Administrar una organización A siempre será diferente de administrar otra organización B, a pesar de que estas tengan características similares y se encuentren en una misma localidad. Mayor será la diferencia si hablamos de organizaciones de diferentes tamaños y ubicadas en diferentes provincias, o diferentes países. Conocer el lugar geográfico donde se encuentre la organización será determinante en el éxito o no de la misma. De igual manera, reconocer el momento histórico determinado será igual de importante, dado que los usos y las costumbres varían de región en región, y también con el paso del tiempo.
- **Ciencias Complementarias: Economía:** La economía se encarga en cierto sentido de administrar recursos finitos para necesidades infinitas. La administración debe perseguir este mismo fin dentro de las organizaciones.
- **Ciencias Normativas: Derecho:** Los administradores deben tomar decisiones dentro de las organizaciones. Muchas veces estas decisiones afectarán a terceros y tendrán

consecuencias positivas y/o negativas en las personas. La importancia aquí radica en que estas decisiones no se pueden tomar sin tener un marco reglamentario que delimite el ejercicio de la toma de decisiones, dado que existen leyes de trabajo, gremios, sindicatos u otros que se deben tener en cuenta para esta tarea.

Importancia del estudio de la administración

Las organizaciones son el objeto de estudio de la administración. Hoy en día, nuestra sociedad está integrada por instituciones y organizaciones especializadas que nos proveen bienes y servicios. Estas organizaciones se han transformado con el correr del tiempo en poderosas fuerzas sociales, que ejercen un poder significativo en la comunidad y modelan la vida del hombre, convirtiendo al ser humano en un ser organizacional.

La importancia de la administración radica en que es trascendente en la vida del hombre, en la medida que es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social, pues simplifica el trabajo para lograr mayor productividad, rapidez y efectividad. Incluso en la vida diaria es necesaria. Además, mediante la administración, se promueve el desarrollo económico, político y social.

Proceso administrativo (Fayol)

Es la herramienta elemental para la conducción de las organizaciones. En su concepción más sencilla, se puede definir el Proceso Administrativo como la administración en acción o el conjunto de fases sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración.

El Proceso Administrativo es el conjunto de etapas necesarias para llevar a cabo una actividad, organización o empresa, y que consta de dos fases: mecánica y dinámica. En la fase mecánica se encuentran las etapas del planificación y organización, donde se fijan los cimientos que sostendrán las actividades que se

pretenden realizar; mientras que en la fase dinámica se encuentran las etapas de dirección y control, donde se pone en marcha la organización.

Etapas básicas del Proceso Administrativo (Fayol):

- **Planear:** Anticiparse a los hechos. Es lo que la organización proyecta hacia el futuro en cuanto a: políticas, objetivos, estrategias, valores, entre otras.
- **Organizar:** Vinculado a la estructura, el orden. Asignación y distribución de funciones. En esta etapa se distribuyen las funciones de trabajo, se coordina el conjunto de todas las formas en las que se dividirá el trabajo, se departamentaliza, se plantea la jerarquización de la organización.
- **Dirigir:** Guiar a las personas para conseguir los objetivos. Lograr que las cosas se hagan.
- **Controlar:** Comparar lo planificado con lo ejecutado.

La Figura N°1 resume el Proceso Administrativo de Fayol y detalla algunos de los elementos más relevantes en cada etapa.



Figura	N°1.	Proceso	Administrativo
Fuente: Elaboración propia en base a Fayol.			

ORGANIZACIONES

Concepto

Cuando varias personas con determinados medios y fines se unen y coordinan sus esfuerzos para alcanzar objetivos comunes, dan inicio y vida a una Organización.

Talcott Parsons (1960) define a las organizaciones como: *“unidades sociales o agrupaciones humanas deliberadamente construidas o reconstruidas para alcanzar fines específicos”*.

... *“Sistema social integrado por individuos y grupos que, bajo una determinada estructura y dentro de un contexto al que controlan parcialmente, desarrollan actividades aplicando recursos en pos de ciertos valores comunes”* (R. Solanas, 1993).

Características de las Organizaciones (Etzioni)

- **Fines:** Es la razón de ser de toda organización. Es el motivo por el cual se crea la organización.
- **Conjunto de hombres y medios:** Las personas que conforman la organización y los diferentes recursos con los que cuentan para poner en marcha a la institución.
- **Esfuerzo coordinado:** Refiere a la comunicación efectiva entre los miembros de la organización y la persecución de los resultados esperados por el ente de forma conjunta.
- **Racionalidad:** Se relaciona con la utilización de la razón para afrontar la toma de decisiones, ejecución de tareas y generación de ideas.

- **Sistemas de relaciones y dependencias:** Conjunto de tipos de autoridad formales y canales de comunicación formales de la organización.
- **División del trabajo:** Es la división de las actividades del ente y también la partición de la organización en los tres niveles: político estratégico, logístico gerencial y táctico operativo.
- **Presencia de uno o más centros de poder:** Se vincula con los centros de poder formales y los centros de poder informales.
- **Impersonalidad:** Se relaciona con que, ante la situación de ausencia de uno de los integrantes de la organización, su actividad debe continuar.
- **Interacción recíproca:** Vínculo con el entorno. Relación con el micro y macro entorno de la organización.
- **Conjunto o sistema de valores:** Son los valores que moldean la cultura organizacional, decididos por el nivel político estratégico, los que en la práctica convergen con los valores de cada uno de los integrantes de la compañía.
- **Sistema de roles-status:** Se refiere a los cargos formales y a la posición social dentro de la organización.
- **Autosuficiencia:** Toda organización debe velar por obtener sus propios recursos.
- **Duración:** La organización debe continuar más allá de la vida de sus fundadores.

Para qué sirven las organizaciones

- Generan oportunidades de trabajo para las personas.
- Crean y elaboran productos, brindan servicios.
- Aumentan la calidad de vida de la sociedad.
- Satisfacen necesidades y modifican las formas en que las personas las satisfacemos.
- Crean y transmiten conocimientos y técnicas.

- Distribuyen recursos.
- Generan, ejercen y transmiten poder en la sociedad.
- Son medios para crear, conservar y transmitir el conocimiento.
- Crean símbolos, imagen y prestigio.
- Permiten alcanzar objetivos individuales y sociales.

Recursos con los que cuentan las organizaciones

- Recursos humanos.
- Recursos económicos y financieros.
- Recursos materiales.
- Recursos tecnológicos.
- Recursos naturales y energéticos.
- Ideas, conocimiento, información.
- Nombre, prestigio, símbolos y marcas.

Entorno de las organizaciones (macro y micro entorno)

Álvarez, H. F.: “El entorno de una organización es el conjunto de todos los elementos o actores externos que le son pertinentes y relevantes para su actuación. Se trata de un conjunto de factores que no están a primera vista bajo el control de la organización y que influyen en sus resultados.

El entorno conforma las fuerzas e instituciones relevantes que afectan las transacciones entre la organización y sus mercados.

De Zuani, E.: “Medio ambiente y todo fenómeno externo a los límites de la Organización y que afecta a su funcionamiento”.

En este sentido, el entorno se compone de dos campos:

- **Macro entorno o ambiente general:** Amplio conjunto de factores que delimitan las reglas del juego y el marco general en que todas las organizaciones/empresas se van a desenvolver. Afecta por igual a un conjunto de organizaciones en un espacio y tiempo dado.
- **Micro entorno o ambiente específico:** Conjunto de factores que repercuten en las organizaciones/empresas en forma directa. Afecta a un conjunto de empresas con características comunes.

