

MODELO ACADÉMICO DE FORMACIÓN LABORAL BÁSICA

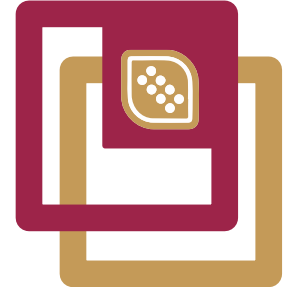
CONTABILIDAD

MÓDULO IV: DESARROLLO EMPRESARIAL E IMPUESTOS II.



SEXTO SEMESTRE – ESTUDIANTE

Nombre _____ Plantel ____ Turno __



COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO

Mtro. Fernando Yrys Hernández
Director General

Mtra. Ana Fanny Hernández Montero
Directora Académica

Lic. Celis del Carmen Ranero Lara
Subdirectora de Planeación Académica

Mtra. Natividad Vertiz Hernández
Jefa de Departamento Capacitación para el Trabajo

Formación Laboral Básica:
Contabilidad

Módulo IV DESARROLLO EMPRESARIAL E IMPUESTOS II

Submódulo I. DESARROLLO EMPRESARIAL

Submódulo II. IMPUESTOS II

En la realización del presente material participaron:

Coordinador: Dr. Juan José Hidalgo Hernández. Plantel 42

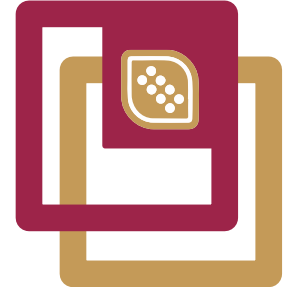
Asesora: Mtra.: Flor de Liz Bautista Gómez. Plantel 35

Edición: 2025-2026B

Revisado por moderador a cargo del seguimiento académico:
Lic. María Margarita García Vidal

Este material fue elaborado bajo la coordinación y supervisión del Departamento Capacitación para el Trabajo de la Dirección Académica del Colegio de Bachilleres de Tabasco y el contenido del mismo es gratuito, sin fines de lucro y con la responsabilidad de su buen uso para fines educativos www.cobatab.edu.mx

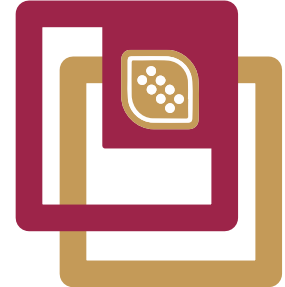




Contenido

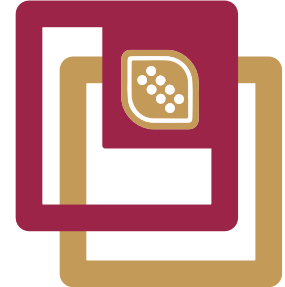
PRESENTACIÓN	8
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA	9
FUNDAMENTACIÓN DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA	10
UBICACIÓN DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA	12
MAPA DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA	13
PROCESO DE EVALUACIÓN BAJO EL ENFOQUE EN COMPETENCIAS	16
ROL DEL ESTUDIANTADO	18
TEMARIO.....	22
Submódulo I:	23
DESARROLLO EMPRESARIAL	23
Propósito del Submódulo.....	24
Sugerencias de Evidencias de Evaluación	24
Competencia Laboral Básica	24
DOSIFICACIÓN PROGRAMÁTICA SUBMÓDULO I	25
ENCUADRE DE "DESARROLLO EMPRESARIAL	27
Situación Didáctica Submódulo I	28
Lectura 1. Proyecto emprendedor	31
ACTIVIDAD 1	32
Lectura 2. Definición e importancia del plan de Negocios	35
ACTIVIDAD 2	37
Lectura 3. Estructura del plan de negocios	39
ACTIVIDAD 3	40
Lectura 4. Lee cuidadosamente la siguiente información y realiza la actividad que se te solicita a continuación.....	42
ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO	45
ACTIVIDAD 4.	46
Lectura 5. Análisis FODA	48
.....	53
Práctica 1. Costos y precios del producto	53





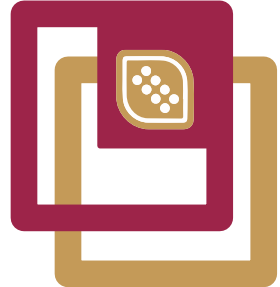
Lectura 6. Canales de distribución	55
6.1 Tipos de canales de distribución de una empresa	55
6.2 Canal de distribución directo.....	55
6.3 Canales de distribución indirectos	56
Canales de distribución híbridos	56
6.4 Funciones de los canales de distribución	56
6.6 Que tener en cuenta para elegir el canal de distribución adecuado:	58
ACTIVIDAD 6	60
Lectura 7. Estructura organizacional	62
ACTIVIDAD 7	68
Práctica 2. Proyección de ventas	70
Práctica 3. Estructura contable y financiera del plan de Negocios	71
Lectura 8. Plan de publicidad y promoción	72
8.2 El concepto de la publicidad integrada	73
8.3 5 elementos clave en un plan de promoción y publicidad	74
8.4 Cómo los planes de promoción y publicidad impactan en el crecimiento empresarial	74
8.6 Diferencias entre promoción y publicidad	75
8.7 El impacto de la tecnología en la promoción y publicidad	75
8.8 El significado de un plan de promoción y publicidad	76
8.9 ¿Cuál es el origen del concepto de promoción y publicidad?.....	77
8.10 Alternativas al plan de promoción y publicidad tradicional	77
8.14 El rol de la creatividad en el plan de promoción y publicidad.....	79
ACTIVIDAD 8	82
Lectura 9. Participación en cámaras empresariales	84
ACTIVIDAD 9	86
1. Preparación previa	88
2. Presentación visual.....	88
3. Identificación del producto o servicio	88
4. Descripción breve.....	88





5. Demostración	89
6. Materiales y características	89
7. Beneficios y ventajas.....	89
8. Público objetivo	89
9. Precio y presentación	89
10. Uso de apoyo visual	90
11. Actitud durante la exposición.....	90
12. Cierre de la exposición.....	90
Submódulo II IMPUESTOS II:	91
DOSIFICACIÓN PROGRAMÁTICA.....	92
ENCUADRE DE LA MATERIA	95
Situación Didáctica	97
.....	98
EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA	98
EV1 LECTURA 1: ANTECEDENTES DE LAS CONTRIBUCIONES EN MÉXICO.....	104
A.R. 1 PREGUNTAS EXPLORATORIAS	110
EV2 LECTURA 2: CONCEPTOS CONSTITUCIONALES DE LA CONTRIBUCIÓN.....	112
A.R. 2 MAPA CONCEPTUAL	116
EV3 LECTURA 3: LAS CONTRIBUCIONES Y SUS ELEMENTOS	118
A.R. 3 CUADRO SINÓPTICO	125
EV4 LECTURA 4: IMPUESTOS FEDERALES	128
A.R. 4 CUADRO COMPARATIVO	137
EV5 LECTURA 5: IMPUESTOS ESTATALES	140
A.R. 5 MAPA CONCEPTUAL.....	143
EV6 LECTURA 6: IMPUESTOS MUNICIPALES.....	146
A.R. 6 INFOGRAFIA	152
EV7. LECTURA 7: IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	155
A.R. 7 COLLAGE	175
EV8 LECTURA 8: ISR PERSONAS FÍSICAS	178
ACT 8 IMPUESTO SOBRE LA RENTA	187





“Educación que genera cambio”

EV9: LECTURA 9: DETERMINACIÓN DEL ISR DEL EJERCICIO.....	191
A.R. 9 MAPA MENTAL.....	200
Referencias	203
REFERENCIAS.....	203



GUÍA DE ESTUDIANTES

Estimada comunidad estudiantil del Colegio de Bachilleres de Tabasco: quiero hacer énfasis en nuestra Institución, la cual tiene 5 décadas forjando el aprendizaje de cada uno de los jóvenes, hoy muchos de los que han pasado por nuestras aulas de clases son profesionistas exitosos.

Dentro del marco del 50 aniversario COBATAB, me permito como Director General enviarles un cordial saludo y dirigirme a ustedes a través de esta guía de estudio diseñada para acompañarlos como una herramienta en su formación académica y personal.

En esta etapa de su vida, el aprendizaje autónomo es clave para descubrir sus talentos, fortalecer sus habilidades y construir un futuro con propósito. Cada actividad, cada lectura y cada reto que encuentren en esta guía de estudio está pensado para impulsar su Desarrollo integral.

Les invito a asumir con responsabilidad su proceso de aprendizaje, a colaborar con sus compañeros, docentes y a mantener siempre una actitud de respeto y apertura. En el Colegio de Bachilleres de Tabasco promovemos la equidad y creemos firmemente en el potencial de cada uno de ustedes.

Esta guía de estudio busca ser clara y accesible, con objetivos definidos y contenidos relevantes para su contexto. Les animo a aprovecharla al máximo, a preguntar, reflexionar y aplicar lo aprendido en su vida diaria.

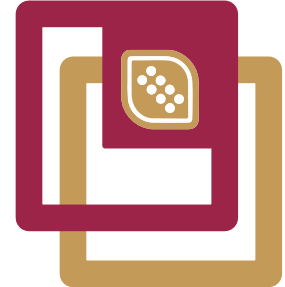
Confío en su capacidad para superar desafíos, alcanzar metas y contribuir positivamente a su comunidad. Cuentan con el apoyo de sus docentes y de todos los que integramos esta institución.

Con entusiasmo y compromiso, sigamos construyendo juntos una educación de calidad, que genera cambio.

Con aprecio y confianza,

Fernando Yrys Hernández
Director General
Colegio de Bachilleres de Tabasco





PRESENTACIÓN

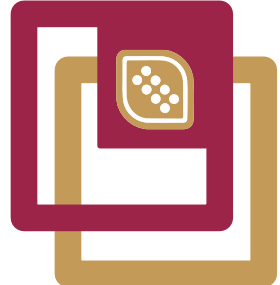
La Dirección General del Bachillerato (DGB) presenta las Competencias de las diversas Unidades de Aprendizaje Curricular del Competente de Formación Laboral, para el Plan de estudios propio de esta Dirección General. Estas tienen su sustento, teórica y conceptualmente, en el modelo educativo del Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS)¹, y dan cumplimiento a las atribuciones conferidas a esta Dirección por el Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública (SEP), en el cual se establece, en el Artículo 19 Fracciones I y II la importancia de “proponer las normas pedagógicas, contenidos, planes y programas de estudio, métodos, materiales didácticos e instrumentos para la evaluación del aprendizaje del bachillerato general, en sus diferentes modalidades y enfoques, y difundir los vigentes”; además de “impulsar las reformas curriculares de los estudios de bachillerato que resulten necesarias para responder a los requerimientos de la sociedad del conocimiento y del desarrollo sustentable”. (RISEP, 2020)

En este sentido, los planteamientos del MCCEMS buscan una formación integral en el estudiantado mediante el desarrollo de la capacidad creadora, productiva, libre y digna del ser humano, con amor al país, a su cultura e historia. Por ello, el Bachillerato General plantea las diversas Unidades de Aprendizaje Curricular (UAC) y Formaciones Laborales Básicas para que con sus estudiantes egresados y egresadas contribuya al logro de su objetivo específico, el cual radica en la “conformación de una ciudadanía reflexiva, con capacidad de formular y asumir responsabilidades de manera comunitaria, interactuar en contextos plurales y propositivos, trazarse metas y aprender de manera continua y colaborativa”.

En este contexto, se presenta la Formación Laboral Básica en **contabilidad** específica del Bachillerato General, con objetivos delimitados acorde a las características del subsistema y de la población a la cual se dirige. El documento se encuentra conformado por apartados mediante los cuales se describe la justificación y los elementos claves para su implementación en el aula.

¹ El cual puede ser consultado a través del siguiente enlace:
https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/work/models/sems/Resource/13634/1/imagenes/Documento_Base_rediseño_MCCEMS_Seg_Ed_final.pdf





“Educación que genera cambio”

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA

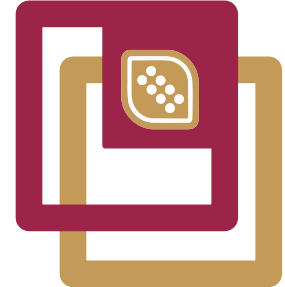
Semestre	Tercero, Cuarto, Quinto y Sexto	
Créditos	56 totales / 14 por semestre	
Componente	De formación laboral	
Nivel de formación laboral	Básica	
Tiempo asignado	Mediación docente	Estudio independiente
	448 h. totales 112 h. por semestre	112 h. totales 28 h. por semestre
Sector productivo	Operación del sistema de contabilidad en las organizaciones productivas y de servicios ²	

2



² Acorde al RENECE – Registro Nacional de Estándares de Competencia por Sector Productivo. Disponible en: <https://conocer.gob.mx/renec-registro-nacional-de-estandares-de-competencia-por-sector-productivo/>





FUNDAMENTACIÓN DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA

La Dirección General del Bachillerato (DGB), acorde a la Nueva Escuela Mexicana (NEM) y al Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS), y en su responsabilidad de enfrentar tanto los nuevos retos como los objetivos que de estos se desprenden, actualiza el presente Programa de estudios, el cual responde a una visión de educación integral, pertinente, de calidad y excelencia. Dicho programa forma parte del Componente de Formación Laboral Básico del Bachillerato General, el cual busca ser un espacio vinculado con el sector productivo, permitiendo al estudiantado no solo cumplir con su trayecto educativo, sino construir su proyecto de vida, con mayores posibilidades de inserción en el mercado de trabajo.

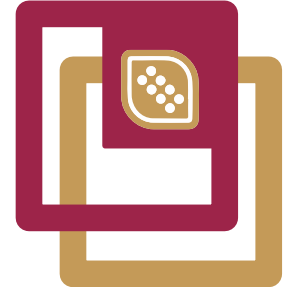
Esto, atendiendo al mandato constitucional que en materia educativa, con base en la Reforma Constitucional a los artículos 3°, 31° y 73° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de la emisión de la Legislación Secundaria, publicadas el 30 de septiembre de 2019 en el Diario Oficial de la Federación, determinan la reorientación del Sistema Educativo Nacional para “garantizar el derecho a la educación con un enfoque de derechos humanos y de igualdad sustantiva, para incidir en la cultura educativa mediante la corresponsabilidad y el impulso de transformaciones sociales dentro de la escuela y en la comunidad”. Bajo este contexto es que el Componente de Formación Laboral Básico, adquiere mayor relevancia, pues tendrá como ejes rectores:

- Enfoque en competencias, que busca desarrollar las capacidades y habilidades necesarias para el desempeño laboral.
- Enfoque humanista, que valora y respeta la diversidad y la dignidad del estudiantado, su potencial creativo, su participación, su bienestar integral y su compromiso social.

Estos enfoques se orientan a promover una educación inclusiva, equitativa y de calidad, que favorezca el aprendizaje permanente y el máximo logro de los aprendizajes. Así pues, el Componente de Formación Laboral Básico, busca desarrollar en el estudiantado competencias laborales básicas, que le permita aplicar en forma integrada los conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores con responsabilidad y autonomía para desenvolverse en contextos específicos del desarrollo personal, académico, social y profesional en situaciones de la vida común, de estudio o trabajo a lo largo de la vida.³

³ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). *El currículum laboral en la educación media superior*. SEP.





Para lograr dicho propósito, lo que a continuación se presenta es una serie de competencias laborales básicas, las cuales permitirán al personal docente el abordaje de aprendizajes con la amplitud y profundidad acorde a los diversos contextos. Es decir, a partir de estas competencias, se diseñarán estrategias de enseñanza-aprendizaje que permita a las y los estudiantes ser capaces de conducir su vida hacia un futuro con bienestar y satisfacción, con sentido de pertenencia social,

conscientes de los problemas sociales, económicos y políticos que aquejan al país, pero también de su entorno inmediato, dispuestos a participar de manera responsable y decidida en los procesos de democracia participativa y a comprometerse en las soluciones de las problemáticas que los aquejan y que tengan la capacidad de aprender a aprender en el trayecto de su vida.⁴

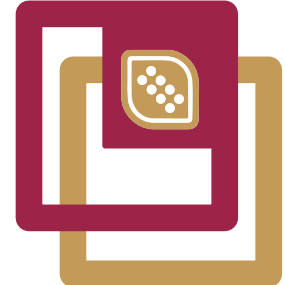
Para ello, es de primordial importancia visualizar que debe existir una articulación contextualizada del Componente Laboral Básico, con el Currículum Fundamental y el Ampliado, para garantizar así la transferencia de los conocimientos, experiencias, habilidades, capacidades, actitudes y valores.