Macro entorno – Factores (Kotler y Keller)

- **Factor demográfico:** La evolución demográfica suele darse a un ritmo bastante previsible. El principal factor que los especialistas en marketing analizan es la población, incluyendo su tamaño y tasa de crecimiento en las ciudades, regiones y naciones; su distribución por edad y composición étnica; sus niveles educativos; sus sistemas familiares, sus características regionales, y su movimiento.
- **Factor económico:** El poder adquisitivo de una economía depende del ingreso, de los precios, de los ahorros, del endeudamiento y de las facilidades de crédito. Como demostró con toda claridad la crisis económica de 2009, las tendencias que afectan el poder adquisitivo pueden tener un fuerte impacto en las empresas, sobre todo en aquellas cuyos productos están orientados a consumidores de altos ingresos y aquellos sensibles al precio.
- **Factor político-legal:** El entorno político y legal consiste en leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan tanto a las organizaciones como a los particulares. En ocasiones la legislación también genera nuevas oportunidades para las empresas. La normativa que obliga al reciclaje ha provocado un despegue sin precedentes en este sector, así como la aparición de numerosas empresas que fabrican productos con materiales reciclados. Existen dos tendencias principales en el entorno político-legal: el

aumento de leyes que rigen a las empresas, y el crecimiento de los grupos de presión.

- **Factor sociocultural:** Las personas absorben, casi inconscientemente, una visión del mundo que define su relación consigo mismas, con los demás, con las organizaciones, con la naturaleza y con el universo. Las creencias y costumbres de una sociedad repercuten favorable o desfavorablemente en las organizaciones, de acuerdo con los sentimientos y emociones que despiertan sus productos y/o servicios.
- **Factor ambiental:** Las oportunidades esperan a quienes puedan conciliar la prosperidad con la protección del medio ambiente. Los ecologistas corporativos reconocen la necesidad de integrar las cuestiones ambientales en los planes estratégicos de las empresas. Las tendencias en el entorno natural a las que los especialistas en marketing deben estar atentos incluyen: la escasez de materias primas, especialmente el agua; el aumento del costo de la energía; el aumento de los niveles de contaminación, y el papel cambiante de los gobiernos.
- **Factor tecnológico:** Se deben seguir de cerca las tendencias tecnológicas: el acelerado ritmo de cambio, las oportunidades ilimitadas de innovación, los cambiantes presupuestos destinados a investigación y desarrollo, y una mayor regulación de los cambios tecnológicos. Los avances tecnológicos disponibles pueden permitir a una compañía mejorar la calidad de sus productos y/o servicios, si se aprovechan correctamente.

Micro entorno – Modelo de las 5 Fuerzas (Porter)



Figura N°2. Las 5 fuerzas de Porter Fuente: Porter.

- **Competidores:** La rivalidad entre los competidores existentes tiene como objetivo mejorar la posición de las empresas competidoras utilizando tácticas como la competencia en precios, batallas publicitarias, introducción de nuevos productos e incrementos en el servicio al cliente o de la garantía.
- **Competidores potenciales:** Si una industria tiene una elevada rentabilidad, las empresas que operan en otros sectores o simplemente los nuevos empresarios, tendrán incentivos elevados para entrar a esa industria y competir a menos que existan frenos u obstáculos a la entrada de nuevas empresas.
- **Proveedores:** Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios.

- **Compradores:** En algunos sectores, los clientes (no necesariamente el usuario final) pueden gozar de un elevado poder de negociación, en cuyo caso, dichos compradores pueden actuar en el sector industrial forzando la bajada de precios, negociando por una calidad superior o disponer de más servicios, mejorar las garantías o las formas y plazos de pago, llegando incluso a exigir la exclusividad del proveedor.
- **Productos sustitutos:** Los productos sustitutivos o sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero que se basan en una tecnología diferente. Estos productos suponen una amenaza permanente para los que actualmente están compitiendo en la industria ya que el producto sustitutivo limita el precio máximo que puede fijarse sobre el producto, reduciendo con ello, los márgenes de la industria.

EMPRESAS

Concepto

De Zuani, E.: “Una organización con finalidad económica y con responsabilidad social, generadora de productos y servicios que satisfacen necesidades del ser humano”.

Las empresas deben cumplir un rol social importante dentro de la nueva economía de mercado, su fin último debe ser la producción de bienes y servicios, pero con responsabilidad social.

Es la célula fundamental de la socioeconomía que, mediante una adecuada administración y organización, coordina los factores concurrentes para producir y comercializar bienes y servicios para lograr beneficios que le permitan subsistir y permanecer en el tiempo.

Toda empresa es una organización, pero no toda organización es una empresa.

Objetivos de las empresas

Para lograr lo anterior, las empresas deben cumplir con objetivos intermedios:

- **Beneficio económico:** Necesariamente deben percibir una rentabilidad positiva por las actividades que desarrollen, de lo que depende su supervivencia, mantenimiento y crecimiento.
- **Equilibrio financiero:** Deben buscar armonizar sus ciclos de pagos y de cobros, con la finalidad de evitar situaciones de descalce y poder contar con liquidez para sus operaciones diarias.
- **Eficiencia ecológica:** Deben apuntar a lograr administrarse eficientemente en cuanto a su gestión de recursos.
- **Calidad de productos/servicios:** Deben velar por el cumplimiento de sus procesos y la entrega de una calidad adecuada a sus clientes.

Clasificación de las empresas

- **Según su actividad económica**
 - Sector primario: Obtienen los recursos a partir de la naturaleza. Agrícolas, ganaderas, pesqueras, entre otras.
 - Sector secundario: Dedicadas a la transformación de bienes. Industriales y de la construcción.
 - Sector terciario: Dedicadas a la oferta de bienes y servicios. Reventa.
- **Según explotación**
 - Comerciales: Todas las empresas son comerciales. Compra y venta de bienes y servicios.
 - De servicios: Aquellas empresas que producen y comercializan únicamente servicios. Sanatorios, hoteles, entre otros.

- De producción. De comunicaciones. Forestales. De extracción. Financieras. De transporte.

- **Según el tamaño**

- Grandes.
- Medianas.
- Pequeñas.

**Verificar clasificación de Argentina en cuanto al tamaño.*

- **Según la forma de integración de su capital**

- Privadas: La integración del capital pertenece a un particular.
- Estatales: La integración del capital es del Estado.
- Mixtas: La integración de capital está comprendida por aportes particulares y del Estado.

- **Según su forma jurídica**

- Unipersonal.
- Colegiada o Institucionalizada: Sociedad Anónima. Sociedad de Responsabilidad Limitada. Civil. Colectiva. Cooperativa. De capital e industria.

- **Según el origen de su capital**

- Nacional: Cuando el origen del capital corresponde al país de origen.
- Extranjeras: Cuando el origen del capital no corresponde al país de origen.
- Mixtas: Cuando el origen del capital comprende al país nativo y a extranjero/s.

- **Según la ubicación geográfica**
 - Locales: La ubicación de las sucursales se encuentra en niveles locales.
 - Nacionales: La ubicación de las sucursales abarca gran parte del territorio del país.
 - Multinacionales: La ubicación de las sucursales comprende varios países.
- **Según continuidad generacional**
 - Empresas familiares o empresas de familia: El capital o la gestión de la empresa es manejado por una o más familias, y esto ocurre por más de una generación.
 - Empresas no familiares: El capital y la gestión de la empresa no responden a un grupo familiar.

Emprendedores

Javier Sánchez Galán (2015): “Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial”.

Características de los emprendedores (J. S. Galán)

- Creatividad empresarial, para pensar “fuera de la caja” e idear un nuevo negocio disruptivo.
- Liderazgo, de manera que puede guiar a un equipo en la consecución de los objetivos planteados por la empresa.

- Capacidad de adaptación, pues en el camino el emprendedor puede descubrir, por ejemplo, que su modelo de negocio no es el óptimo. Entonces, puede hacer cambios sobre la marcha para mejorar los resultados.
- Perseverancia, pues los emprendedores no siempre triunfan en su primera aventura empresarial.
- Pasión, de manera que el emprendedor se dedique con entusiasmo a su empresa, no solo para obtener ganancias, sino por vocación. De ese modo, hasta los clientes podrán percibir dicho entusiasmo.
- Confianza en sí mismo. De esa forma, puede transmitir optimismo y determinación a su grupo de trabajo para poder alcanzar los objetivos propuestos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Concepto

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sustentable y sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, por lo tanto, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

La RSE puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Objetivo de la RSE

El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor

competitividad y sostenibilidad para las empresas. Así, ser responsable socialmente generará automáticamente más productividad, puesto que una mejora en las condiciones para los trabajadores optimizará también su eficacia.

Fuente: <https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>

ROL DEL ADMINISTRADOR PROFESIONAL

El profesional en administración

Peter Drucker expresa que “El Licenciado en Administración o bien el Licenciado en Administración de Empresas es un profesional universitario preparado de manera integral, con una sólida formación humanística, que cuenta con bases teóricas, metodológicas y técnicas para obtener una visión multidisciplinaria del proceso administrativo, es decir, hábil en el campo de la planificación, la organización, la dirección y el control; especialista en coordinar los esfuerzos humanos y materiales para el logro de los objetivos institucionales y empresariales”.

El Licenciado en Administración de Empresas (LAE) y/o Licenciado en Administración (LA), debe poseer una pensamiento analítico, reflexivo, crítico, creador, orientador y con una capacidad de iniciativa que le permita tener activa y protagónica participación en el desarrollo económico y social, que sea capaz de interpretar las estructuras históricas, económicas, sociales y políticas del país, de la región, del contexto internacional para que racional y humanamente dilucide su realidad, adoptando una posición científica frente a éstas diversas problemáticas, proporcionando estrategias que den respuesta a las demandas sociales, económicas, culturales y otras propias de cada sociedad en la cual debe actuar como factor de cambio.

El profesional en administración puede desarrollarse laboralmente en diversos ambientes:

- En relación de dependencia, en organizaciones tanto públicas como privadas.
- En el ejercicio de la profesión liberal, como consultor externo, asesor en distintas especialidades, marketing, reclutamiento y selección de personal, capacitación, análisis de sistemas, etc.
- Como emprendedor, gestionando su propio negocio.
- Como perito judicial.
- Como docente e investigador universitario.

Desafíos del administrador del futuro

- Profesional proactivo.
- Que sepa interpretar y actuar ante los escenarios económicos.
- Que sea emprendedor, innovador, de gran creatividad.
- Que desarrolle una identidad y cultura organizacional propia y eficiente.
- Un buen gestor e interpretador de los cambios.
- Que garantice a la organización el logro de su misión y el cumplimiento de su responsabilidad social.
- Que utilice eficientemente los recursos humanos, técnicos, financieros de la organización.
- Que vigile, propicie la capacitación y desarrollo de los miembros de la organización en todos sus niveles.
- Que fomente la integración, la motivación, eficiencia, productividad de un excelente equipo integrado de trabajo.
- Que cuente con conocimientos actualizados.
- Un generador de nuevos paradigmas.

Temas de actualidad de administración

Investigación por parte de alumnos: Gestión sostenible. Minería de datos. Big data. Digitalización. Gestión del conocimiento. Otros.

ACTIVIDADES DE ADMINISTRACIÓN

ACTIVIDAD Nº1

- a) Reflexionar y elaborar un **concepto de administración** con sus propias palabras, a partir de las definiciones vistas en la teoría.
- b) ¿Qué son las organizaciones?
- c) ¿Cuáles son las características de las organizaciones?
- d) ¿Qué recursos necesitan para funcionar?
- e) ¿Por qué las organizaciones son el objeto de estudio de la Administración?
- f) ¿Por qué y cómo surgen las organizaciones?

ACTIVIDAD Nº2

- a. Leer los enunciados de la siguiente tabla y determinar a qué etapa del **Proceso Administrativo** corresponde cada uno:

Enunciado	Etapas del Proceso Administrativo
En la empresa Construcciones SA, Javier se encarga de la atención a clientes y Gastón se encarga de la supervisión a los empleados. Cintia, por su parte, realiza las compras a los proveedores.	
Susana y Pedro, dueños de librería SP Posadas,	

esbozan los objetivos esperados para el mes que viene: • Aumentar las ventas de útiles escolares en un 20% con respecto al mes pasado. • Disminuir los costos de servicio en un 10% con respecto al semestre pasado.	
Fabiana es la dueña de Diseño FBP, empresa de marketing. Lidera el equipo de trabajo y decide las funciones del resto de los integrantes.	
Gaspar, trabajador de Diseño FBP, al final de cada mes verifica y contrasta los montos facturados por la empresa con los ingresos económicos y financieros de la compañía.	

- b. Seleccionar una organización del medio local y plantear brevemente el proceso administrativo con ejemplos concretos.

ACTIVIDAD N°3

Leer el enunciado y determinar 5 **características** aplicadas en la organización descripta (las características pueden ser extraídas y/o propuestas por el/la estudiante). Fundamentar cada característica:

Duomo Helados:

Duomo Helados nace en el mes de enero de 1991, en la ciudad de Posadas, Misiones, como una empresa dedicada a la elaboración y venta de



helados, enfocada a desarrollar productos y servicios de excelencia, buscando ser reconocidos como la mejor opción de helados en la región.

Su fábrica está ubicada en la ciudad de Posadas, en la cual se elaboran los distintos sabores, cumpliendo estrictamente con los parámetros exigidos por el Código Alimentario Argentino.

Es política de Duomo elaborar los sabores con frutos naturales, seleccionados cuidadosamente. Sus bases de crema aportan todos los nutrientes que contienen la leche y la crema de leche. Las normas de higiene y de buena calidad son fundamentales para la empresa, por ello garantizan la fabricación de los helados, de acuerdo a los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES) y a las Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM).



Duomo cuenta con más de 70 sucursales, distribuidas en las provincias de Misiones, Corrientes, Entre Ríos y Chaco. Por eso, hoy en día se sienten parte del corazón de sus clientes, sus cálidos colaboradores y sus distribuidores con quienes forman una gran familia.

Desde su eslogan "Calidad desde el origen" se describe el espíritu de una Industria 100% Misionera, que apuesta a seguir invirtiendo fuertemente en su provincia y en el Nordeste Argentino.

Fuente: <https://www.duomohelados.com.ar/>

Características:

- a) _____
- _____
- _____

- b) _____

- c) _____

- d) _____

- e) _____

ACTIVIDAD Nº4

Entorno de las organizaciones.