Es decir, esta articulación permitirá:

- La transversalidad del conocimiento adquirido en el Currículum Fundamental con las competencias laborales básicas requeridas en el mercado laboral.
- Fomentar el aprendizaje en contextos diversos, utilizando métodos y estrategias de aprendizaje.
- Centrar las necesidades del mercado laboral.
- Fomentar la interacción entre la vida educativa y la comunidad, a fin de propiciar la adquisición de conocimientos y competencias, de acuerdo con el desarrollo biopsicosociocultural del estudiantado.
- Aprovechar, mediante el Programa Aula, Escuela, Comunidad (PAEC), todas las oportunidades para poner en práctica lo que se ha aprendido; su aplicación no se limitará solo a los recursos sociocognitivos y a las áreas de conocimiento, sino que abarcará los aspectos funcionales (competencias laborales) y recursos socioemocionales.
- Mejorar la relación entre la escuela y los sectores productivos.⁵

^{4, 5}. Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). *El currículum laboral en la educación media superior*. SEP.





UBICACIÓN DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA

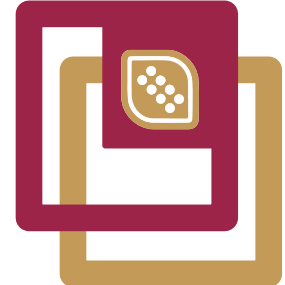
La formación laboral dentro de la organización educativa del MCCEMS

Currículums		Recursos / áreas / ámbitos / competencias		Componentes de formación
Currículum fundamental	Recursos sociocognitivos	Lengua y comunicación		Formación fundamental y Formación fundamental extendida.
		Pensamiento matemático		
		Conciencia histórica		
		Cultura digital		
	Áreas de conocimiento	Ciencias naturales, experimentales y tecnología		
		Ciencias sociales		
		Humanidades		
Currículum laboral	Competencias laborales	Competencias laborales básicas*		Formación laboral
		Competencias laborales extendidas**		
Currículum ampliado	Recursos socioemocionales	• Responsabilidad social • Cuidado físico corporal • Bienestar emocional afectivo	Ámbitos de la formación socioemocional	Formación ampliada
			✓Práctica y colaboración ciudadana ✓Educación para la salud ✓Actividades físicas y deportivas ✓Educación integral en sexualidad y género ✓Actividades artísticas y culturales	

*Proporcionan a las personas formación elemental o básica para el trabajo, por su carácter genérico y transversal en diversos campos laborales y perfiles ocupacionales para incorporarse al sector productivo. No serán compartidas por todos los egresados de EMS.

**Preparan a las personas para una formación de nivel técnico o tecnológico, por su carácter específico en un campo laboral y perfil ocupacional o profesional determinado para incorporarse al sector productivo. No serán compartidas por todos los egresados de EMS.





MAPA DE LA FORMACIÓN LABORAL BÁSICA

Módulo I: Administración y registro de operaciones contables de la empresa.

Submódulo 1	Registro de operaciones contables
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Administración de organizaciones
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Módulo II: Práctica Contable.

Submódulo 1	Registro de mercancías
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Contabilidad de costos
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

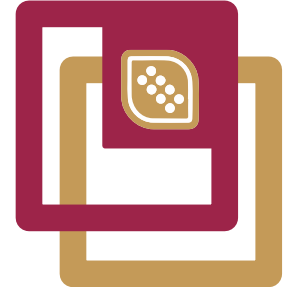
Módulo III: Impuestos I y cálculo de nómina.

Submódulo 1	Impuestos I
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Cálculo de nómina
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Módulo IV: Desarrollo empresarial e impuestos II.

Submódulo 1	Desarrollo empresarial
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Impuestos II
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos





COMPETENCIAS LABORALES BÁSICAS

Hacen referencia a la capacidad para aplicar conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores en el desarrollo personal, académico, social y profesional en situaciones de la vida común, de estudio o trabajo para que el estudiantado desarrolle la formación fundamental o laboral básica, que les permite desempeñar funciones laborales de nivel dos de competencia, aplicando soluciones a problemas simples en contextos conocidos y específicos.

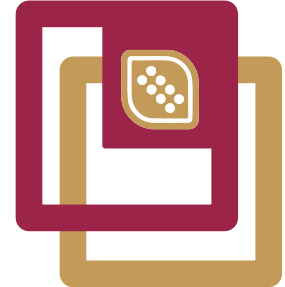
Tienen validez oficial dentro del Sistema Educativo Nacional (SEN), lo cual se expresa con la emisión del documento que acredita su formación. Estas competencias se caracterizan por:

- **Pertinencia:** Atiende a las necesidades del sector productivo y son valoradas.
- **Relevancia:** Favorece la empleabilidad y emprendimientos productivos, sin disparidades de género, étnicas o exclusión de grupos vulnerables.
- **Coherencia:** Acorde al tipo educativo de media superior.
- **Suficiencia:** Abarca un proceso completo e independiente a las demás funciones que desempeña quien egresa de la formación laboral básica, técnica o tecnológica en el sector productivo.
- **Autonomía:** Faculta para el análisis y toma de decisiones.
- **Responsabilidad:** Capacidad para asumir compromisos orientados al logro de objetivos y metas laborales.
- **Variedad:** Abarca la ejecución de actividades rutinarias – no rutinarias, predecibles – impredecibles – contextos diversos.
- **Complejidad:** Moviliza recursos cognitivos, procedimentales y actitudinales en diferentes niveles para la ejecución de actividades y funciones

De igual forma, es importante señalar que, para el caso de la Formación Laboral Básica, como se señaló anteriormente, se logrará en el estudiantado el nivel de competencia dos, el cual se caracteriza por:

- Realización de actividades programadas.
- Aplicación de habilidades cognitivas y de comunicación para recibir, transmitir y recordar información.
- Utiliza técnicas, materiales, herramientas y equipamiento que no requieren un nivel de especialización para realizar actividades en contextos conocidos, además del uso de tecnologías de la información y comunicación básicas,





actuando con ética, con un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad sobre su entorno⁶

Así mismo, para el caso de la Formación Laboral Básica en **Contabilidad** se considerará el siguiente el perfil de egreso:

1.

Examina los registros del proceso contable mediante métodos y técnicas atendiendo a las Normas de Información Financiera (NIF), actuando de manera ética, para el control de las operaciones económicas de la empresa.

2.

Diferencia a las empresas que actúan en el contexto nacional, mediante los fundamentos teóricos de la administración de manera responsable.

3.

Utiliza bajo supervisión operaciones mediante los métodos de registro y control de mercancías de forma manual y/o electrónica, aplicando los sistemas de valuación de inventarios para la elaboración de los Estados Financieros Básicos.

4.

Analiza los costos, gastos y punto de equilibrio de una empresa, utilizando los sistemas de valuación de inventarios para comprender la utilidad o pérdida, así como la toma de decisiones responsable.

5.

Contrasta los conceptos básicos de la contabilidad, la estructura de la Ley de Ingresos y el presupuesto de egresos de la federación, acatando las disposiciones fiscales vigentes para contribuir al gasto público.

6.

Conoce y ejemplifica bajo supervisión la nómina de sueldos y salarios de forma manual y/o electrónica, reconociendo de manera ética y responsable la normatividad vigente de las prestaciones laborales a las que tienen derecho las personas trabajadoras para obtener la certeza legal en el lugar de trabajo como factor de crecimiento económico y social.

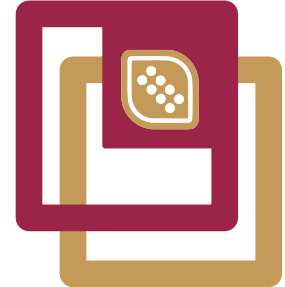
7.

Selecciona de forma colaborativa un proyecto emprendedor sustentable, identificando alguna problemática de su contexto e integrando los conocimientos y habilidades adquiridas, a fin de proponer algunas alternativas de solución favoreciendo un pensamiento crítico y responsable.

8. Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

⁶ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). El currículum laboral en la educación media superior. SEP



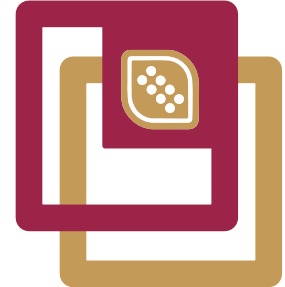


PROCESO DE EVALUACIÓN BAJO EL ENFOQUE EN COMPETENCIAS

La evaluación por competencias es un proceso que permitirá mediante la obtención de evidencias conocer el dominio de conocimientos, habilidades y actitudes socioafectivas desarrolladas por el estudiantado. Dicho proceso deberá ser formativo e integral, es decir, permitirá visualizar no solo el saber, saber hacer y saber ser, sino también el bagaje histórico y cultural lo cual permitirá al estudiantado la comprensión de la realidad social y laboral de los sectores y de la comunidad para a partir de ello lograr su intervención y aporte. Para ello lo que a continuación se presentan son los principios que orientarán el proceso de evaluación:

- 1. Validez:** debe existir correlación entre los resultados de la evaluación y los resultados esperados en situaciones laborales reales.
- 2. Confiabilidad:** producir resultados consistentes al evaluar en momentos diferentes y en diversos contextos.
- 3. Accesibilidad:** facilitar el acceso a cualquier persona que pueda ser capaz de demostrar el desarrollo de la competencia.
- 4. Comunicación:** dar a conocer previamente las condiciones en que se va a evaluar, y posteriormente, los resultados mediante la retroalimentación.
- 5. Equidad:** evitar cualquier práctica discriminatoria, es decir, el estudiantado será evaluado bajo los mismos criterios e indicadores.
- 6. Flexibilidad:** adaptarse a diferentes modalidades y opciones de formación, así como a las características y necesidades del estudiantado.





Así pues para poder llevar a cabo lo aquí planteado, se propone la utilización de una amplia gama de instrumentos que permitan visualizar tanto el proceso como el resultado final del aprendizaje del estudiantado, entre los que se encuentran: rúbricas, pruebas de ejecución, portafolios de evidencias, diario de campo o bitácora, organizadores gráficos, ensayos, resolución de ejercicios y problemas, exámenes o pruebas tipo saber, exposición, método de casos, proyectos y debates o discusiones dirigidas, entre otros.

De igual forma, es necesario que la evaluación contemple:

- **Autoevaluación:** cuando el estudiantado valora su desarrollo y la forma en que aprendió.
- **Coevaluación:** a través de la retroalimentación entre pares, fomentando la cooperación, la colaboración, la empatía y la crítica constructiva.
- **Heteroevaluación:** emitida por el personal docente en función de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores ponderados en los instrumentos de evaluación. Finalmente, respecto a los pasos para evaluar las competencias laborales básicas, se presenta a continuación una propuesta elaborada por la Subsecretaría de Educación Media Superior (2023b), la cual ilustra la ruta a seguir y constituye una referencia para el personal docente.



Pasos para evaluar competencias laborales

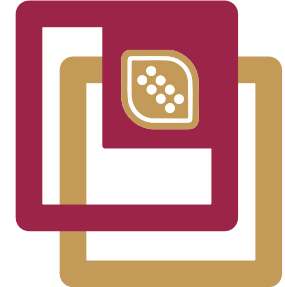


Fuente: elaboración propia.

ROL DEL ESTUDIANTADO

El rol del estudiantado en el proceso no se limita simplemente a recibir información y repetirla, sino que debe ser un agente activo en la construcción de su propio conocimiento y de su identidad. En este sentido, no solo se trata de aprender a leer y a escribir; Implica aprender a narrar y comprender su propia vida, tanto como autor o autora de su historia personal, como testigo de su contexto social y cultural. Este proceso es fundamental para que el estudiantado se convierta en un sujeto consiente y crítico de su realidad.

La educación es un motor de transformación social, pero también puede perpetuar las desigualdades existentes al tratar a todos y todas por igual sin considerar la diversidad inherente al estudiantado. La educación debe empoderarles, dándoles las condiciones necesarias para reconocer y cuestionar las desigualdades que les rodean.

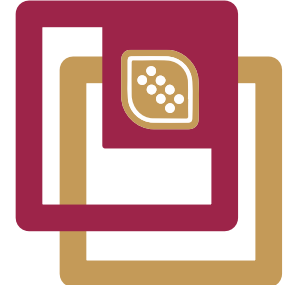


“Educación que genera cambio”

Si las y los estudiantes son insertados en una educación que no considera su clase, sexo, genero, etnia, lengua, cultura, capacidad, condición migratoria, religión o cualquier otro aspecto de su identidad, es probable que se apropien de la idea de que “la escuela no es para ellos y ellas”, ya que se enfrentarían constantemente a comentarios y actitudes que les califican de incapaces, ignorantes, indolentes o inútiles terminando por creerlo y asumirlo como verdad. Esta auto desvalorización es una barrera significativa para su desarrollo ya que puede llevar a creer que el conocimiento y la sabiduría pertenecen únicamente a las y los “profesionales” y no reconocen el valor de su propio conocimiento y experiencia.

El rol de las y los estudiantes, entonces debe ser el de un sujeto activo que desafía y transforma estas narrativas opresivas que fomentan las desigualdades. Debe aprender a valorar su propia voz y experiencia, y a reconocer su capacidad para conocer y transformar su realidad. La educación debe ser un proceso liberador que les permita verse a si mismos o mismas como agente de transformación social, capaces de escribir su propia historia y de participar activamente en la construcción de una sociedad más justa y humana.



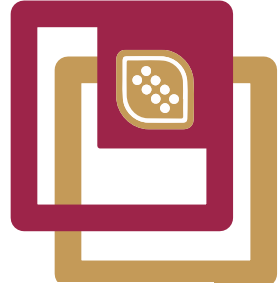


“Educación que genera cambio”

SIMBOLOGÍA

Icono	Descripción
	Lectura: Indica que se realizará la lectura que contiene información de los conocimientos básicos del Programa de Estudio.
	Material audio visual: Representa recursos adicionales al contenido de los conocimientos básicos del Programa de Estudio a través de un video mostrado por el docente, indicado por QR.
	Actividad: Es momento de realizar una actividad teórica – escrita que contribuye a evidenciar el propósito del aprendizaje esperado de los conocimientos básicos del Programa de Estudio.
	Práctica: Hagamos la práctica guiada, que contribuye a la aplicación de los saberes obtenidos con relación al conocimiento básico del Programa de Estudio, se acompaña con el instrumento de evaluación correspondiente.
	Docente explica: Se sugiere que esta sección el docente profundice los conocimientos para adecuarlos a su contexto.
	Actividad SIGA: Indica el producto que se contempla para la plataforma SIGA.
	Evaluación Diagnóstica: Presenta el momento para llevar a cabo la evaluación diagnóstica del submódulo.
	Instrumento de evaluación: Documento en el que tanto el estudiante como el docente observan los criterios con los que se evaluará el producto a realizar.

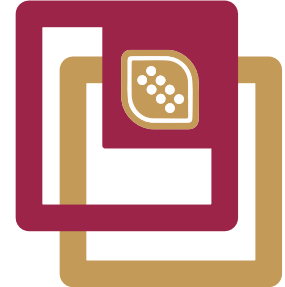




"Educación que genera cambio"

Icono	Descripción
	Encuadre: Presenta cada aspecto y el porcentaje de calificación con el que se evaluará el submódulo.
	Dosificación: Muestra las fechas en que los conocimientos básicos del Programa de Estudio se van a desarrollar.
	PEC: Proyecto Escolar Comunitario





TEMARIO

MÓDULO: I DESARROLLO EMPRESARIAL E IMPUESTOS II.