- a) Seleccionar una organización o empresa y buscar 3 noticias del contexto que influyan en ella (micro y/o macro entorno).
- b) Dado el siguiente caso: SANATORIO BORATTI Fuente: <http://www.sanatorioboratti.com.ar/> CONSIGNA: Identificar quienes son los clientes, competidores, proveedores y sustitutos de la organización elegida. Buscar en internet, diarios o revistas otras variables que afecten o influyan en la organización. Recortar y pegar la noticia con una breve explicación.

ACTIVIDAD Nº5

- a) ¿Qué son las empresas? Identifique sus principales características

--

b) Clasificación de empresas. A partir de las empresas propuestas, realice su clasificación de acuerdo con los criterios vistos en clases:

EMPRESA	Actividad económica	Explotación	Tamaño	Integración de capital	Forma jurídica	Origen de capital	Ubicación geográfica
YPF							
Galver							
Duomo							

ACTIVIDAD Nº6

Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

- ¿Qué entiendes por RSE? ¿Qué asuntos o temas abarca la RSE? ¿Cuál es el objetivo de la RSE?
- Busque tres ejemplos de RSE actuales en empresas del medio local.

CONTABILIDAD

LA CONTABILIDAD – DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Las definiciones que caracterizan a la contabilidad indican que su función básica es brindar información que permita la planificación y el control de la gestión en la organización.

Es un sistema de información que debe garantizar el control de las acciones que realizan aquellos que tienen la responsabilidad de dirigir la entidad, debiendo garantizar la anotación o registro de todos los hechos económicos que se producen en la vida de la organización y proporcionarla a diferentes interesados o usuarios que la necesiten.

Cuando hacemos referencia a una organización, es común pensar que ella está integrada por un gran número de personas.? Esto no necesariamente debe ser así, ya que basta una persona o un pequeño grupo para formar una organización, en la medida en que exista entre sus miembros al menos un objetivo en común, que pueden ser o no de índole económica.

Actividad 1. Analicemos a continuación los siguientes casos:

Consigna: ¿Estos cuatro casos constituyen ejemplos de organización?



1. Un docente universitario y su ayudante de cátedra se reúnen los días viernes con varios alumnos en un aula de la Facultad de Ciencias Económicas, a efectos de profundizar sobre los temas analizados durante la semana.

2. Un grupo de docentes instala una academia, a los fines de brindar enseñanza personalizada de apoyo universitario. Afectan para tal actividad, escritorios, sillas, pizarrones, alquilan un local y contratan los servicios de personal administrativo.

3. Un individuo que posee un



local comercial adecuadamente equipado, se dedica a la comercialización de artículos de ferretería, para lo cual contrata vendedores.

4. Un grupo de amigos se reúne una noche al mes en una casa familiar, con la intención de jugar al ajedrez.

Podemos observar en todos los casos presentados ciertos elementos particulares: “presencia de uno o más individuos con un fin común” Así, en el primer caso, observamos que existen profesores que tienen por fin profundizar temas del programa de estudio; en el segundo caso, un grupo de docentes con la intención de brindar apoyo educativo; en el tercer caso, un individuo que se dedica a comprar y vender artículos de ferretería y en el cuarto caso una reunión de amigos para jugar al ajedrez.

Destaquemos que: En el caso 1 estamos frente a una organización educativa: Facultad de Ciencias Económicas, que cuenta con todos los elementos que componen a una organización, aclarando que los recursos son provistos por el estado nacional; en los casos 2 y 3 el grupo afecta un patrimonio para el logro de los fines propuestos

En todos estos ejemplos tal vez nos resulte difícil advertir que el patrimonio es un elemento necesario para la consecución de los fines del ente. Sin embargo, sabemos que no es posible enseñar sin bancos, jugar al fútbol sin una cancha, presentar una obra clásica sin una escenografía apropiada o determinar los valores de la tensión arterial sin un tensiómetro.

Todo ente u organización para llevar adelante sus fines, requiere de recursos económicos y humanos, como también de una administración sobre los mismos. Con estos elementos desarrolla su "**ciclo operativo**", constituido por el conjunto de operaciones básicas que debe realizar un ente u organización para lograr los objetivos propuestos.

Detengámonos brevemente en el concepto de **BIENES ECONÓMICOS.....**

Los recursos que utilizan los hombres y las organizaciones para satisfacer sus necesidades están presentes en la naturaleza o son reconocidos como tales por el hombre. Los recursos que se presentan en abundancia y se obtienen libremente no son materia de intercambio y por lo tanto no cuentan con un valor económico medible objetivamente, por ej., el aire que respiramos.

Pero hay otros bienes que son escasos y al ser demandados por los usuarios adquieren un valor de intercambio medible económicamente. A estos últimos se los denomina "Bienes Económicos".

Bienes Económicos	No Económicos		El aire que respiramos
		Materiales	Un cuadro pintado por Salvador Dalí
			Bienes para ser vendidos
		Inmateriales	Derechos de un compositor sobre sus canciones
			Marca por la cual se reconoce un artículo en la góndola del supermercado

Fuente: Pahlen Acuña y otros

Actividad 2.

Tipo de Bien	Comentario	Es un bien económico para el ente: SÍ	Es un bien económico para el ente: NO
Dinero efectivo en	Obtenido por el ente como resultado de una venta		
Dinero efectivo en	Uno de los directivos tiene que realizar una operación y lo dejó a resguardo en la caja de seguridad del ente cuando fue a una reunión fuera de la empresa		
Rodado	Patentado a nombre del ente. Se utiliza para la distribución de mercadería		

Cuentas a Cobrar	Derecho que tiene el ente a cobrar en el futuro el producto de una venta realizada		
Mercaderías	Bienes de propiedad del ente para su venta		

- **Consigna:** Completar el cuadro siguiente para reconocer si se trata de bienes económicos o no. Marcar la columna correspondiente a la respuesta correcta.

Sigamos con los **RECURSOS**

Para llevar a cabo sus actividades el ente necesita recursos con los que podrá completar su ciclo operativo, es decir, comprar bienes que luego procederá a comercializar en el mismo estado en que se adquirieron o, tras un proceso de transformación, vender los bienes, proceder a su cobranza y pagar lo adeudado por las compras efectuadas.

Dichos recursos se conforman por el conjunto de bienes con el que opera el ente, materiales o inmateriales, que poseen utilidad económica para el ente (valor de cambio, ej. mercaderías, o valor de uso, ej. Rodados).

AVANZAMOS EN LA DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA CONTABILIDAD

Nos preguntamos:

¿CUÁL ES EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LA CONTABILIDAD?

Nuestra sociedad se halla integrada por un conjunto de personas que se encuentran interactuando permanentemente, intercambiando entre ellos bienes y servicios, y asumiendo compromisos/obligaciones respecto de acciones/actividades a desarrollar en un futuro. ¿Esto nos recuerda al concepto de organización?

Entonces:

El ámbito de actuación de la contabilidad son las **ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, CON Y SIN FINES DE LUCRO.**

¿QUÉ OBJETIVOS PERSIGUE LA CONTABILIDAD?

En cualquier actividad, la gestión se lleva a cabo considerando el objetivo, aquello que se quiere lograr, y para ello constantemente deben tomar decisiones, para lo cual resulta necesario disponer de buena información contable con el intento de tomar la mejor

decisión. Precisamente el objetivo de la Contabilidad es preparar información útil para la toma de decisiones.

La Contabilidad ayuda a tomar decisiones pues brinda información sobre el patrimonio y su evolución, pero también capta datos referidos a conceptos que no integran el patrimonio (por ejemplo, los bienes de propiedad de terceros en poder del ente) y suministra información que hacen a otros fines, por ejemplo. el cumplimiento de ciertas obligaciones legales, impositivas, entre otras.

Entonces:

La Contabilidad persigue el objetivo de **BRINDAR INFORMACIÓN ÚTIL PARA LA TOMA DE DECISIONES Y EL CONTROL RESPECTO DEL PATRIMONIO.**

Vemos las expresiones de algunos autores respecto al concepto de contabilidad: Wiliam L. Chapman:

“Es un sistema de información basado en normas teóricas de carácter flexible y utilidad práctica comprobada que registra, clasifica y resume los hechos económicos financieros, referidos a la valuación y evolución del Patrimonio de la organización económica, con el propósito de producir datos útiles para la toma de decisiones y el control”

A. Lopes De Sa:

“La contabilidad es la ciencia que tiene por objeto el patrimonio de las empresas y las entidades y que observa los acontecimientos operados en el mismo, en función de la finalidad que se proponen cumplir esas empresas y entidades.”

La Contabilidad registra, clasifica y resume los hechos y actos económicos y financieros de una empresa; informa sobre la composición, la valuación y las variaciones de su Patrimonio a una fecha dada y los resultados correspondientes a un período determinado.

Actividad 3.

- **Consigna:** Investigue y defina un concepto de Contabilidad. (citar las fuentes). Explique con sus palabras que significa cada término o frase utilizada en la definición.

Emisores y usuarios de la información contable.

¿QUIÉNES PUEDEN EMITIR INFORMES CONTABLES?

¿QUIÉNES SON LOS DESTINATARIOS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE? ¿Para quiénes sería importante la información sobre contabilidad? ¿Por qué?

Entes Emisores: Dada las cuestiones que trata la contabilidad, podría emitir informes contables, cualquier ente susceptible de tener un patrimonio. Recordemos que jurídicamente son personas todos los entes susceptibles de adquirir derechos o contraer obligaciones, y nuestro Código Civil y Comercial distingue entre: Personas Humanas (individuo) y Personas Jurídicas (sociedades comerciales, asociaciones civiles, etc.)

Las personas humanas no suelen mantener sistemas de información, por lo tanto, los emisores habituales de informes contables son las personas jurídicas.

Entonces: Los destinatarios de la información contable son los **USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS RELACIONADOS CON DICHAS ORGANIZACIONES.**

USUARIOS INTERNOS: Son aquellas personas (integrantes de la administración) que pertenecen a la organización y que requieren permanente información que debe ser utilizada continuamente en el proceso de gestión, el cual incluye la toma de decisiones y el posterior control de los efectos producidos para, eventualmente, realizar las correcciones necesarias.

USUARIOS EXTERNOS: Corresponden a este tipo de usuarios, los agentes del contexto exterior del ente, con los que se interrelaciona o puede hacerlo en un futuro. Dentro de éstos encontramos a los bancos que suministran asistencia financiera, los proveedores que nos entregan bienes o servicios y difieren el momento de su cobro, el Estado nacional, provincial o municipal que percibe impuesto o tasas de acuerdo con las respectivas leyes, etc.

Se puede apreciar que los requerimientos de cantidad, calidad y frecuencia de información que cada uno de los usuarios externos puede demandar, es necesariamente diferente entre sí y también con relación a los usuarios internos.

Los usuarios internos requerirán una información sumamente detallada y en forma permanente o continua sobre los aspectos de los que hacen a la gestión de administración.

Los usuarios externos necesitan información compendiada, global, excepcionalmente detallada, y usualmente de manera no permanente pero sí periódica, para poder tomar las decisiones que hacen a su proceso decisorio respecto del ente emisor.

Usuarios de la información contable: Podemos enunciar, entre otros, la siguiente lista de interesados en los informes contables:

1. proveedores y otros acreedores
2. administradores (gerentes)
3. empleados y sindicatos
4. personas humanas o jurídicas que les compran bienes o servicios (clientes)
5. organismos de recaudación de impuestos
6. abogados
7. economistas
8. accionistas/socios
9. entidades financieras
10. organismos estatales de control

Actividad 4.

- **Consigna:** ¿En la lista precedente hay **USUARIOS INTERNOS** (los pertenecientes al ente emisor),

Y EXTERNOS (los restantes)? ¿Los identificamos?

.....

.....

.....

.....

.....

Los **MOTIVOS** por lo que los terceros se interesan en la información contable de un ente son diversos, por ejemplo:

- ❖ Una entidad bancaria querría saber si el ente puede generar fondos que le permitan devolver el capital y los intereses de la financiación.
- ❖ Estado y sus organismos fiscales: la información contenida en los informes contables les permite verificar la correcta liquidación de los tributos y cargas previsionales a percibir.
- ❖ Los acreedores utilizan la información financiera para conocer la solvencia crediticia de la empresa y así tomar decisiones, ya sea para ampliar el crédito otorgado o que se pongan restricciones a los gastos para pagar las deudas.

Actividad 5.

- **Consigna:** En la lista precedente hay motivos por los que los terceros se interesan en la información contable de un ente, ¿Planteamos otros ejemplos?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

De esta manera, durante toda la vida del ente se deberá contar con información que le permita delinear cursos de acción y también información sobre cuáles fueron las consecuencias de las decisiones tomadas. O sea, se requiere contar con información que refleje los hechos económicos ocurridos como resultado de las decisiones adoptadas.

La contabilidad, como elemento del sistema de información de la empresa, proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a los que la dirigen y a los terceros que interactúan con ella.

De la lectura surgen conceptos tales como patrimonio, y

¿A QUÉ DENOMINAMOS PATRIMONIO?

El patrimonio **es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones de un ente.**

Son bienes, por ejemplo: el dinero, las sillas, escritorios, computadoras, inmuebles, automotores, maquinas, etc.

Son derechos, por ejemplo: el derecho a recibir el precio de la cosa vendida (contrato de compraventa), o a recibir el valor de la locación (contratos de alquiler), la hipoteca (o sea el derecho real constituido sobre un bien inmueble en resguardo de un crédito), etc.

Son obligaciones, por ejemplo: proveedores (deudas del ente para con terceros que nos proveen de mercaderías en cuenta corriente, es decir a ser abonadas a los 30, 60 o más días).

Toda organización para llevar adelante su objeto social necesita una cantidad de bienes económicos, denominados recursos, que obtiene mediante el aporte de sus dueños/socios/accionistas (capital propio) o bien por los aportes realizados por terceros a la organización, en calidad de préstamo (obligaciones con terceros ajenos al ente).

Esta es la forma en que se financian los primeros recursos del ente para que pueda iniciar el desarrollo de sus actividades, en cumplimiento del objetivo del mismo.

Al hablar de recursos (bienes y derechos), nos referimos en el lenguaje contable al **Activo**, y al conjunto de obligaciones las denominamos contablemente como **Pasivo**.

La composición de este patrimonio se verá modificada tanto por las operaciones que realice la organización, como por la influencia del contexto. Esto provoca variaciones patrimoniales que deberán ser reconocidas contablemente.

Actividad 6.

- **Consigna:** ¿Cómo está representado el patrimonio de un ente?

Actividad 7.

- **Consigna:** Elija una organización que conozca e indique cómo está representado su patrimonio. Puede hacer la búsqueda en diarios, revistas o internet, indicando la fuente utilizada.