SUBMÓDULO I: DESARROLLO EMPRESARIAL

- Desarrollo del plan de Negocios Pasos
- Visión, Misión, Objetivos y Estrategias
- Plan de Negocios
- Participación en las Cámaras Empresariales y Afiliación
- SIEM (Sistema de Información Empresarial Mexicanos)
Apoyo de programas Federales
- Servicios y beneficios de Financiamiento Capacitación
Participación en
actividades gremiales, Participación en las Cámaras
Empresariales.

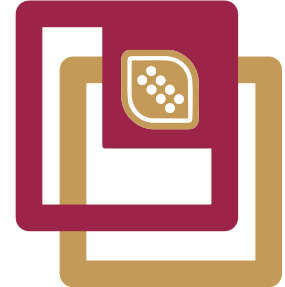


Submódulo I:

DESARROLLO EMPRESARIAL

DESARROLLO EMPRESARIAL





Propósito del Submódulo

Diseña la estructura de una organización a través de un plan de negocios para satisfacer algunas necesidades de la comunidad, mostrando disponibilidad y participación al trabajo colaborativo.

Establece la pertinencia de participar en alguna cámara empresarial para el fortalecimiento y asesoramiento del sector al que pertenece, tomando la decisión de una manera responsable.

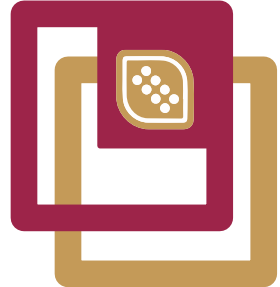
Sugerencias de Evidencias de Evaluación

Identifica y diseña la estructura contable y financiera de una organización que satisfaga alguna necesidad de la comunidad, integrando los conocimientos y habilidades adquiridas.

Competencia Laboral Básica

Selecciona de forma colaborativa un proyecto emprendedor sustentable, identificando alguna problemática de su contexto e integrando los conocimientos y habilidades adquiridas, a fin de proponer algunas alternativas de solución favoreciendo un pensamiento crítico y responsable.





DOSIFICACIÓN PROGRAMÁTICA SUBMÓDULO I

DOSIFICACIÓN PROGRAMÁTICA

Formación Laboral Básica: Contabilidad

Módulo IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II

Submódulo I: Desarrollo Empresarial. Clave: B6DE

Semestre: 6to.

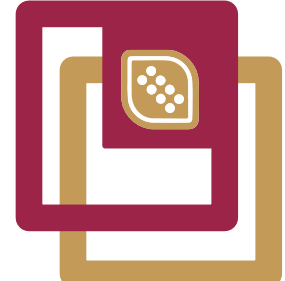
Turno: Matutino/Vespertino

Periodo: 2025 – 2026B



Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
SUBMÓDULO I. DESARROLLO EMPRESARIAL	Apertura	50 min	Bienvenida Encuadre Evaluación Diagnóstica	1	03 – 06 de febrero de 2026	Inicio del semestre 03 de febrero
		100 min	Proyecto emprendedor			
		100 min	Definición e importancia del plan de negocios			
		100 min	Estructura del Plan de Negocios			
	Desarrollo	350 min	Desarrollo del plan de Negocios - Descripción del producto o Servicio - Visión - Misión - Objetivos	2	09-13 de febrero de 2026	
		350 min	- Estudio de mercado y competencia - Análisis FODA	3	16-20 de febrero de 2026	
		350 min	- Costos y precios del producto - Canales de Distribución	4	23-27 de febrero de 2026	Suspensión Oficial de labores





Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
SUBMÓDULO I. DESARROLLO EMPRESARIAL	Desarrollo					
		350 min	Estructura organizacional	5	02-06 de marzo de 2026	Campaña "Te extrañamos en el salón"
	Desarrollo	350 min	Proyección de ventas	6	09 -13 de marzo de 2026	Campaña "Te extrañamos en el salón"
	Cierre	350 min	Estructura contable y financiera	7	17 al 20 de marzo 2026	Suspensión oficial de labores 
		350 min	- Publicidad y promoción - Situación didáctica "Rumbo al éxito"	8	23 al 27 de marzo 2026	Evaluación sumativa
		350 min	Participación en las cámaras empresariales	9	13 al 17 de abril 2026	Reunión de academia

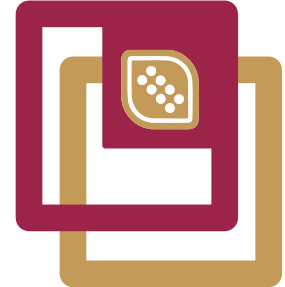




ENCUADRE DE "DESARROLLO EMPRESARIAL"

Criterios de evaluación

Situación Didáctica.	Puntaje
"Rumbo al éxito"	10%
Actividades	Puntaje
Actividad 1. Mapa conceptual del tema "Proyecto emprendedor"	5%
Actividad 2. Cuadro Sinóptico de la definición e importancia del plan de Negocios	5%
Actividad 3. Infografía digital del desarrollo del plan de negocios	5%
Actividad 4. Reporte de Investigación "estudio de mercado"	2.5%
Actividad 5. Realizar matriz FODA	2.5%
Actividad 6. Determinar los canales de distribución	5%
Actividad 7. Estructura Organizacional del plan de Negocios	5%
Actividad 8. Plan de promoción	5%
Actividad 9. Video del tema "Participación en las cámaras empresariales"	5%
Total	40%
Prácticas	Puntaje
<i>Práctica 1. Cálculo de costos y precio</i>	10%
<i>Práctica 2. Reporte proyección de ventas</i>	10%
<i>Práctica 3. Estructura contable y financiera</i>	10%
<i>Práctica 4. Presentación del plan de Negocios</i>	10%
Total	40%
Participación	10%
Total	100%

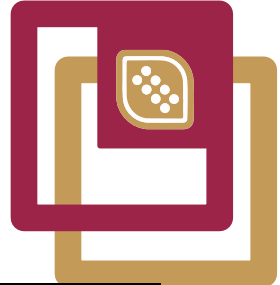


Situación Didáctica Submódulo I

Situación Didáctica

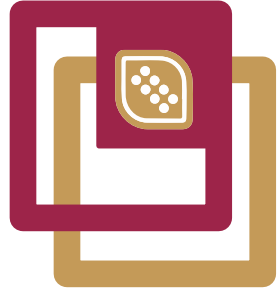
Título:	"Rumbo al éxito"
Propósito de la situación didáctica:	Desarrolla un plan de negocios de manera integral con la finalidad de la creación de una empresa y determinando los impuestos a cargo de esta, mostrando disposición al trabajo metódico y organizado, considerando la apertura para articular los saberes previos de distintas asignaturas.
Contexto:	Actualmente es de gran importancia que los alumnos estudien áreas de formación para el trabajo, en este caso la contabilidad facilitará a los alumnos de 6to. Semestre a desarrollar un plan de negocios con la finalidad de crear una empresa que pueda satisfacer las necesidades de su comunidad, región o país. De igual manera los estudiantes no sólo lograrán presentar su plan de negocios a los inversionistas, sino también de pueden auto emplearse y generar empleos que permitan a sus familias una mejor calidad de vida.





Conflicto cognitivo:	Para desarrollar el plan de negocios es importante plantearse las siguientes interrogantes: 1.- ¿Cuáles son las necesidades o problemáticas que identificas en tu comunidad, región o país? 2.- ¿Cuáles son las propuestas de solución a las necesidades detectadas? 3.- Tomando en cuenta el análisis de tu entorno, ¿Cuál es la idea de negocio que se propone? 4.- ¿Qué tipo de recursos se necesitan para desarrollar el plan de negocio? 4.- ¿Cuáles son los avances tecnológicos que nos ayudaran a llevar la contabilidad de la empresa? 5.- ¿Conoces los paquetes contables? 6.- ¿Cuál crees que pueda emplearse con mayor efectividad en tu negocio?
----------------------	--





EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA SUBMÓDULO I



NOMBRE _____ GRUPO: _____

Instrucciones: Lea las siguientes preguntas y subraye la respuesta correcta.

1.- ¿Qué es el proyecto emprendedor?

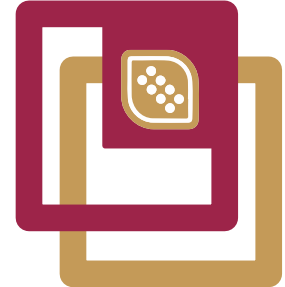
2.- ¿Qué es un plan de negocios?

3.- ¿Cuál es la diferencia entre empresa y negocio?

4.- ¿Sabes que es una cámara empresarial, describe brevemente?

5.- ¿Consideras que para un buen funcionamiento del Plan Empresarial es necesario conocer los avances tecnológicos que nos ayudaran en la Contabilidad de una Empresa? ¿Por qué?





Instrucciones: Realiza el análisis de la siguiente información, posteriormente, completa la **Actividad 1**.

Lectura 1. Proyecto emprendedor

Un **proyecto emprendedor** es mucho más que una simple idea de negocio; es una visión, una estrategia y, sobre todo, una ejecución constante. **Es el proceso de creación, lanzamiento y crecimiento de una nueva empresa o iniciativa, impulsada por la innovación, la creatividad y la resolución de un problema o necesidad en el mercado.** Este viaje, sin embargo, no es lineal, ni sencillo. Comprende una serie de etapas interconectadas, cada una con sus propios desafíos y recompensas. Analicemos este proceso desde la perspectiva de las acciones concretas hasta la visión global.

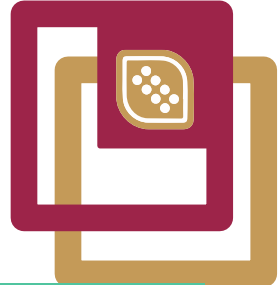
Todo comienza con **una idea, un chispazo de inspiración que identifica una necesidad insatisfecha o una oportunidad en el mercado.** Esta idea puede surgir de una experiencia personal, una observación del entorno, una solución a un problema propio o ajeno, o incluso de la combinación de varias fuentes. Es crucial en esta etapa enfocarse en detalles específicos: **¿Cuál es el problema que se busca resolver? ¿Quiénes son los potenciales clientes? ¿Qué solución se ofrece?** Un análisis preciso de un nicho específico permitirá una mejor planificación en las etapas siguientes.

Ejemplos concretos de ideas que pueden derivar en proyectos emprendedores incluyen:

- Una aplicación móvil que facilita la gestión de citas médicas.
- Un servicio de entrega a domicilio de productos locales orgánicos.
- Un taller de reparación de bicicletas ecológicas.
- Una plataforma online que conecta a artesanos con consumidores.

La idea, por sí sola, no garantiza el éxito. Es fundamental realizar un análisis profundo de su viabilidad, considerando factores como la demanda del mercado, la competencia existente, los recursos necesarios y la legislación aplicable. Una evaluación realista, aunque desalentadora en ocasiones, es crucial para evitar el fracaso prematuro.





ACTIVIDAD 1



Mapa Conceptual

¿Qué es un proyecto emprendedor?

Realizar un Mapa conceptual de tema “Proyecto emprendedor”; El alumno puede buscar la información en fuentes confiables, extrae las ideas principales y organiza la información. Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o utilizando las TICS.

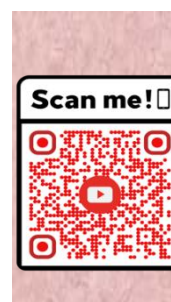
Puedes apoyarte de tu investigación previa o utilizar el material de la guía. Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS.

Mapa Conceptual ¿Qué es?

El mapa conceptual es una representación gráfica de conceptos y sus relaciones. Los conceptos guardan entre sí un orden jerárquico y están unidos por líneas identificadas por palabras (de enlace) que establecen la relación que hay entre ellas. Se caracteriza por partir de un concepto principal (de mayor grado de inclusión), del cual se derivan ramas que indican las relaciones entre los conceptos.

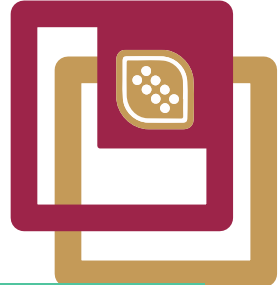
¿Cómo se realiza?

- El primer paso es leer y comprender el texto.
- Se localizan y se subrayan las ideas o palabras más importantes
- Se determina la jerarquización de dichas palabras clave.
 - Se identifica el concepto más general o inclusivo.
 - Se ordenan los conceptos por su grado de subordinación a partir del general o inclusivo.
- Se establecen las relaciones entre las palabras clave. Para ello, es conveniente utilizar líneas para unir los conceptos.
- Es recomendable unir los conceptos con líneas que incluyan palabras que no son conceptos para facilitar la identificación de las relaciones.
- Se utiliza correctamente la simbología:
 - Ideas o conceptos.
 - Conectores.



concepto



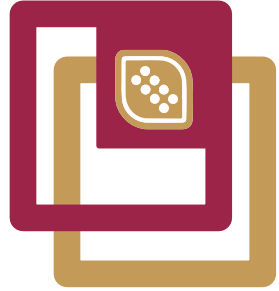


“Educación que genera cambio”

- Flechas (se pueden usar para acentuar la direccionalidad de las relaciones).
- g) En los mapas conceptuales los conceptos se ordenan de izquierda (conceptos particulares) a derecha.



 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
GRUPO Y TURNO: Tercero ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO I: Desarrollo empresarial e Impuestos II	
UAC: Formación Laboral Básica Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO I: Registro de Operaciones Contables	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO: Mapa conceptual		CONTENIDO (S): Objetivos de la Contabilidad	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:		Mapa conceptual "Qué es un proyecto emprendedor"			
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:					
Realizar un Mapa conceptual de tema "Proyecto emprendedor"; El alumno puede buscar la información en fuentes confiables, extrae las ideas principales y organiza la información. Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o utilizando las TICS.					
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN		
			Si cumple	No cumple	
1	Presenta título e identificación del alumno (Nombre, semestre y turno, etc.).	10			
2	Mapa bien organizado y claramente presentado, así como de fácil seguimiento	20			
3	Mapa sobresaliente que presenta limpieza y ortografía correcta.	20			
4	Se identifican los conceptos principales y subordinados, los conceptos han sido bien etiquetados y vinculados.	30			
5	Utiliza recursos o materiales que permita ser creativa la actividad. Entrega actividad en fecha indicada	20			
Puntuación total					
Logros					
Aspectos de mejora					



Lectura 2. Definición e importancia del plan de Negocios

2.1 Plan de Negocios

Es la redacción ordenada de nuestra idea de negocio; donde te permite hacer una reflexión sobre tu modelo inicial, estructurando y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos. Se analizan aspectos tales como:

- Administración,
- Mercadotecnia,
- Producción,
- Finanzas,
- Recursos Humanos y
- La Forma Jurídica.



Volviéndose una herramienta imprescindible cuando queremos poner en marcha un proyecto empresarial, sea cual sea la experiencia del emprendedor y la dimensión del proyecto.

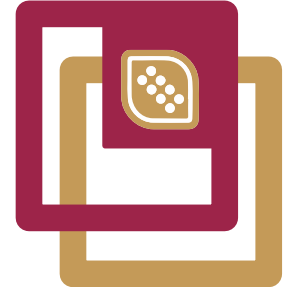
2. ¿Cuál es el objetivo?

Concretar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto a mediano y largo plazo. Esto nos permitirá llegar a conclusiones y decidir si finalmente debe constituirse la empresa, asumiendo riesgos controlados, o si debe mejorarse la idea de negocio, evitando de esta manera un fracaso seguro.

3. ¿Para que nos sirve?

Permite al emprendedor llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pueden afectar a su idea, aportando la información necesaria para determinar la viabilidad del proyecto.





El **plan de negocio** es la carta de presentación de los **emprendedores** y del proyecto ante terceras personas como entidades financieras, inversionistas, organismos públicos, etc.

Antes de realizar un plan de negocio se debe tener clara la idea de lo que queremos emprender; por ello, los factores que deben influir en la elección del negocio para que sea una idea exitosa son:

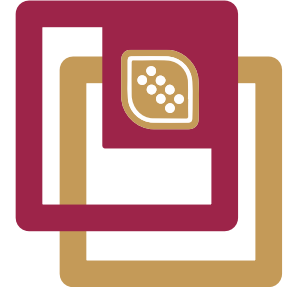
- 1.- Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos o de una creación.
- 2.- Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por su cuenta.
- 3.- La experiencia del emprendedor, que ha sido trabajador y que pretende independizarse.
4. Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- 5.- Cuando se posee un producto o servicio innovador.

El desarrollo de un Plan de Negocios es exitoso si se logra transmitir las oportunidades y capacidades de crecimiento más significativas de alguna empresa de forma realista.

Un Plan de Negocios debe justificar y describir su idea de negocio, así como su desarrollo de una manera clara y adecuada. El Plan de Negocios no sólo tiene como objetivo destacar los puntos fuertes de la empresa, sino también permite presentar un retrato realista de sus problemas, riesgos y obstáculos (Schwetje & Vaseghi, 2007). Según Nunn & McGuire (2010) algunos de los propósitos del Plan de Negocios a tomar en cuenta son:

- Por un lado, está escrito para guiar al dueño del negocio en cómo desarrollar y operar el negocio. Un Plan de Negocios se convierte en el plan de operación del negocio.
- Por otro lado, se escribe con la intención de atraer a un emprendedor o inversor para financiar la puesta en marcha o la siguiente fase del negocio. Los prestamistas e inversionistas quieren entender su nivel de riesgo y lo que obtendrán en el camino de los retornos de su inversión.





Los prestamistas e inversionistas quieren entender su nivel de riesgo y lo que obtendrán en el camino de los retornos de su inversión. Prepárese para abordar todos los temas con honestidad e inteligencia para comunicarse mejor con los prestamistas/inversores y con usted mismo. Sea franco sobre los riesgos y las estrategias que está implementando para mitigar esos riesgos. Usted debe hacer este análisis y planear para su propio beneficio, incluso si no necesita un prestamista o inversionista (Nunn & McGuire, 2010).

ACTIVIDAD 2

Cuadro Sinóptico

Definición e importancia del plan de negocios

Elabora un Cuadro sinóptico del tema: “Definición e importancia del plan de negocios”

Puedes apoyarte de tu investigación previa o utilizar el material de tu guía.

Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS.

Entrega semana 1. Del 03 al 06 de Febrero

Cuadro Sinóptico

¿Qué es?,

El cuadro sinóptico es un organizador gráfico muy utilizado, ya que permite clasificar información. Se caracteriza por organizar los conceptos de lo general a lo de izquierda a derecha, en orden jerárquico; para clasificar la información se utilizan



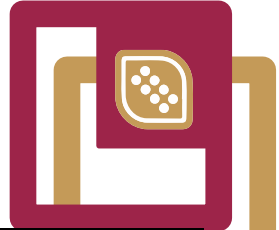
organizar y particular, y llaves.

¿Cómo se realiza?

- Se identifican los conceptos generales o inclusivos.
- Se derivan los conceptos secundarios o subordinados.
- Se categorizan los conceptos estableciendo relaciones de jerarquía.
- Se utilizan llaves para señalar las relaciones.

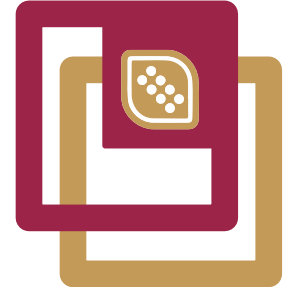
Revisa la información del QR para tener una idea más clara de cómo realizar la línea de tiempo





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. ____ 		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:
GRUPO Y TURNO: Tercero ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV. Desarrollo empresarial e impuestos II
Formación Laboral Básica Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica		SUBMÓDULO IV: Desarrollo empresarial
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO: Cuadro sinóptico		CONTENIDO (S): Introducción a la contabilidad
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:		Cuadro sinóptico de la definición e importancia del plan de Negocios.		
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:				
Elabora un Cuadro sinóptico del tema "Definición e importancia del plan de negocios. Realizar en libreta de apuntes o utilizando las TICS.				
Criterios	CRITERIOS DE VALORACIÓN			
	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
1.- El cuadro sinóptico expresa los contenidos planteados en la instrucción.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema	La actividad presenta una descripción confusa no dejan claro el tema.	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles	La actividad no presenta ninguna descripción.
2.- El cuadro sinóptico expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.
3.- El cuadro sinóptico presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene faltas de ortografía.	La actividad no presenta limpieza, ni orden y muchas faltas ortográficas	La actividad no cumple con lo solicitado.
4.-En el cuadro sinóptico aporta su punto de vista.	La conclusión da una aportación sustancial de su punto de vista	La conclusión es simple y no da su punto de vista personal	La conclusión no corresponde al tema.	No aporta su punto de vista del tema.





Lectura 3. Estructura del plan de negocios

3.1 ¿Por qué se debe estructurar correctamente un buen plan de negocios?

Los motivos principales por los que te conviene idear un buen plan de negocios son múltiples, pero los más importantes tienen que ver con tres elementos: la organización, la viabilidad y el financiamiento externo.

En detalle, estos tres elementos obtienen beneficios de una estructura, de un plan de negocios porque, en **primer lugar**, te facilitará tener una mejor organización en tu negocio; sabrás con más exactitud cómo administrar tu personal, los recursos, el tiempo y cada paso del proceso que requiera del funcionamiento de tu negocio.

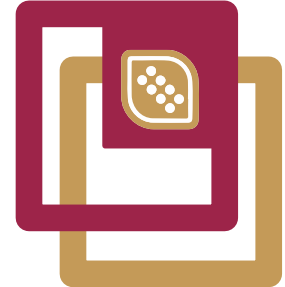
En **segundo lugar**, la estructura de un plan de negocios te ayudará a identificar qué tan viable es tu proyecto de negocio antes de ponerlo en práctica. Esto te permitirá corregir algunos errores técnicos e iniciar con una tasa menor de riesgos.

En **tercer lugar** un plan de negocios, te permitirá conseguir financiamiento externo gracias a la viabilidad y nivel de organización técnica y administrativa que estarán aterrizados en la estructura de un plan de negocios. No sólo te ahorrarás problemas futuros y reestructuraciones sobre la marcha que tal vez desaceleren el ritmo de desarrollo de tu proyecto: pensar y hacer la estructura de un plan de negocios también te permitirá tener más claridad sobre tu empresa en general.

3.2 Elementos básicos de un plan de negocios

- 1.- Portada
- 2.-Índice o tabla de contenidos
- 3.-Resumen ejecutivo
4. Definición del negocio
- 5.-Misión
- 6.-Visión
- 7.-Valores
- 8.- Objetivos
- 9.-Estudio de mercado
- 10.-Estudio técnico
- 11.-Análisis de la competencia
12. Análisis FODA
- 13.- Estructura Organizacional
- 14.-Estructura contable y financiera
- 13.-Canales de distribución
- 14.- Publicidad y promoción
- 14.-Conclusiones





ACTIVIDAD 3

INFOGRAFÍA DIGITAL

Estructura y desarrollo del plan de Negocios

Diseña una infografía sobre el tema: Clasificación y características de las empresas, puedes realizarlo a mano, en hoja blanca o en alguna herramienta de recurso digital utilizando TICS.

Entrega: semana 2. Del 09 al 13 de Febrero

INFOGRAFÍA DIGITAL

¿Qué es?

Una infografía es una colección de imágenes, visualizaciones de datos, gráficos de barra y gráficos circulares (o de pastel) y texto simple (minimalista) que resume un tema para que se pueda entender fácilmente.

¿Cómo se realiza?

- Elija el tema de la infografía. ...
- Identifique las fuentes de información para la infografía.
- Organice las ideas. ...
- Cree la infografía en grises (bosquejo) ...
- Diseñe la infografía. ...
- Utilice herramientas para crear infografías





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO

PLANTEL NO ____



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:

EVALUACIÓN POR AGENTE:

DOCENTE:

Heteroevaluación

SEMESTRE, GRUPO Y TURNO:

TIPO DE EVALUACIÓN:

MÓDULO IV. Desarrollo empresarial e impuestos II

Formativa

UAC:

Formación Laboral Básica Contabilidad

TIPO DE INSTRUMENTO:

Lista de cotejo

SUBMÓDULO I:

Desarrollo empresarial

FECHA DE APLICACIÓN:

PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA:

Infografía

CONTENIDO (S):

Clasificación y características de las empresas.

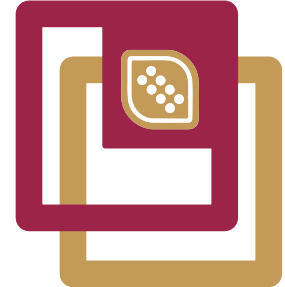
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Infografía digital " Estructura y desarrollo del plan de negocios"

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

El alumno diseña una infografía sobre el tema: "Estructura y desarrollo del plan de negocios". Consultar en fuentes confiables y con la ayuda del profesor seleccionar la información más actualizada.

No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Presenta título del tema y formato solicitado	10		
2	La información se presenta bien estructurada y organizada	20		
3	Se presenta buena ortografía y textos bien redactados	20		
4	Se identifican los conceptos principales y subordinados.	30		
5	Las imágenes que se muestran corresponden a la información solicitada.	20		
Puntuación total				
Logros				
Aspectos de mejora				



Lectura 4. Lee cuidadosamente la siguiente información y realiza la actividad que se te solicita a continuación

4.1 Estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.



Conocer al consumidor es primordial para ofrecer una experiencia personalizada. El 66% de los clientes de Reino Unido cree que las marcas están usando información desactualizada sobre ellos.

4.2 Importancia del estudio de mercado:

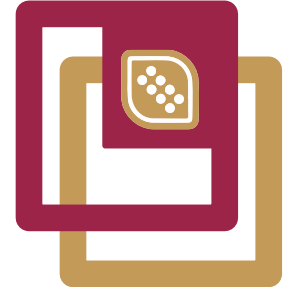
- Conocer a tu público objetivo e identificar sus necesidades.
- Saber cuáles son los precios más competitivos.
- Conocer la rentabilidad de determinado sector del mercado.
- Desarrollar estrategias para tomar mejores decisiones comerciales.
- Saber cuáles son las debilidades y fortalezas de tu compañía.
- Medir campañas y estrategias de marketing.
- En esta guía te explicaremos en detalle qué es el estudio de mercado y para qué sirve, cuáles son sus características más importantes y los tipos de investigación de mercado que puedes encontrar. Además, veremos algunos ejemplos sobre cómo hacer tu propio estudio de mercado.



El estudio de mercado también permitirá predecir los movimientos de tu público objetivo, de manera tal que puedas redireccionar tus estrategias de marketing y optimizar los recursos para adaptarte a los movimientos de ese segmento del mercado.

4.3 La función del análisis de mercado -que es, en otras palabras, investigar sobre un nicho de mercado- sirve para determinar si es viable o no invertir en determinado negocio o producto. Cuando hablamos de mercado estamos hablando de personas que compran, entonces podemos decir que el objetivo de estudio de mercado se enfoca en la obtención y conformación de los perfiles de nuestro público objetivo: ¿quiénes compran?, ¿cuánto compran?, ¿cómo compran?, ¿dónde compran? y ¿por qué lo hacen?





Un estudio de McKinsey reveló que las organizaciones que se centran en el cliente generan un aumento del 20% al 30% en la satisfacción. Y un aumento de la satisfacción se traduce en mayores ingresos. A modo de ejemplo, según Forrester, para las fábricas de automóviles el hecho de mejorar el CX en un punto, genera más de mil millones de dólares en ingresos adicionales.

4.4 Características más importantes de los estudios de mercado

La principal característica de un estudio de mercado es que es interdisciplinario. Esto quiere decir que el abordaje está atravesado transversalmente por varias áreas, por lo que es necesario que participen especialistas en economía, sociología, estadística, comunicación social, psicología, entre otras disciplinas.

Por otro lado, en un estudio de mercado se analiza la oferta y la demanda, lo que significa que tendremos que recoger también información de la competencia, como por ejemplo: volúmenes de facturación, inversión en publicidad, precio, calidad, cómo fue su evolución histórica en el mercado y qué piensan los usuarios sobre la marca. En pocas palabras, un estudio de mercado implica, también, un análisis de precios, el comportamiento del público y la evolución de los distintos competidores.

4.5 Objetivo de un estudio de mercado es adquirir una visión clara de cómo las características de nuestro producto o servicio van a interactuar con el mercado actual.

Ahora bien, de acuerdo con cuál es el objetivo del estudio de mercado, se puede dividir en investigación de mercado a las que acudir.

¿Cuál es el estudio más adecuado para tu organización? Eso depende de los objetivos que queremos obtener, los recursos que disponemos, nuestro producto o servicio y el mercado al que pertenecemos.



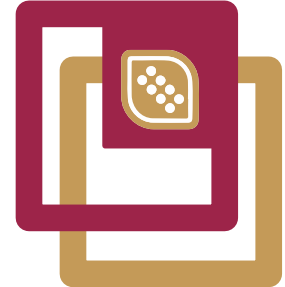
4.6 Enfoques y tipos de estudios de mercado que existen:

➤ **Investigación cualitativa:** Este es un tipo de estudio que se orienta a conocer las características de nuestros consumidores. Es decir, con las técnicas cualitativas podemos investigar sobre las necesidades, deseos y características socioculturales de nuestro público objetivo. Algunas de estas técnicas pueden ser grupos focales, entrevistas en profundidad, encuestas y tests publicitarios.

➤ **Investigación cuantitativa:** Es un tipo de estudio de mercado que ofrece mediciones de cantidades. Es decir, se trabaja con datos y estadísticas concretas. Con estas técnicas se pueden responder preguntas como cuántas personas

➤ producto, cuántos de ellos lo compran, etc. En este caso, se trata de





“Educación que genera cambio”

métodos sistemáticos y estandarizados.

➤ **Investigación**

continúa: Este estudio de mercado se realiza a lo largo de un período de tiempo en un mismo lugar de residencia. Sirve para saber qué factores han cambiado durante el período para así poder hacer una previsión acerca de los próximos movimientos del mercado.

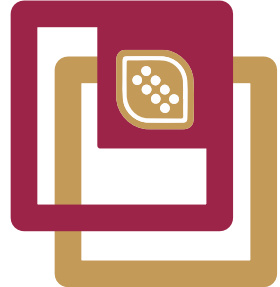
➤ **Investigación de campo:** Este tipo de estudio permite conocer a la competencia en profundidad y saber cómo se relaciona con el mercado actual, qué estrategias utiliza, cuáles son los precios promedio que se manejan, etc.

➤ **Investigación aplicada:** Este tipo de estudio sirve para diagnosticar y detectar errores en nuestras estrategias.

➤ **Investigación puntual:** Este tipo de estudio se realiza para un segmento más acotado de nuestro público objetivo.

➤ **Investigación experimental:** Consiste en someter a voluntarios a ciertas experiencias con la finalidad de evaluar las diferentes reacciones





ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO



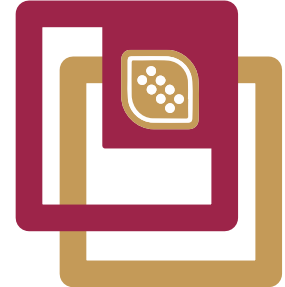
Lista de necesidades de tu comunidad

Instrucciones: Realizar de manera individual una investigación en su

comunidad, sobre las necesidades que existen, para posteriormente realizar una lista y proponer una solución para resolverlas. Esta actividad servirá para desarrollar un producto o servicio en su plan de Negocios.

Necesidades	Formas de resolver (producto o servicio)
1.-	
2.-	
3.-	
4.-	
5.-	
6.-	
7.-	
8.-	
9.-	
10.-	





ACTIVIDAD 4.