.....¿A qué nos referimos como: **Hechos económicos que afectan la composición del patrimonio de las organizaciones. ?**

Se denominan **hechos contables** a los actos o transacciones que, teniendo consecuencias de contenido económico, **afectan al patrimonio de la organización** de forma directa y concreta. Sin embargo, conviene precisar que no todos los hechos económicos que realiza la empresa afectan a su patrimonio, por lo que no son captados por la contabilidad.

Siguiendo a Leila Di Russo de Hauque y otros, los hechos económicos que afectan al Patrimonio pueden clasificarse de acuerdo con determinados criterios conforme a:

- a) **Hechos económicos externos:** son aquellos que provienen del intercambio del ente con el exterior:
 - **Vinculados a terceros:** se originan en la interacción con terceros ajenos al ente. (compras, ventas, pagos, cobros, etc.).
 - **Contextuales:** se originan en hechos externos sobre los cuales el ente no tiene control, es decir, no depende de él que el hecho ocurra o no; pero al producirse tiene sus efectos en el Patrimonio.

Ejemplos: un cambio en la cotización de la moneda extranjera, hechos fortuitos, como incendios o fenómenos naturales, como sismos e inundaciones, que destruyen bienes

componentes del activo y todo otro hecho similar ajeno a la voluntad de la organización que provoque alteraciones en su Patrimonio.

- b) **Hechos económicos internos:** son aquellos que ocurren dentro del ente, sin interactuar con terceros.

Ejemplos: la transformación de materias primas en productos elaborados; el traslado de mercaderías entre depósitos y otras situaciones originadas dentro de la organización que afecten su patrimonio.

En la mayoría de los casos, las operaciones y hechos económicos se formalizan mediante distintos instrumentos, que pueden ser **comprobantes** de diverso tipo, por ejemplo, documentos legales, pero también pueden presentarse situaciones no formalizadas, que surgen de las relaciones económicas y del contexto, que el sistema contable deberá captar.

Algunos ejemplos de comprobantes relacionados con operaciones son las facturas, recibos, notas de débito, notas de crédito, remitos, etc. Como otro tipo de documentación se puede citar: una escritura pública por la compra de un Inmueble, un convenio de rescisión de la relación laboral suscripto con un abogado.

En los casos de acontecimientos externos a la organización, siendo sus consecuencias de público conocimiento, se puede utilizar como evidencia la información pública que resulte confiable, por ejemplo, si la organización posee moneda extranjera, los efectos del mercado sobre los valores son de público conocimiento, pues se publica su cotización en diarios escritos, orales, televisión, agencias de cambios, bancos. Esta información se puede utilizar como evidencia de respaldo relacionada con el valor de la moneda extranjera y según las normas y criterios aplicables, decidir la registración que corresponda.

De acuerdo con lo expuesto, para todas las operaciones y hechos económicos que deben registrarse contablemente, será necesario disponer de algún tipo de evidencia de respaldo.

Actividad 8. Diferenciando hechos económicos.

- **Consigna:** En cada una de las afirmaciones indicar cuáles son VERDADERAS y cuáles son FALSAS y fundamentar la respuesta:
 - 1) La compra de mercaderías abonadas en efectivo no es un hecho económico.....

- 2) Se recibe la mercadería comprada y se firma el duplicado del remito para que el vendedor se notifique que se recibió conforme, constituye un hecho económico.....
- 3) Un cliente reclama haber recibido la mercadería en una fecha diferente a la pactada. Este reclamo constituye un hecho económico.....
- 4) Los vendedores de la empresa reciben del gerente de comercialización la lista de precios. Esto es un hecho económico.....
- 5) Se venden mercaderías al contado. Constituye un hecho económico.....
- 6) Entregamos la mercadería que fue vendida a nuestro cliente junto con el original y duplicado del remito y el original de la factura correspondiente. El cliente nos devuelve el duplicado del remito firmado por él consignando haber recibido conforme el pedido realizado. Constituye un hecho económico.....
- 7) Recibimos el original del recibo por la compra de estanterías abonadas con cheque de la cuenta corriente bancaria de la empresa. Constituye un hecho económico.....
- 8) Solicitamos al proveedor la lista de precios de los productos que usualmente le compramos y las condiciones de pago para analizar una futura compra. Constituye un hecho económico.....
- 9) A la semana de haber pedido la lista de precios, realizamos un pedido de mercaderías, la operación constituye un hecho económico.....

Actividad 9.

A continuación, presentamos alguna información sobre tres personas que realizan actividades en el interior de la provincia. Más abajo planteamos algunas consignas



José tiene una casa de venta de artículos para el hogar. En el giro de su negocio aparecen una serie de elementos: Camas de una plaza y colchones para la reventa

- Deuda con proveedores de los colchones
- Dinero en efectivo
- Escritorios y ficheros que utiliza en la administración
- Deudas que tiene con la cooperativa por la provisión de luz

-Una camioneta que utiliza para el reparto de los artículos que vende.....



En diagonal a la mueblería, **Raúl** tiene un pequeño hotel de 15 habitaciones. También en su actividad aparecen elementos:

-Camas de una plaza con colchones en las habitaciones.....

- Alimentos que utiliza para preparar el desayuno de los huéspedes.....

-El terreno y el edificio donde funciona el hotel

-Dinero depositado a plazo fijo

-Una deuda hipotecaria por un préstamo que solicitó para adquirir el edificio donde funciona el hotel.....

-Deuda del impuesto inmobiliario por el terreno y el edificio

A unos pocos kilómetros, en la zona rural, **Andrés** tiene un secadero de yerba. Entre otros elementos aparecen:



- Hojas verdes de yerba para ser procesadas

- Deuda de sueldos y jornales con los obreros.....

- Dinero depositado en una cuenta corriente bancaria.....

- Derechos a cobrar a sus clientes por ventas financiadas

- Un terreno con un tinglado, depósitos y oficinas

- Bolsas de yerba canchada listas para la venta al molino

- Cierta cantidad de leña que utiliza para la secanza

- Maquinarias varias necesarias en el proceso productivo

• **Consigna**

a) identificar en cada caso si los elementos mencionados constituyen bienes, derechos u obligaciones.

• **Para reflexionar y discutir en el grupo**

- a) Habrá una diferencia conceptual entre las camas de una plaza y los colchones del negocio de José y del hotel de Raúl.?
- b) Considerando las distintas situaciones que se enuncian a continuación, indicar el tipo de usuario de la información contable:
 1. El Instituto Nacional de la Yerba Mate requiere a Andrés información referida a los niveles de producción de la empresa.....
 2. José debe fijar los precios de ventas de los bienes que comercializa en su negocio de ventas de artículos del hogar.....
 3. Raúl debe establecer la política de premios e incentivos del personal que trabaja en su hotel.....

¿A QUÉ LLAMAMOS DOCUMENTACIÓN RESPALDATORIA?

Los elementos que ponen en evidencia las variaciones del patrimonio son comúnmente denominados **COMPROBANTES O DOCUMENTACIÓN RESPALDATORIA**.

Documentar una operación significa emitir un comprobante que indique las características y en su caso importes o valores involucrados en una operación. Desde otro punto de vista, un documento es una constancia escrita de una operación comercial efectuada.

¿Cuáles son los Comprobantes comerciales más usuales?

Según las distintas disposiciones legales que rigen el actual régimen de facturación, los más usuales son:

• **Facturas**

Son documentos que respaldan la realización de una operación de compraventa. Además, cumplen con las reglamentaciones fiscales, para tener respaldo ante la ley. Las facturas pueden ser A, B o C, según quien las recibe y quien las emite.