Reporte de Investigación

Estudio de Mercado

Realizar una investigación del tema: “Estudio de mercado”

La actividad puede realizarse a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

El alumno que tenga acceso a internet puede consultar información en cualquier fuente confiable para realizar la actividad.

Fecha de entrega: Semana 3. Del 16 al 20 de febrero

REPORTE DE INVESTIGACIÓN

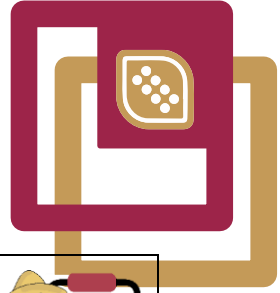
¿Qué son?

Un reporte de investigación es un tipo de documento académico o profesional que rinde cuentas respecto a los hallazgos y resultados obtenidos durante un proyecto investigativo de cualquier naturaleza.

Comúnmente, este tipo de textos se componen de:

- Un índice: Permite al lector navegar por el contenido del reporte
- Un marco metodológico: Se explica cuál fue el procedimiento puesto en práctica para llevar a cabo la investigación y por qué.
- Un marco teórico: Se detallan las hipótesis o las presuntas que disparan la investigación.
- Una sección de resultados: Se detalla de manera ordenada lo que arrojó la investigación.
- Una sección de conclusiones: Se analizan los resultados obtenidos





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II	
UAC: Formación laboral básica de contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO II: Desarrollo Empresarial	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Reporte de Investigación		CONTENIDO (S): Estudio de Mercado	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:					
Reporte de Investigación					
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:					
Realizar una investigación del tema: Estudio de mercado. El alumno puede buscar la información en fuentes confiables. Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o utilizando las TICs.					
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN		
			Si cumple	No cumple	
1	Presenta el esquema solicitado	10			
2	Reporte bien organizado y claramente presentado, así como de fácil seguimiento	20			
3	Reporte sobresaliente que presenta limpieza y ortografía correcta.	20			
4	Se identifican los temas principales e indicados	30			
5	Utiliza recursos o materiales que permita ser creativa la actividad. Entrega actividad en fecha indicada	20			
Puntuación total					
Logros					
Aspectos de mejora					





Lectura 5. Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.

El análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que te ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Te permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado.

5.1¿QUÉ SIGNIFICA FODA?

Digamos que FODA significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es muy importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones. Aquí es donde el análisis entra en juego.

Cuando sus partes se analizan en conjunto, el marco FODA puede ofrecer una perspectiva más general del estado en que te encuentras y de cómo dar el siguiente paso hacia una escalabilidad sostenible. Analicemos cada uno de los términos más en detalle y veamos cómo puede servirte para identificar áreas de mejora. (Raeburn)

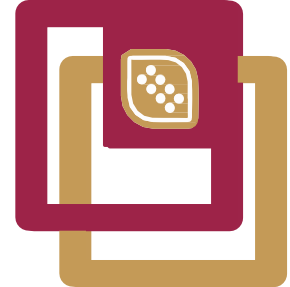
5.1.1FORTALEZAS

Las fortalezas de FODA o DAFO hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Al analizar estas áreas puedes entender qué es lo que ya funciona. Entonces, puedes aplicar esas técnicas que sabes que funcionan bien —las fortalezas— en otras áreas que pueden necesitar un refuerzo extra como la mejora de la eficiencia del equipo.

Cuando busques las fortalezas de la organización, para empezar, pregúntate lo siguiente:

- ¿Qué es lo que hacemos bien?





- ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial?

A continuación, un ejemplo de una fortaleza, para ayudarte a empezar:

Servicio de atención al cliente: Nuestro servicio de atención al cliente tiene un puntaje de lealtad de los clientes (NPS) de 90, lo que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con la competencia.

Debilidades

Las debilidades en FODA se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso. La identificación de las debilidades internas ofrece un punto de partida desde el cual mejorar los proyectos.

Del mismo modo en que examinas las fortalezas, puedes hacerte diferentes preguntas para empezar a identificar las debilidades.

- ¿Qué iniciativas no funcionan bien y por qué?
- ¿Qué se podría mejorar?
- ¿Qué recursos podrían favorecer al

rendimiento? Aquí te mostramos un ejemplo de debilidad.

Visibilidad en comercio electrónico: Debido a la falta de presupuesto para un plan de marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, por lo que la cantidad de transacciones en la aplicación móvil sigue disminuyendo.

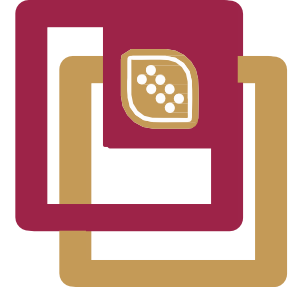
Oportunidades

Las oportunidades en FODA son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que te colocará en una posición competitiva más sólida. Podría ser cualquier cosa, debilidades que quisieras mejorar o áreas que no se hubieran identificado en las primeras dos etapas del análisis.

Como hay muchas maneras de que se nos ocurran oportunidades, es muy útil considerar las siguientes cuestiones antes de empezar:

- ¿Qué recursos podemos usar para mejorar las áreas en las que tenemos debilidades?
- ¿Hay brechas de mercado en nuestros servicios?
- ¿Cuáles son nuestras metas para este año?





“Educación que genera cambio”

Aquí te mostramos un ejemplo de una oportunidad originada a partir de las fortalezas y debilidades anteriores.

Campaña de marketing: Para mejorar la visibilidad en comercio electrónico de la empresa, haremos campañas publicitarias en YouTube, Facebook e Instagram.

AMENAZAS

Las amenazas en FODA se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera de nuestro control. Pueden ser eventos como la pandemia o un cambio en el panorama competitivo.

A continuación, te presentamos algunas preguntas que podrías hacerte para identificar amenazas externas:

- ¿Qué cambios en el sector son preocupantes?
- ¿Qué nuevas tendencias del mercado se vislumbran?
- ¿En qué áreas nos supera la competencia?

Aquí te presentamos un ejemplo de una amenaza que podría dejar a tu empresa vulnerable ante posibles problemas.

Un competidor nuevo: Se lanzará al mercado un nuevo negocio de comercio electrónico el próximo mes. Debido a este nuevo competidor, podrías perder clientes.

EJEMPLO DE ANÁLISIS FODA

Una de las maneras más populares en las que se crean los análisis FODA es con representaciones visuales de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. A este formato se lo denomina matriz FODA. Normalmente se organiza en cuatro cuadrados separados que se unen para formar un cuadrado más grande.

Una matriz FODA es excelente para reunir información y documentar las preguntas que te llevarán a tomar las decisiones. No solo será útil tenerla a mano para consultarla más adelante, sino que además resultará excelente para visualizar los patrones que puedan surgir.



Aquí te presentamos un ejemplo para que tengas una idea de cómo puedes empezar.

Actividad de reforzamiento

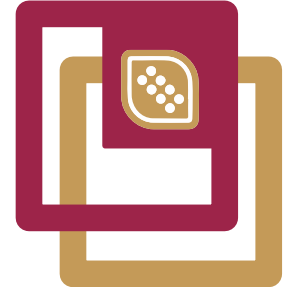


Instrucciones	En este apartado puedes completar la siguiente Matriz FODA tomando en cuenta las características de tu producto o servicio seleccionado para el desarrollo del plan de Negocios
----------------------	---





"Educación que genera cambio"



Práctica 1. Costos y precios del producto

Instrucciones: Determina los costos de tu producto o servicio

COSTOS

La siguiente clasificación de costos, le servirá para determinar los costos de su producto o servicio, como para la determinación del precio de venta.



Clasificación de los costos según su comportamiento:

Costos Fijos: Son aquellos costos que posee una empresa más allá de la producción obtenida, es decir, que su valor no varía según lo producido. Los costos fijos solo pueden ser estipulados a corto plazo, ya que con el correr del tiempo eventualmente varían. Algunos ejemplos son: El pago de alquileres y los impuestos.



Costos variables: Son aquellos costos que varían con relación a lo producidos, es decir, que, si se aumenta la producción, estos costos serán mayores y viceversa. Algunos ejemplos son: la cantidad de materia prima utilizada, el embalaje y empaquetado de los productos.

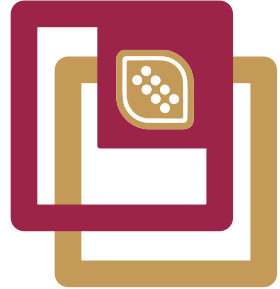
Para calcular el precio de venta del producto se pueden utilizar las siguientes fórmulas:

$$CTU = CVU + CFU$$

CTU Costo total
unitario CVU Costo variable
unitario CFU Costo
Fijo Unitario

$$\text{Precio de venta} = CTU + \% \text{ de ganancia}$$





“Educación que genera cambio”

Instrucciones:

En este apartado puedes calcular los costos del producto o servicio seleccionado anteriormente, el cual formará parte del desarrollo de tu plan de negocios.

Costos Fijos

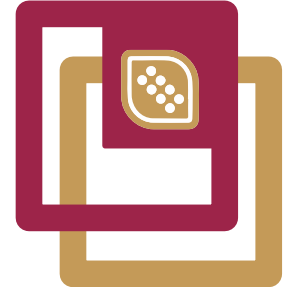
Costos Variables

CTU = CFU + CUV

+ % ganancia

=Precio de venta





Lectura 6. Canales de distribución

Los **canales de distribución** son el conjunto de vías y procesos que una empresa utiliza para llevar sus productos desde su lugar de origen hasta los consumidores finales. Estos canales representan el camino que recorre un producto a lo largo de toda la cadena de suministro, desde la producción hasta su entrega final.

Además de la física y logística de transporte, los canales de distribución también incluyen aspectos relacionados con la gestión de inventario, el empaquetado, el etiquetado, la gestión de pedidos y otros procesos clave que aseguran que los productos estén disponibles en el lugar y momento adecuados.

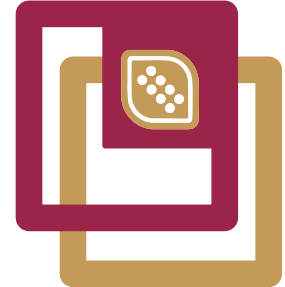
En resumen, los canales de distribución son la infraestructura que permite a las empresas llevar sus productos al mercado y hacerlos accesibles a los consumidores. Son esenciales para establecer una cadena de suministro eficiente y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

6.1 Tipos de canales de distribución de una empresa

Es posible **clasificar los canales de distribución en diferentes tipos**, lo que facilita identificar la mejor opción para cada caso:

6.2 Canal de distribución directo





“Educación que genera cambio”

En este tipo de canal, el fabricante vende directamente sus productos al consumidor sin intermediarios. Es ideal para empresas que desean mantener un control total sobre la comercialización y la relación con el cliente.

6.3 Canales de distribución indirectos

En contraste con los canales directos, los canales indirectos involucran intermediarios entre el fabricante y el consumidor final. Estos intermediarios pueden ser mayoristas, minoristas, agentes o distribuidores, quienes se encargan de llevar los productos al mercado y facilitar su venta.

Canal Corto. En esta ocasión, el canal consta de tres partes: fabricante, proveedor y consumidor final.

Canal Largo. Canales que posee cuatro o más niveles: fabricante, mayorista, minorista y consumidores.

Canales de distribución híbridos

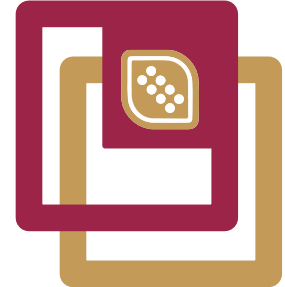
Los canales de distribución híbridos combinan elementos de los canales directos e indirectos. En este caso, la empresa utiliza tanto sus propios canales de distribución directos como intermediarios externos para llegar al mercado. Esto permite una mayor flexibilidad y alcance en la distribución de productos. Las empresas pueden utilizar canales de distribución híbridos para aprovechar las fortalezas de ambos enfoques y adaptarse a las necesidades específicas del mercado.

6.4 Funciones de los canales de distribución

Los **canales de distribución desempeñan varias funciones**, siendo las más importante la de llevar los productos desde el fabricante hasta el consumidor final.

Algunas de las funciones clave son:





Facilitar la transferencia de propiedad: Los canales de distribución permiten la transferencia legal de propiedad de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final. A través de estos canales, se establecen contratos de compra y venta que respaldan la transacción.

Entregar el producto: Los canales de distribución aseguran que los productos estén disponibles en el momento y lugar adecuados para los consumidores. Esto implica la coordinación de actividades como el almacenamiento, la logística de transporte y entrega, así como la gestión de inventario.

Brindar información y promoción: Los canales de distribución son una fuente vital de información sobre los productos, sus características, beneficios y promociones asociadas. Los intermediarios en los canales de distribución pueden proporcionar asesoramiento y orientación a los consumidores, lo que contribuye a una mejor toma de decisiones de compra.

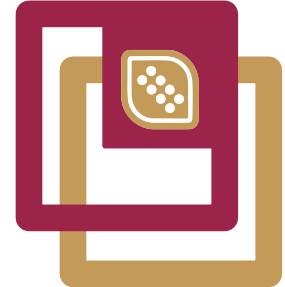
Realizar funciones logísticas: Los canales de distribución están involucrados en diversas actividades logísticas, como el almacenamiento, la gestión de inventario, el embalaje y el etiquetado de productos. Estas funciones aseguran que los productos estén en condiciones óptimas y listos para su distribución.

6.5 Objetivos de los canales de distribución

Los **canales de distribución tienen varios objetivos clave** en el contexto empresarial. Algunos de los objetivos más comunes son:

- **Alcanzar la máxima cobertura:** Uno de los objetivos principales de los canales de distribución es asegurar que los productos lleguen al mayor número posible de consumidores en el mercado objetivo. Esto implica establecer una red eficiente de puntos de venta y canales de distribución que abarquen amplias áreas geográficas.
- **Optimizar la eficiencia logística:** Los canales de distribución buscan minimizar los costos y maximizar la eficiencia en la cadena de suministro. Esto implica la planificación y





“Educación que genera cambio”

ejecución eficiente de actividades logísticas, como el transporte, el almacenamiento y la gestión de inventario.

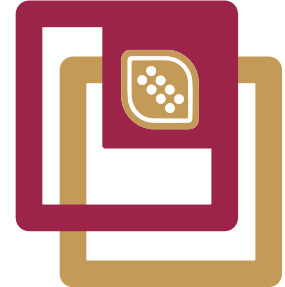
- **Mejorar la experiencia del cliente:** Los canales de distribución se esfuerzan por brindar una experiencia satisfactoria al cliente, asegurando la disponibilidad y accesibilidad de los productos, así como un servicio de atención al cliente adecuado. El objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores.
- **Aumentar las ventas y generar ingresos:** Los canales de distribución tienen como objetivo principal generar ventas y aumentar los ingresos de la empresa. Esto se logra al asegurar que los productos lleguen a los consumidores en el momento y lugar adecuados.

6.6 Que tener en cuenta para elegir el canal de distribución adecuado:

Al elegir el canal de distribución adecuado para tu empresa, es importante tener en cuenta varios factores clave. Estos son algunos aspectos importantes para considerar:

- **Naturaleza del producto:** Analiza las características de tus productos, como su naturaleza perecedera, tamaño, fragilidad y requisitos especiales de manipulación. Esto te ayudará a determinar si es más adecuado utilizar canales de distribución directos o indirectos, o si se requiere un enfoque híbrido.
- **Mercado objetivo:** Comprende a tu mercado objetivo, incluyendo su ubicación geográfica, preferencias de compra y comportamiento de consumo. Evalúa si es necesario llegar a un amplio mercado a través de canales de distribución indirectos o si una estrategia de distribución directa puede satisfacer las necesidades de un mercado más específico.
- **Competencia y posición en el mercado:** Analiza a tus competidores y su estrategia de distribución. Considera cómo puedes diferenciarte y encontrar un espacio único en el



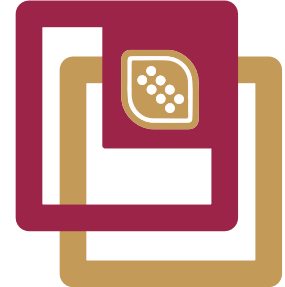


mercado a través de tu canal de distribución. Evalúa si es necesario utilizar los mismos canales que tus competidores o explorar alternativas.

- **Capacidad y recursos internos:** Evalúa la capacidad interna de tu empresa para gestionar diferentes canales de distribución. Considera tus recursos financieros, logísticos y de personal. Determina si tienes la capacidad de establecer y gestionar canales de distribución directos o si es más conveniente contar con socios o intermediarios externos.
- **Costos y rentabilidad:** Analiza los costos asociados con cada canal de distribución. Considera los costos de transporte, almacenamiento, comisiones de intermediarios y otros gastos relacionados. Evalúa la rentabilidad esperada de cada canal y cómo afectará tus márgenes de beneficio.
- **Control y relación con el cliente:** Evalúa el nivel de control que deseas tener sobre la experiencia del cliente. Los canales de distribución directos te brindan un mayor control y la posibilidad de establecer una relación directa con tus clientes. Los canales indirectos pueden brindar acceso a una mayor base de clientes, pero con un menor control sobre la experiencia de éstos.
- **Flexibilidad y adaptabilidad:** Considera la flexibilidad y adaptabilidad que requieres en tu estrategia de distribución. Evalúa si es necesario ajustar tus canales de distribución en función de cambios en el mercado, demanda o nuevos canales emergentes, como el comercio electrónico.

Recuerda que no existe una única solución para todos. La elección del canal de distribución adecuado dependerá de la naturaleza de tu negocio, tus objetivos estratégicos y las necesidades específicas de tu mercado y clientes. Es recomendable realizar un análisis exhaustivo y considerar todos los factores antes de tomar una decisión





ACTIVIDAD 6

Canales de distribución

Plan de Negocios

Determina los canales de distribución posibles para tu producto o servicio, puedes realizarlo a mano, en hojas blancas o utilizar las TICS.

Entrega: semana 4. Del 23 al 26 de Febrero

Canales de distribución

(plan de negocios)

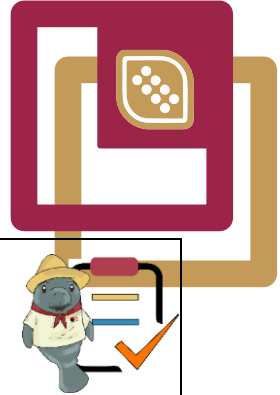
¿Qué es?

Son los intermediarios y procesos que hacen posible que los bienes o servicios se trasladen, almacenen y comercialicen en el lugar, momento y condiciones adecuadas para el cliente.

Importancia

- Facilitan el acceso al mercado
- Reducen costos para la empresa
- Amplian la cobertura del mercado
- Mejoran la satisfacción del cliente
- Optimización de tiempo y recursos
- Aumentan la competitividad
- Favorecen el crecimiento del negocio





"Educación que genera cambio"

COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO

PLANTEL NO ____



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: ____	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
UAC: Formación laboral básica de contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo	SUBMÓDULO II: Desarrollo Empresarial
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Canales de distribución	CONTENIDO (S): Canales de distribución

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Canales de distribución

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Determina los canales de distribución posibles para tu producto o servicio. Se pueden apoyar de una investigación previa o de la información proporcionada en su guía.

No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Se identifica claramente el producto o servicio	10		
2	Se define el consumidor al que va dirigido	20		
3	Se identifica el canal de distribución principal	20		
4	Se justifica la elección del canal de distribución	30		
5	La información es clara, ordenada y comprensible	20		
Puntuación total				
Logros				
Aspectos de mejora				





Lectura 7. Estructura organizacional

7.1 ¿Qué es la estructura organizacional?



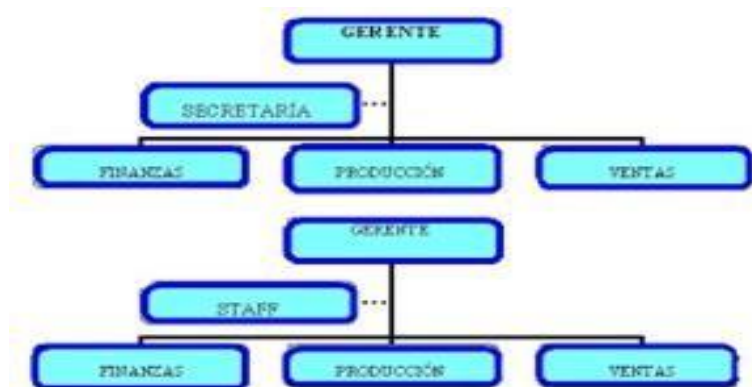
La estructura organizacional es la forma en cómo se distribuyen las funciones y responsabilidades que debe cumplir cada miembro que forma parte de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

Es decir, el sistema jerárquico elegido para organizar a los colaboradores en el organigrama empresarial, gracias al cual se reparte el trabajo y las responsabilidades y se aborda la organización interna y la coordinación. (Quiroa)

Toda empresa debe planificar el proceso de sus tareas y definir los puestos y responsabilidades de las personas que integran la organización, con base en las necesidades de la misma organización. Es decir, una universidad no requerirá los mismos niveles jerárquicos que una fábrica, al menos a nivel operativo.

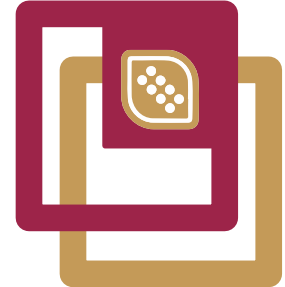
7.2- ¿Para qué sirve diseñar la estructura de la organización?

Una estructura organizacional bien planificada sirve para dar dirección a las diferentes áreas que componen la empresa hacia los mismos objetivos, además de



- Entender cómo funciona la cadena de mando.
- Determinar las áreas de funcionamiento que integran la organización.
- Establecer los perfiles de puestos para definir las tareas y responsabilidades.





“Educación que genera cambio”

- Diferenciar tareas por departamentos, identificar a quién le corresponden y asignar a quienes los integrarán.
- Permitir que los trabajadores identifiquen su lugar en la empresa y a quiénes le rendirán cuentas.
- Identificar si es necesario contratar más personal para alguna área o actividad en particular.

Esta estructura define la división de tareas y permite que se desarrollen con eficiencia, reduciendo en medida de lo posible las confusiones y/o conflictos.

7.3 Características de la estructura organizacional

La estructura de una organización es la conformación de la empresa es sí.

Requiere coordinación y el establecimiento de protocolos estandarizados por departamentos, pero con una estrategia y objetivos comunes bien definidos.

La estructura organizacional puede ser centralizada o descentralizada, según quienes tomen las decisiones principales, ya sea altos cargos o cada departamento.

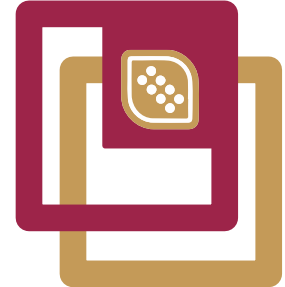
La estructura elegida depende de la filosofía de la organización, es decir su visión, misión y valores.

Tipos de estructura organizacional

Entre los modelos de estructura organizacional más comunes que una empresa puede aplicar, se encuentran los siguientes:

1. **Lineal.** Se basa en los niveles de autoridad y se maneja un sistema de decisión centralizada. Su estructura es de forma piramidal, en la que disminuyen los





“Educación que genera cambio”

puestos en la jerarquía más alta, pero aumentan las responsabilidades.

2. Horizontal. En esta estructura existen pocos mandos medios de autoridad, por lo que las personas que ocupan los niveles más altos de autoridad entran en contacto directo con todos los trabajadores de primera línea.

3. Funcional. Agrupa y ordena a las personas que ocupan puestos similares dentro de la empresa. Se basa en las tareas que tiene que desarrollar cada jefe y su grupo de trabajo y se organiza en departamentos especializados, al mando de un supervisor. Por ejemplo, departamento de marketing, ventas, contabilidad, producción, etc.

4. Divisional. Organiza a los colaboradores por tipo de producto o de servicio específico que se ofrece al mercado, siendo cada uno de ellos, responsable del flujo de tareas.

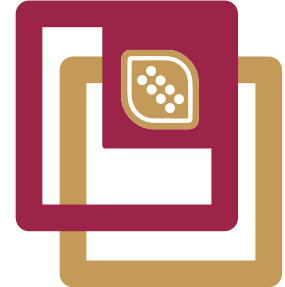
5. Matricial. En este sistema, la organización divide el esquema de trabajo tanto por cada área de funciones como por los tipos de proyecto que se desarrollan. Funciona como una matriz en la que cada empleado reporta a dos jefes inmediatos; un supervisor de proyecto y un supervisor de funciones.

6. Central. Común en empresas muy grandes y con una forma de trabajo más compleja en la que cada empleado debe responder a muchos supervisores que se encuentran en diferentes áreas o en diferentes localizaciones.

7.4 Elementos que conforman la estructura organizacional

Toda estructura organizacional cuenta con ciertos componentes





fundamentales que las distinguen, siendo los más representativos los siguientes:

7.4.1 Cadena de mando

Es la base del modelo organizacional y se refiere a una línea de autoridad que desciende desde la dirección, hasta los puestos más bajos. Su objetivo es definir a quién hay que dirigirse según el tema que se desee tratar o la petición que se desee hacer.

Según Henry Mintzberg, la estructura de la cadena de mando se compone de cinco elementos:

1.-Cumbre estratégica. Encargados de la responsabilidad general de la organización, con intereses estratégicos.

2.-Línea media. Directores de departamento que intercambian información entre las partes de la organización, intervienen en las decisiones, administran recursos y desglosan la estrategia.

3.-Núcleo de operaciones. Quienes asegurar los insumos, transformarlos, distribuirlos, y proveer apoyo directo a las funciones anteriores.

4.-Tecnoestructura. Analistas que planifican y controlan el trabajo de otros pero su función es staff.

5.-Staff de apoyo. Miembros de staff otorgan otro tipo de servicios indirectos.

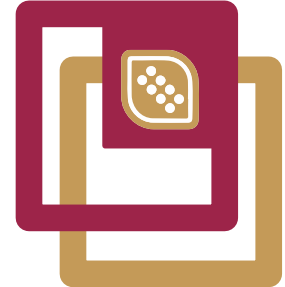
Nivel de centralización

Esto contribuye directamente en la velocidad del proceso de toma de decisiones y en si se trata de una organización más o menos democrática en su forma de actuar.

7. 4.2 Margen de control

De acuerdo al tamaño de la empresa y los equipos, así como del nivel de centralización, se





“Educación que genera cambio”

debe considerar cuántos empleados controla un mando directivo. Entre más colaboradores sean, mayor será el margen de control.

7.4.3 Grado de especialización

Si los empleados cuentan con una especialización alta y son expertos en su campo, se espera que sean más productivos. Cuando el grado de especialización es menor, la plantilla es más flexible y versátil, por lo que ambas opciones tienen sus ventajas y desventajas

Dentro de una organización hay distintos niveles y lo ideal es encontrar el nivel de especialización adecuado para la actividad de la empresa según sus necesidades, o incluso cierto equilibrio entre ellas.

7.4.4 Formalidad estructural

El grado de formalidades busca mantener cierta armonía, siendo el ideal un equilibrio entre rigidez y libertad que permita trabajar ágilmente, pero sin eliminar las relaciones entre los trabajadores ni su creatividad.

7.5.5 Formación de departamentos

Las diferentes actividades de una organización se dividen en departamentos, cada uno de ellos con sus propios proyectos, indicadores y objetivos

7.6 Cómo crear la estructura organizacional de una empresa

La creación de la estructura organizacional de una empresa consta de dos pasos:

Analizar tareas, subtareas y definir metas de la organización, para después llevar un control de la evaluación de objetivos.

Síntesis y reparto de las tareas. Asegurarse de que, con el reparto de tareas, se aproveche al máximo los recursos con los que se dispone.

Representarlo gráficamente y que toda la plantilla esté al tanto de la estructura no siempre es sencillo, pues depende del tamaño de los equipos y la cantidad de departamentos.



Para ello, primero se deben distinguir las partes que componen un organigrama.



1.-*Elementos estructurales.* Son las diferentes unidades en las que se dividen las tareas de la empresa (departamentos, servicios de apoyo, puestos, etc.)

2.-*Relaciones estructurales.* Red que se teje alrededor de los elementos estructurales y que define las relaciones entre todos ellos.

Como conclusión, la estructura organizacional ayuda a determinar la cantidad de recursos humanos necesarios para desarrollar las funciones de los departamentos, dar orden, evitar confusiones y delimitar claramente las responsabilidades de cada miembro del equipo, contribuyendo en su conjunto, al correcto desempeño de la empresa.

Existen herramientas tecnológicas para la gestión de Recursos Humanos, que entre otras funciones facilitan la configuración y creación del organigrama, y para los colaboradores, la identificación de su lugar en la empresa funciones y personas con las que debe dirigirse para determinadas peticiones o proyectos.

Con el módulo de organigrama y expediente digital de Holmes podrás importar los datos de tus colaboradores y genera el organigrama de manera automática cada que haya un cambio en la plantilla; personalizar la visibilidad de la información; agregar fotografías para hacerlo más atractivo y visual.



ACTIVIDAD 7

Estructura organizacional

Plan de Negocios

Desarrolla la estructura organizacional del plan de negocios, puedes realizarlo a mano, en hojas blancas o utilizar las TICS.

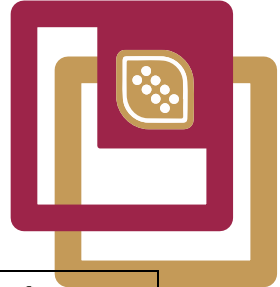
Entrega: semana 5. Del 2 al 6 de Marzo

Estructura organizacional (plan de negocios)

¿Que es la estructura organizacional?

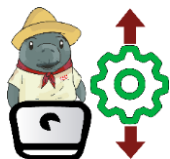
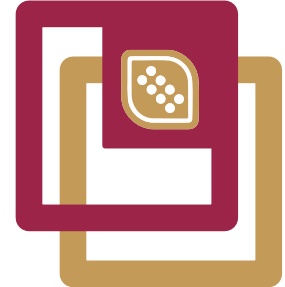
La estructura organizacional de una empresa consiste en el modelo que define cómo se organiza la empresa y sus empleados, establece el entramado de niveles jerárquicos y es, en definitiva, el esqueleto sobre el que se sostiene la empresa. En la estructura organizativa se ordenan los procesos y actividades, si especifica quién toma las decisiones en función de qué procesos. La estructura organizativa de una empresa puede variar en función del contexto social y económico y de la propia evolución de la empresa y su crecimiento.

- 1.- Estructura organizativa jerárquica
- 2.-Estructura Organizativa funcional
- 3.-Estructura organizativa matricial
- 4.-Estructura organizativa basada en procesos
- 5.-Estructura organizativa circular
- 6.-Estrucutra organizativa horizontal



 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
UAC: Formación laboral básica de contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO II: Desarrollo Empresarial
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Estructura Organizacional		CONTENIDO (S): Estructura organizacional
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Estructura organizacional del plan de Negocios				
INSTRUCCIONES AL ALUMNO: Desarrollo la estructura organizacional del plan de negocios. Se pueden apoyar de una investigación previa o de la información proporcionada en su guía.				
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Se presenta un organigrama claro y bien estructurado	10		
2	El organigrama corresponde al tipo y tamaño de la empresa	20		
3	Se definen claramente los puestos de trabajo	20		
4	Se definen las funciones principales de cada puesto	30		
5	La información es clara, ordenada y sin errores	20		
Puntuación total				
Logros				
Aspectos de mejora				





Práctica 2. Proyección de ventas

Instrucciones. Realizar proyección de ventas con base a los precios determinados de su producto o servicio puede ser a 6,12 meses o más.