• **Notas de débito**

Son comprobantes que se envían a los clientes para notificarlos de haber debitado en su cuenta un determinado valor. En el mismo comprobante se le informa en concepto por el cual se le ha efectuado dicho débito.

• **Notas de crédito**

En este caso el comprobante es para informar a un cliente, la acreditación de una suma en su cuenta. Con el detalle del concepto por el cual se le efectuó.

- **Recibos**

Los recibos son comprobantes que certifican que se ha pagado/cobrado por la compra/venta de un producto o prestación de un servicio.

- **Cheques**

Son órdenes de pago, que se libran para saldar una deuda, con la participación de un Banco.

- **Pagarés**

Son documentos que sirven para documentar una deuda, y garantizar así, su futuro pago.

- **Orden de compra**

Es la solicitud que se le realiza a un proveedor de determinados artículos según el precio convenido. Además, se especifica también en qué términos se hará el pago y el plazo de entrega.

- **Boleta de depósito bancario**

Es un comprobante que emite el banco para certificar el recibo de valores en depósito. Según la cuenta del titular, puede ser Cuenta Corriente, Caja de Ahorros o Plazo Fijo.

- **Remito**

Es emitido por el vendedor para registrar la entrega de mercaderías. El destinatario da fe de la entrega mediante su firma y sello. Razón por la cual el vendedor puede reclamar el pago en la forma convenida.

Actividad 10.

- **Consigna:** Traer tres comprobantes y responder, para cada uno de ellos, los siguientes puntos:

1. Concepto. Operación/hecho económico que le da origen.
2. Quién es el emisor y el receptor.

Actividad 11.

- **Consigna:** Responder los siguientes puntos:

1. ¿Cuáles son los documentos comerciales que respaldan una operación de compra de una empresa comercial? Indique las características/formalidades de cada uno.
2. ¿Cuáles son los medios de pago de una operación de compraventa comercial?



Actividad 12.

- **Consigna:** Completar con la/s palabras faltantes las siguientes definiciones:
1. Los son los que solicitan toda la información al ente al que pertenecen y que necesitan tomar decisiones relacionadas con el cumplimiento de metas y objetivos planteados.
 2. La..... es el documento que respalda una operación de compra-venta de bienes o prestación de servicios.
 3. La documentación respaldatoria es.....

COMPROBANTES

CLAVES PARA TENER EN CUENTA

COMPROBANTES VÁLIDOS

ORIGINAL

C **FACTURA**
COD. 011

RAZÓN SOCIAL:
NAPA JUAN MARTIN

DOMICILIO COMERCIAL:
GARCIA 2525 PISO: 4 DTO: B CABA

CONDICIÓN FRENTE AL IVA:
RESPONSABLE MONOTRIBUTO

Comp. Nro: 00005-15000030

Fecha de Emisión: 20/10/2019

CUIT: 20-00000000-0

INGRESOS BRUTOS: EXENTO

FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES: 01/02/2018

CUIT: 27000022002

APELLIDO Y NOMBRE / RAZÓN SOCIAL: EDITH MONIZALE

CONDICIÓN FRENTE AL IVA: CONSUMIDOR FINAL

DOMICILIO: MARTINIANO 2514 - CABA

CONDICION DE VENTA: CONTADO

CODIGO	PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	U. MEDIDA	PRECIO UNIT.	%BONIF.	IMP.BONIF.	SUBTOTAL
069	VESTIDO TWEEED	1,00	UNIDADES	1039,00	0,00	0,00	1039,00

SUBTOTAL: \$ 1039,00

IMPORTE OTROS TRIBUTOS: \$ 0,00

IMPORTE TOTAL: \$ 1039,00

SIENNA DRESS

Pie del PDF del comprobante:

AFIP

Pág. 1/1

CAE N°: 70417054367476

Fecha de Vto. de CAE: 23/10/2020

Tipo de comprobante
(A, B, C, E, M y T)

Número de factura

Fecha

CUIT del emisor
Debe estar inscripto en AFIP.
Chequealo en afip.gob.ar y
luego consultá "Constancia
de Inscripción"

CAE/CAI y
fecha de vencimiento
(debe estar vigente)

AMIGOS

LEYENDA

C.U.I.T. 30-00809955-1

INGR. BRUTOS 1209003-1

PASEO COLÓN 150 - CABA

INICIO DE ACTIVIDADES: 18/05/15

IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

A CONSUMIDOR FINAL

MOZO: 101

TIQUE (COD. 083) P.V. N° 00005 T. 00003253

Fecha: 12/10/19 Hora: 12:44

2.000 (00) X 170,000

ENS CAESAR 340,00

2.000 (00) X 95,000

LIMONADA MENTA Y JENJIBRE 190,00

TOTAL \$530.00

Recibimos:

EFFECTIVO \$530.00

CAMBIO \$0.00

CANT. UNIDADES 00000004,0000

147 TELÉFONO GRATUITO CABA

ÁREA DE DEFENSA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

CF REGISTRO: EPEPAA0000006041

V: 1.01 VESTA

Logotipo Fiscal

CUIT del emisor

Domicilio

Fecha y hora

Logotipo Fiscal

ROMA S.A.
PERFUMERIA

C.U.I.T. 30-00202855-2

INGR. BRUTOS 120003-02

AV. CORRIÓN 1544, CABA, CP 1000

Inicio de activ: 17/01/94

IVA RESP. INSCRIPTO

A CONSUMIDOR FINAL

P.V: 00005 Nro. T. 00001234

Fecha: 01/10/19 Hora: 12:44

CANTIDAD / PRECIO UNIT	(%IVA)	IMPORTE
DESCRIPCIÓN (%B.I.)		
2.000/150.000	(21.00)	
CORAL-PERFUM		\$ 300
TOTAL		\$ 300

Recibimos:

EFFECTIVO \$ 300

147 TELÉFONO GRATUITO CABA

ÁREA DE DEFENSA Y PROTECCIÓN

AL CONSUMIDOR

SSE0052993 V:02.01

CF

DGI

FACTURA B
ORIGINAL Cod.: 06

SU EMPRESA S.A.
CUIT 2711111112 Resp. Inscripto:
DIRECCION 1234
LOCALIDAD - PROVINCIA
Ing. Suces: 2711111112
Inicio Actividad: 15/03/2005

FECHA: 22/11/2020 Nro.: 9907-00000063

Cliente: Consumidor Final

Cond. Ante IVA: Consumidor final

Cantidad / Precio Unit.	Importe
1.00 x 170.00	
gaseosa coca cola x 2,250.	\$ 170.00

Descuento: \$ 0.00

Total: \$ 170.00

CAE: 70479999806707
VTO. CAE: 10/02/2021



AFIP
Comprobante Autorizado
Esta Administración Federal no se responsabiliza por los datos ingresados en el detalle de la operación

SpegaSoft

SPEGASOFT
C.U.I.T Nro.: [REDACTED]
Domicilio: D[REDACTED] (5445)
SDFSD / BUENOS AIRES
Inicio de Actividades: 15/07/15
IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

A CONSUMIDOR FINAL
FACTURA "B" (Cod.6)
P.V. Nro 9876 Nro. T. 00000016
Fecha de Emisión 21/02/21 13:33

VARIOS
1,000/1000,00 1000,00

TOTAL: 1.000,00
Items: 1 / Art: 1
RECIBI/MOS 1.000,00
EFECTIVO 0,00
VUELTO 0,00

Comprobante Autorizado por AFIP
CAE 71083915485468 Vto 03/03/21



GRACIAS, POR SU COMPRA.