Ejemplo:

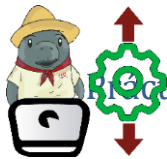
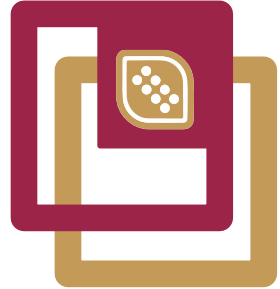
Proyección de ventas a 6 meses							
Producto 1: Aplicación de software							
	Ene	Feb	Mar	Abr	Mayo	Jun	
Unidades	200	150	100	175	250	300	
Precio de venta	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	
Precio total	\$60 000	\$45 000	\$30 000	\$52 500	\$75 000	\$90 000	\$352 500
% de ventas totales	17.02	12.77	8.51	14.89	21.28	25.53	100.00

PROYECCIÓN DE VENTAS A _____ MESES

Producto: _____

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	
Unidades							
Precio de venta							
Precio total							
% de ventas totales							



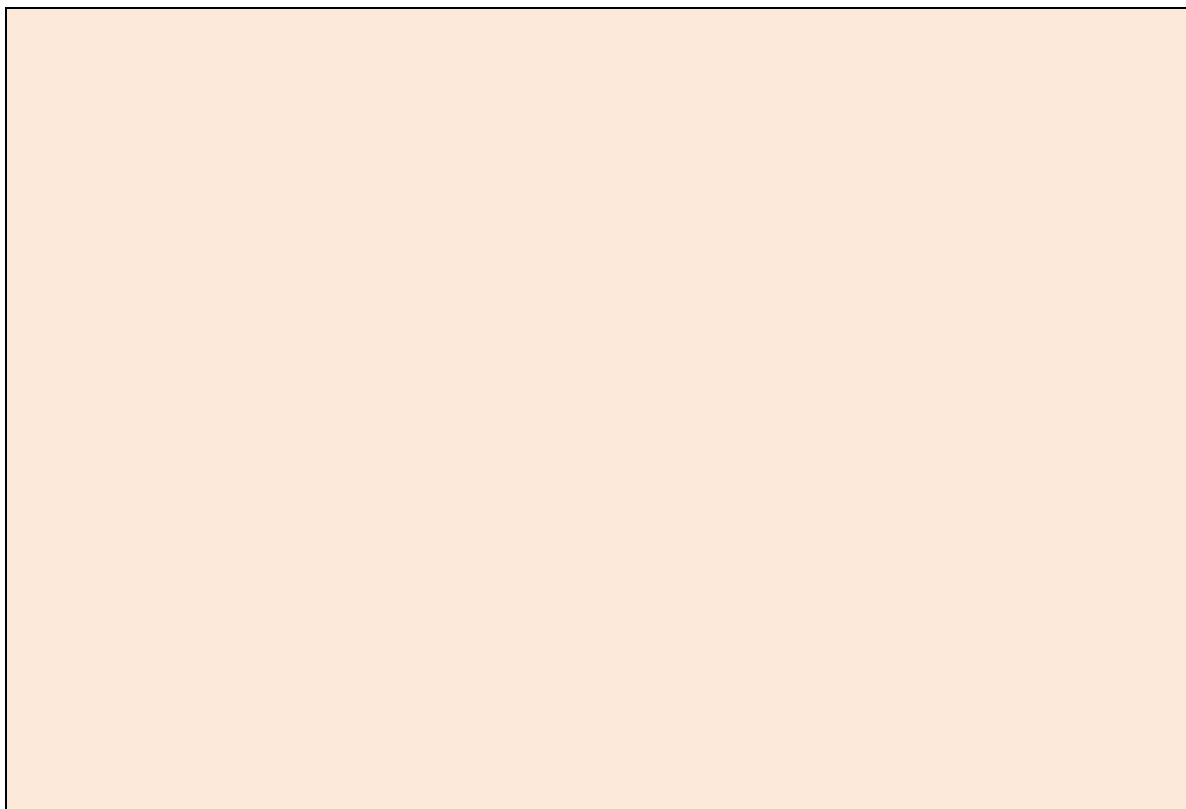


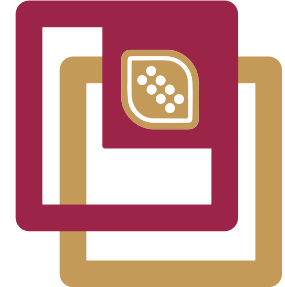
Práctica 3. Estructura contable y financiera del plan de Negocios



Instrucciones: En este apartado puedes realizar el balance inicial del plan de negocios, retomando la información que ya se estudió y analizó en los módulos anteriores.

Balance inicial: Es esencial para la planificación financiera, ya que proporciona una base para proyecciones futuras y metas. Permite evaluar la salud financiera al inicio de un período, comprendiendo la estructura de activos, pasivos y capital. Esto facilita la toma de decisiones informadas sobre inversiones, financiamiento y estrategias comerciales. Además, cumple con requisitos normativos de presentación de informes legales y fiscales.





Lectura 8. Plan de publicidad y promoción



Un plan de promoción y publicidad es una estrategia esencial para cualquier negocio que quiera aumentar su visibilidad, generar ventas y construir una marca sólida. Este tipo de estrategia no solo incluye anuncios tradicionales, sino también una serie de acciones planificadas con el objetivo de captar la atención del público objetivo y mantener una conexión constante con él. En este artículo exploraremos a fondo qué implica un plan de promoción y publicidad, cómo se construye, qué herramientas se utilizan y por qué es fundamental en el mundo actual de los negocios.

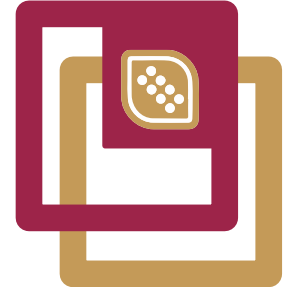
8.1 ¿Qué es un plan de promoción y publicidad?

Un plan de promoción y publicidad es un conjunto de acciones organizadas y estratégicas diseñadas para comunicar los valores, beneficios y mensajes de una marca, producto o servicio al público objetivo. Este plan busca aumentar la visibilidad, generar interés, impulsar ventas y fortalecer la imagen de la marca. Puede incluir desde estrategias en medios tradicionales como televisión o radio, hasta enfoques digitales como redes sociales, email marketing y anuncios patrocinados.

El objetivo principal de un buen plan de promoción y publicidad es no solo vender, sino también educar al consumidor, construir confianza y fidelizar a los clientes. Para lograrlo, se debe realizar un análisis previo del mercado, conocer las necesidades del cliente, y establecer metas claras que se puedan medir con el tiempo.

Un dato interesante es que el marketing moderno ha evolucionado significativamente desde la década de 1920, cuando la publicidad comenzó a ser usada de manera masiva con el auge de la radio y la prensa impresa. Hoy en día, la digitalización ha revolucionado el sector, permitiendo una interacción más directa y personalizada con el consumidor.





Ejemplos de planes de promoción y publicidad exitosos

Un ejemplo clásico es el de la campaña de Coca-Cola **Share a Coke**, que personalizó las etiquetas de las botellas con nombres de personas, generando una gran interacción en redes sociales. Esta campaña no solo aumentó las ventas, sino que también fortaleció la conexión emocional de los consumidores con la marca.

Otro ejemplo es el de Nike con su campaña **Just Do It**, que se ha mantenido vigente durante décadas al adaptarse a las nuevas generaciones y a las tendencias culturales. Nike ha integrado influencers, atletas reales y mensajes motivacionales que resuenan con su audiencia.

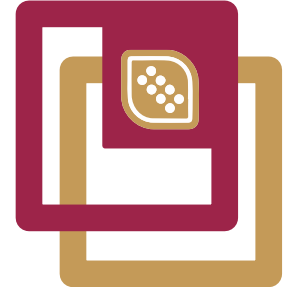
Un tercer ejemplo es el uso de publicidad patrocinada en Google por empresas como Amazon, que ha invertido en campañas de búsqueda para captar clientes que ya buscan productos específicos. Estos ejemplos muestran cómo una estrategia bien planificada puede transformar el posicionamiento de una marca en el mercado.

8.2 El concepto de la publicidad integrada

La publicidad integrada (Integrated Marketing Communication, o IMC en inglés) es un concepto que busca unificar todas las comunicaciones de una marca para que transmitan un mensaje coherente y consistente a través de todos los canales. Esto incluye desde anuncios en medios tradicionales hasta interacciones en redes sociales, eventos, correo directo y publicidad digital.

La ventaja de la IMC es que permite a la marca mantener una identidad clara, reforzar su mensaje y crear una experiencia más completa para el consumidor. Por ejemplo, una campaña de IMC puede incluir un anuncio en televisión, un post en Instagram, un contenido en YouTube y una promoción en tiendas físicas, todo con el mismo mensaje y estilo visual.





“Educación que genera cambio”

Este enfoque no solo mejora la percepción de la marca, sino que también incrementa la eficiencia del presupuesto de publicidad, ya que evita la fragmentación de mensajes y recursos.

8.3 5 elementos clave en un plan de promoción y publicidad

- **Objetivos claros:** Definir qué se quiere lograr con la campaña, ya sea aumentar las ventas, generar tráfico web, o mejorar la imagen de marca.
- **Análisis de mercado:** Investigar al público objetivo, la competencia y las tendencias del sector.
- **Estrategia de comunicación:** Elegir los canales y mensajes que mejor se alineen con el público objetivo.
- **Presupuesto y recursos:** Asignar fondos a cada parte del plan, considerando costos de producción, distribución y medición.
- **Evaluación y ajustes:** Medir los resultados con KPIs y realizar ajustes para optimizar el plan a lo largo del tiempo.

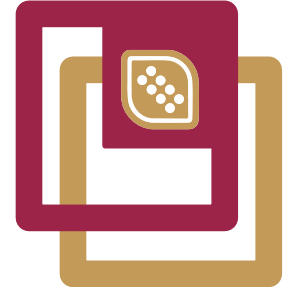
Cada uno de estos elementos debe estar interrelacionado para garantizar el éxito del plan. Por ejemplo, si no se define un objetivo claro, es difícil medir el éxito de la campaña, y si no se invierte en los canales adecuados, es probable que el mensaje no llegue al público deseado.

8.4 Cómo los planes de promoción y publicidad impactan en el crecimiento empresarial

Los planes de promoción y publicidad no solo son herramientas de comunicación, sino también motores de crecimiento para las empresas. Al aumentar la visibilidad, estos planes atraen nuevos clientes, mejoran la fidelización de los actuales y fortalecen la reputación de la marca.

Una empresa que invierte en un buen plan de promoción puede ver un aumento en el tráfico web, en las conversiones y en la participación en redes sociales. Por ejemplo, una campaña de email marketing bien estructurada puede incrementar el porcentaje de ventas en un 20%, según estudios recientes. Además, una presencia sólida en medios digitales puede ayudar a una empresa a destacar en un mercado competitivo.





8.5 ¿Para qué sirve un plan de promoción y publicidad?

Un plan de promoción y publicidad sirve para comunicar el valor de una marca, producto o servicio de manera efectiva y constante. Su función principal es atraer a nuevos clientes, mantener a los existentes y diferenciar a la marca de la competencia. También permite establecer una conexión emocional con el público, lo que incrementa la lealtad y la confianza.

Además, este tipo de planes ayuda a posicionar a la marca en el mercado, lo que es especialmente útil para startups o empresas que están buscando expandirse. Por ejemplo, una marca de ropa nueva puede utilizar un plan de promoción para educar al consumidor sobre su estilo único, valores y calidad, lo que la diferencia de otras marcas similares.

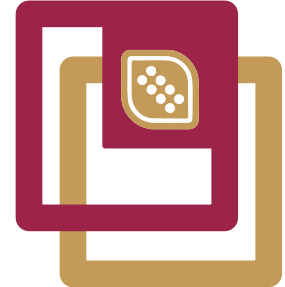
8.6 Diferencias entre promoción y publicidad

Aunque a menudo se usan indistintamente, promoción y publicidad tienen diferencias importantes. La publicidad es un componente de la promoción, pero no lo abarca todo. Mientras que la publicidad se enfoca en la creación y distribución de anuncios pagos para transmitir un mensaje, la promoción abarca una gama más amplia de actividades, como descuentos, sorteos, eventos y promociones especiales.

Otra diferencia clave es que la publicidad se basa en la repetición para captar la atención, mientras que la promoción puede incluir acciones directas para incentivar una acción inmediata del cliente, como un cupón o una oferta limitada. Ambas son esenciales dentro de un plan de marketing integral, pero deben aplicarse de forma complementaria.

8.7 El impacto de la tecnología en la promoción y publicidad





La tecnología ha transformado profundamente la manera en que se desarrollan los planes de promoción y publicidad. Hoy en día, herramientas como el análisis de datos, inteligencia artificial y automatización permiten personalizar los mensajes según el comportamiento del usuario, optimizando así la efectividad de las campañas.

Por ejemplo, el uso de algoritmos en redes sociales permite segmentar audiencias con gran precisión, mientras que los chatbots ofrecen una atención al cliente 24/7. Además, plataformas como Google Analytics o Meta Business Suite facilitan el seguimiento de las campañas, permitiendo ajustes en tiempo real para maximizar el ROI.

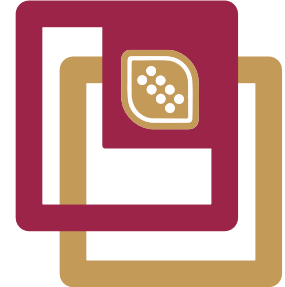
La tecnología también ha dado lugar a nuevos formatos de publicidad, como los anuncios interactivos, las publicidades en realidad aumentada o los videos cortos en TikTok. Estos formatos no solo captan la atención de manera más eficiente, sino que también fomentan la interacción y la participación activa del usuario.

8.8 El significado de un plan de promoción y publicidad

Un plan de promoción y publicidad representa el esfuerzo de una empresa por llegar a su audiencia de manera estratégica y efectiva. No se trata solo de anunciar, sino de contar una historia, construir una relación y generar valor para el cliente. En esencia, es una herramienta que permite a la empresa comunicar sus objetivos, valores y propuestas de valor de una forma clara y atractiva.

Este plan también es una demostración de compromiso con el mercado, ya que implica investigación, creatividad y una planificación cuidadosa. Un buen plan de promoción y publicidad no solo puede mejorar el rendimiento financiero de una empresa, sino también su reputación a largo plazo.





8.9 ¿Cuál es el origen del concepto de promoción y publicidad?

El concepto de promoción y publicidad tiene sus raíces en la necesidad de los comerciantes de informar a los consumidores sobre sus productos. En la antigüedad, los anuncios se hacían mediante carteles, sonidos o incluso representaciones teatrales. Con el auge de la imprenta en el siglo XV, aparecieron los primeros anuncios en periódicos, lo que marcó un antes y un después en la historia del marketing.

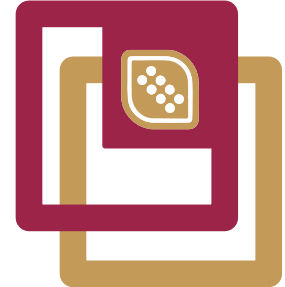
En el siglo XIX, con la industrialización y la expansión del comercio, se desarrollaron las primeras agencias de publicidad, que comenzaron a profesionalizar la comunicación de las marcas. A finales del siglo XX, el auge de los medios digitales transformó radicalmente el sector, permitiendo una comunicación más directa, personalizada y medible.

8.10 Alternativas al plan de promoción y publicidad tradicional

Aunque los planes de promoción y publicidad tradicionales siguen siendo efectivos, existen alternativas innovadoras que pueden complementarlos o incluso sustituirlos en ciertos contextos. Una de estas alternativas es el marketing de contenido, que se basa en crear material valioso y relevante para atraer y retener a la audiencia sin utilizar un enfoque puramente comercial.

Otra opción es el marketing de influencers, que aprovecha la presencia de figuras públicas para llegar a públicos específicos de manera más auténtica. También se ha popularizado el marketing experiencial, donde se busca generar una experiencia memorable en lugar de simplemente transmitir un mensaje.