Actividad 13.

- **Consigna.** Teniendo en cuenta los siguientes documentos, indicar:

1. Operación/ hecho económico que le da origen.
2. Quien es el emisor y el receptor.

Comprobante	Operación/ hecho que le da origen		
		Emisor	Receptor
Recibo	Cobranza, cualquiera sea la forma de pago (efectivo, cheque, pagaré)	Cobrador	Pagador
Remito			
Nota de crédito			
Nota de débito			
Factura			
Solicitud de compra			
Ticket			

Cheque			
Pagaré			

Campo profesional e inserción laboral del Contador Público. PERFIL DEL TÍTULO



El Contador Público graduado de la Facultad de Ciencias Económicas U.Na.M., cuenta con una formación integral consolidada en valores éticos, de responsabilidad social- ambiental y compromiso con el mejoramiento de la calidad de vida, y sólidos conocimientos, aptitudes y habilidades en las disciplinas de su campo profesional: contabilidad, costos, auditoría, tributación, administración, finanzas, economía y

sistemas integrados de gestión, con apoyo en derecho, matemáticas, ciencias humanísticas y tecnologías de la información y comunicación, que lo habilitan para elaborar, interpretar, supervisar y emitir juicios objetivos sobre información económica, financiera y patrimonial de las organizaciones comerciales y civiles, de modo que resulta confiable tanto para los usuarios internos como los externos que utilizan dicha información para el planeamiento, toma de decisiones, control de la gestión y evaluación del desempeño.

En el marco de un contexto globalizado y complejo, en el que los comportamientos individuales y colectivos se manifiestan de forma cada vez más imprevisible, el egresado de esta carrera desarrolla competencias para planificar, dirigir y liderar - con capacidad crítica y reflexiva - los procesos vinculados a los diferentes campos de su actuación profesional. Es un profesional con sesgo generalista, con una visión integral del entorno macrosocial y ambiental, con saberes, aptitudes y competencias que le permiten desempeñarse con idoneidad y eficiencia tanto en organizaciones del sector privado como del público, ya sea como profesional independiente o en relación de dependencia. Posee capacidad para analizar y evaluar con rigor los procesos y la diversidad de ideas en el devenir histórico y su vinculación con cambiante realidad económica, social y política. Puede actuar como asesor o consultor profesional o como miembro de las organizaciones, tanto en puestos de dirección, como de supervisión u operativos. También cuenta con conocimientos epistemológicos, metodológicos y disciplinares suficientes para desempeñarse como docente y asesorar y actuar en investigaciones vinculadas a las ciencias económicas, respondiendo a las necesidades de la sociedad y ampliando las fronteras científicas y técnicas.

Su formación incluye el compromiso de trabajar al servicio de la sociedad, y respetar los principios fundamentales de libertad, igualdad, justicia, responsabilidad, solidaridad y la forma republicana gobierno y las instituciones democráticas.

Posee el entrenamiento adecuado para conocer y comprender el impacto cultural, tecnológico, económico, político y social de los constantes cambios que operan en los contextos local, regional, nacional y mundial.

Su capacitación le permite expresarse con claridad en la comunicación oral y escrita, tanto en sus informes profesionales como en sus relaciones con terceros. Acredita una efectiva comprensión lectora del idioma portugués y el inglés, lo que lo habilita para su desempeño en organizaciones de carácter internacional.

Está sólidamente formado e incentivado para acceder a la realización de estudios de postgrado, con la finalidad de especializarse en las diversas ramas de su ámbito de actuación y actualizar y perfeccionar permanentemente sus conocimientos y habilidades.

ACTIVIDADES PROFESIONALES RESERVADAS AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO - ALCANCES

El graduado de esta carrera es un profesional capacitado y habilitado para:

- DISEÑAR, DIRIGIR e IMPLEMENTAR sistemas de información contable en todos los segmentos de la contabilidad y costos.
- REGISTRAR, MEDIR y EXPONER la información contable, histórica y proyectada, para todo tipo de organizaciones y unidades económicas.
- DIRIGIR y REALIZAR procedimientos de auditoría, y dictaminar en materia contable e impositiva.
- REALIZAR los procesos de sindicatura en sociedades, concursos y quiebras.

Asimismo, el Contador Público graduado de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNaM está capacitado para:

- Asesorar sobre el encuadre y vinculación de los distintos entes con los organismos fiscales, de seguridad social, laborales, sindicales y de control societario, nacionales, provinciales y municipales.
- Planificar y asesorar en materia tributaria, para el correcto y oportuno cumplimiento formal y sustancial de los impuestos nacionales y provinciales y las tasas, contribuciones y derechos municipales y la resolución de controversias en sede administrativa y judicial.
- Asesorar e implementar sistemas que permitan la correcta interpretación y aplicación de las normas en materia laboral y de la seguridad social y las relaciones con los organismos de fiscalización pertinentes.

- Diseñar, implementar y monitorear sistemas de control de gestión y auditoría operativa.
- Participar en el diseño, implementación y monitoreo del cumplimiento de la misión, visión y estrategia de las organizaciones.
- Dirigir y participar en el diagnóstico, diseño, implementación y control de sistemas de planeamiento y presupuestación integral de las organizaciones.
- Intervenir, analizar y evaluar estudios de factibilidad económico-financiera.
- Asesorar, implementar y supervisar la aplicación de herramientas de última generación para mejorar la calidad de los bienes y servicios, disminuir los costos, aumentar los resultados y optimizar la competitividad de las unidades económicas en el marco de la responsabilidad social y ambiental.
- Intervenir en la gestión, medición socio-ambiental y en la elaboración, análisis e interpretación de informes integrados.
- Asesorar y realizar la constitución, fusión, escisión, transformación, disolución y liquidación de sociedades y entes sin fines de lucro.
- Intervenir en la liquidación de averías, siniestros y en las cuestiones relacionadas con el transporte en general para realizar los cálculos y distribuciones pertinentes.
- Actuar como administrador, interventor, perito y liquidador en materia judicial, o como mediador o árbitro en la resolución de controversias extrajudiciales.
- Intervenir en los procesos de transferencias de fondos de comercio.
- Realizar y suscribir las cuentas particionarias en los juicios sucesorios.
- Dirigir, integrar y desempeñar funciones en las organizaciones del sector público.
- Participar en el diseño de políticas públicas económicas, tributarias y de la seguridad social.
- Asesorar y participar en la confección de presupuestos en el sector público.
- Liderar, dirigir e integrar equipos de trabajo multidisciplinares con profesionales pertenecientes a otras áreas del conocimiento.

Intervenir en toda otra cuestión económica, financiera y contable relacionada con las funciones propias a su incumbencia profesional.

LECTURA COMPLEMENTARIA

LEY N° 20488_ ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS LCENCIADOS EN ECONOMÍA, CONTADOR PÚBLICO, LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, ACTUACIÓN Y EQUIVALENTES. ARTÍCULO 13. Se requerirá título de Contador Público o Equivalente

Actividad 14:

- **Consigna:** Leer el artículo del diario ámbito financiero e identificar y comparar los conceptos esgrimidos en la Unidad 4 y 5 (actividad del Contador Público).



<https://www.ambito.com/opiniones/empresa/gestion-digital-las-organizaciones-llego-el-fin-el-contador->