Estas estrategias alternativas permiten a las marcas ser más creativas y conectadas con su audiencia, adaptándose a las preferencias y comportamientos cambiantes del consumidor moderno.

8.12 ¿Por qué es importante tener un plan de promoción y publicidad?

Tener un plan de promoción y publicidad es esencial para cualquier empresa que busque crecer y mantenerse relevante en su sector. Este tipo de planes no solo ayuda a aumentar las ventas, sino que también construye una imagen de marca sólida, fomenta la lealtad del cliente y mejora la competitividad del negocio.

Una empresa sin un plan claro de promoción y publicidad corre el riesgo de no ser conocida por su público objetivo, lo que limita su crecimiento. Además, sin una estrategia bien definida, es difícil medir el impacto de los esfuerzos de marketing y ajustarlos en tiempo real para maximizar el ROI.

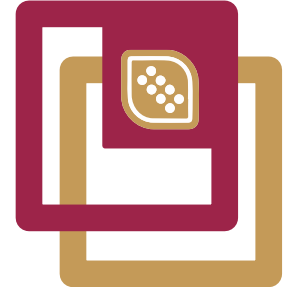
8.13 Cómo usar un plan de promoción y publicidad y ejemplos de uso

Para usar un plan de promoción y publicidad de manera efectiva, es importante seguir una serie de pasos estructurados:

- **Definir los objetivos:** ¿Quieres aumentar las ventas, mejorar la imagen de marca o captar nuevos clientes?
- **Conocer al público objetivo:** ¿Quién es tu audiencia? ¿Dónde pasan su tiempo?
- **Elegir los canales adecuados:** ¿Cuáles son los medios más efectivos para llegar a ellos?
- **Crear el contenido:** ¿Qué mensaje quieres transmitir? ¿Cómo lo haces atractivo?
- **Ejecutar la campaña:** ¿Cómo se distribuye el contenido y se mide su impacto?
- **Evaluar y ajustar:** ¿Qué funcionó y qué no? ¿Qué se puede mejorar?

Por ejemplo, una marca de ropa puede lanzar una campaña en Instagram con influencers locales, mientras que una empresa de servicios puede invertir en anuncios patrocinados en





Google. Ambos casos utilizan el plan de promoción y publicidad de manera diferente, según sus objetivos y recursos.

8.14 El rol de la creatividad en el plan de promoción y publicidad

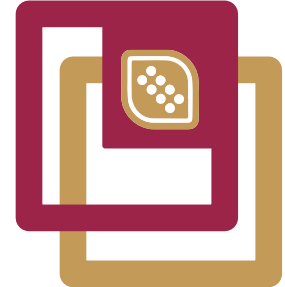
La creatividad es un factor diferenciador en cualquier plan de promoción y publicidad. Un mensaje creativo puede captar la atención del consumidor de manera inmediata, mientras que un enfoque genérico puede pasar desapercibido. La creatividad no solo se aplica al diseño visual, sino también a la narrativa, al tono del mensaje y a la forma en que se presenta el contenido.

Empresas como Apple o Nike son reconocidas por su enfoque creativo, que no solo promueve sus productos, sino que también transmite emociones, valores y una identidad única. Además, la creatividad permite a las marcas destacar en un mercado saturado, creando un impacto memorable en el consumidor.

8.15 Tendencias actuales en promoción y publicidad

Hoy en día, una de las tendencias más destacadas es el uso de la inteligencia artificial para personalizar los mensajes publicitarios. Las herramientas de AI analizan el comportamiento del usuario y ofrecen contenido adaptado a sus intereses, lo que aumenta la efectividad de las campañas.





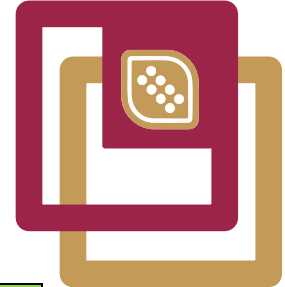
“Educación que genera cambio”

Otra tendencia es el aumento de la publicidad en video, especialmente en plataformas como YouTube, TikTok y Facebook. Los videos cortos y dinámicos han demostrado ser muy efectivos para captar la atención de una audiencia acostumbrada a la velocidad.

También se ha incrementado el enfoque en el marketing sostenible, donde las marcas promueven sus productos destacando su impacto positivo en el medio ambiente. Esta tendencia refleja una mayor conciencia social y una demanda por parte de los consumidores de empresas responsables.

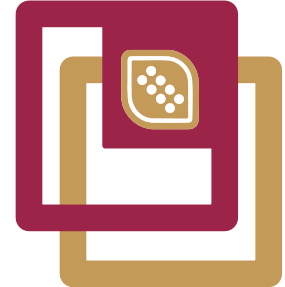
Ejemplo plan de promoción





Tipo de campaña	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Marketing						
Nacional, regional o local						
Anuncios banner						
Anuncios en la web						
Relaciones públicas						
Comunicados de prensa						
Marketing de contenidos						
Contenido patrocinado						
Libros electrónicos						
Redes Sociales						
Twitter						
Face book						
pinterest						
Histogram						
Google +						
Linkedin						





ACTIVIDAD 8

Plan de publicidad y promoción

Plan de Negocios

Realizar plan de publicidad y promoción del plan de negocios, puedes realizarlo a mano, en hojas blancas o utilizar las TICS.

Entrega: semana 8. Del 23 al 27 de Marzo

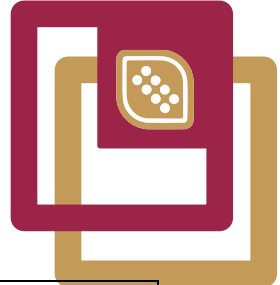
Plan de publicidad y promoción

(plan de negocios)

¿Que es un plan de publicidad y promoción?

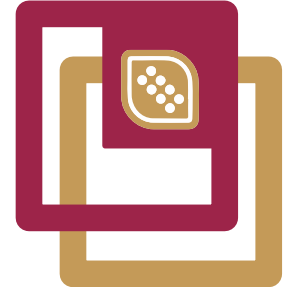
Es una estrategia esencial para cualquier negocio que quiera aumentar su visibilidad, generar ventas y construir una marca sólida. Este tipo de estrategia no solo incluye anuncios tradicionales, sino también una serie de acciones planificadas con el objetivo de captar la atención del público objetivo y mantener una conexión constante con él.





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II	
UAC: Formación laboral básica de contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO II: Desarrollo Empresarial	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Plan de publicidad y promoción		CONTENIDO (S): Plan de publicidad y promoción	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Realizar un plan de publicidad y promoción					
INSTRUCCIONES AL ALUMNO: Realizar un pan de publicidad y promoción. Se pueden apoyar de una investigación previa o de la información proporcionada en su guía.					
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN		
			Si cumple	No cumple	
1	Se describe la propuesta de valor del producto o servicio	10			
2	Se seleccionan las estrategias de promoción adecuadas	20			
3	Se especifican los medios a utilizar	20			
4	Se estable el calendario de actividades promocionales	30			
5	El plan es claro, creativo e innovador	20			
Puntuación total					
Logros					
Aspectos de mejora					





Lectura 9. Participación en cámaras empresariales

Para participar en una cámara empresarial en México en 2026, las empresas deben cumplir con **requisitos de registro legal y pago de cuotas**, y es **obligatorio** su registro en el **Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)**. La afiliación a una cámara específica (como CANACO, CANACINTRA, COPARMEX) es voluntaria, pero altamente recomendable por los beneficios que ofrece.

9.1 Requisitos Generales de Participación

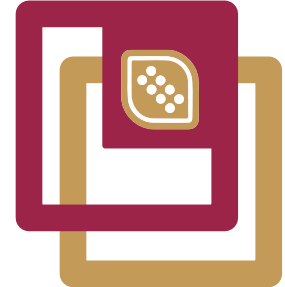
Los requisitos específicos pueden variar ligeramente entre diferentes cámaras (CANACO, CANACINTRA, COPARMEX, etc.), pero generalmente incluyen:

- **Existencia Legal:** Estar legalmente constituido y registrado en México.
- **Actividad Mercantil:** Realizar actividades comerciales, de servicios, turísticas o industriales de manera permanente o habitual.
- **Documentación:** Presentar documentación que acredite la identidad y legalidad de la empresa y su representante legal:
 - Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
 - Identificación oficial (IFE/INE) del representante legal.
 - Comprobante de domicilio reciente.
 - Copia del Acta Constitutiva (para personas morales) y poder legal.
 - CURP del representante legal.
- **Llenar Solicitud:** Completar el formulario de registro o afiliación proporcionado por la cámara.
- **Pago de Cuotas:** Cubrir la cuota anual de afiliación y, si aplica, la cuota correspondiente al SIEM.

9.2 Obligaciones Clave

- **Registro en el SIEM:** Todos los comerciantes e industriales, sin excepción, tienen la obligación de registrar y actualizar anualmente cada uno de sus establecimientos en el Sistema de Información





Empresarial Mexicano (SIEM). Este es un instrumento del Estado mexicano y su coordinación está a cargo de la Secretaría de Economía.

- **Cumplimiento Normativo:** Acatar los estatutos y reglamentos internos de la cámara a la que se afilien.

9.3 Proceso de Afiliación

1. **Identificar la Cámara:** Determinar qué cámara es la más adecuada según el giro de su empresa (industria, comercio, servicios, etc.).
2. **Contactar a la Cámara:** Dirigirse a la delegación u oficina local o nacional de la cámara de interés.
3. **Presentar Documentación y Pago:** Entregar los documentos solicitados y realizar los pagos de registro y/o afiliación.

El Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) integra mediante una plataforma, un registro de las empresas existentes en el país.

El Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) es la red empresarial pública más grande de México, que integra todas las empresas existentes mediante un registro con presencia a nivel mundial.

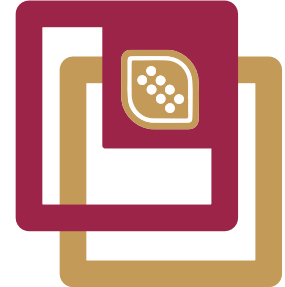
Si deseas aumentar tus oportunidades de negocio, esta red empresarial es la respuesta, porque en ella encontrarás información actualizada sobre comercios, actividades productivas, servicios, turismo e industrias nacionales.

Otro de los beneficios de participar en el SIEM es que empresas extranjeras interesadas en invertir en el país, podrán conocerte y contactarte a través de esta red empresarial pública digital.

9.4 Los beneficios del SIEM son:

- Inclusión en la red empresarial pública más grande del país con presencia global.
- Es un atractivo medio digital publicitario
- Puedes captar nuevas oportunidades de negocio nacionales y extranjeras.
- Obtienes el total respaldo de la Secretaría de Economía.
- Tendrás acceso a una base actualizada de proveedores nacionales.





ACTIVIDAD 9

Video

“Participación en las cámaras empresariales”

Elabora un video del tema: “Participación en las cámaras empresariales” .Duración 3 minutos.

Puedes apoyarte de tu investigación previa o utilizar el material de tu guía.

Realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS.

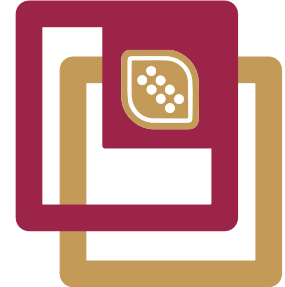
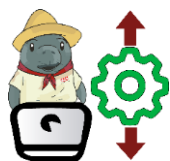
Entrega semana 9. Del 13 al 17 de Abril del 2026

Para qué sirve?

- **Explicar conceptos complejos** de forma más comprensible.
- **Apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje**, tanto presencial como en línea.
- **Presentar trabajos escolares o universitarios** (exposiciones, proyectos, investigaciones).
- **Divulgar conocimientos científicos o académicos.**
- **Refuerzar el aprendizaje** mediante estímulos visuales y auditivos.
- **Evaluar competencias**, como investigación, síntesis y comunicación.



  COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO "Educación que genera cambio" PLANTEL NO ____				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: ____		DOCENTE:		
TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV Desarrollo Empresarial e Impuestos II		
UAC: Formación Laboral básica		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		
FECHA DE APLICACIÓN:		SUBMÓDULO I: Desarrollo Empresarial		
PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Video		CONTENIDO (S): Cámaras empresariales		
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:				
VIDEO del tema "Participación en las cámaras empresariales"				
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:				
Realizar un video de los requisitos para afiliarse en las cámaras empresariales y en la SIEM, así como la pertinencia de participar en alguna de ellas. Consultar en fuentes confiables, y con la ayuda del docente seleccionar la información más actualizada. (EVIDENCIA SIGA)				
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Sí cumple	No cumple
1	El tema del video es claro y corresponde al indicado	10		
2	La información se presenta bien estructurada y organizada	20		
3	El lenguaje es claro, formal y adecuado al nivel académico	20		
4	La duración del video es el adecuado	30		
5	El video cuenta con apoyo visual (imágenes, diapositivas, esquemas)	20		
Puntuación total				
Logros				



Práctica 4. Presentación del producto o servicio como parte del plan de Negocios

Instrucciones: Realiza la exposición de tu producto o servicio desarrollado en tu plan de Negocios toma en cuenta las siguientes sugerencias

1. Preparación previa

- Lleva el **producto terminado**, una **muestra**, un **prototipo** o una **representación física**.
- Asegúrate de que esté **limpio, completo y funcional**.
- Verifica que el material sea **seguro** para manipularlo.

2. Presentación visual

- Coloca el producto de forma **visible y ordenada**.
- Utiliza una mesa o base adecuada.
- Si aplica, incluye **empaques, etiquetas o presentación comercial**.
- Evita el desorden visual.

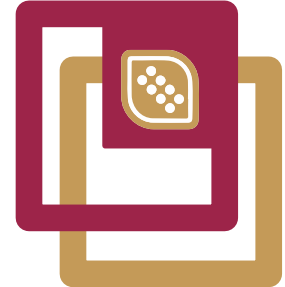
3. Identificación del producto o servicio

- Menciona el **nombre del producto o servicio**.
- Indica si es **producto o servicio**.

4. Descripción breve

- Explica **qué es** el producto o servicio.
- Describe **para qué sirve** y cómo se utiliza.
- Usa un lenguaje claro y sencillo.





5. Demostración

- Muestra **cómo funciona** el producto o cómo se brinda el servicio.
 - Realiza la demostración de forma **segura y ordenada**.
 - Invita al público a observar, sin generar riesgos.
-

6. Materiales y características

- Describe los **materiales**, tamaño, colores o componentes.
 - Explica las **características principales**.
 - Resalta aspectos de **calidad**.
-

7. Beneficios y ventajas

- Explica qué **necesidad satisface**.
 - Menciona al menos **tres beneficios** para el cliente.
 - Destaca las **ventajas frente a la competencia**.
-

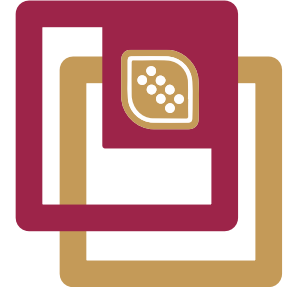
8. Público objetivo

- Indica a quién va dirigido el producto o servicio.
 - Explica por qué ese público lo necesita.
 - Relaciónalo con su uso cotidiano.
-

9. Precio y presentación

- Menciona el **precio estimado**.
 - Justifica el precio de forma sencilla.
 - Explica cómo se **vende o entrega**.
-





10. Uso de apoyo visual

- Apóyate con carteles, trípticos o diapositivas.
- Usa imágenes claras y poco texto.
- Asegúrate de que el apoyo visual complemente la explicación.

11. Actitud durante la exposición

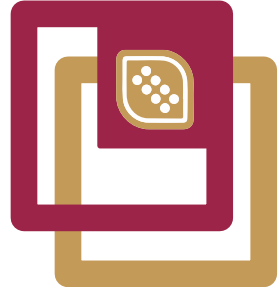
- Mantén postura correcta y contacto visual.
- Habla con voz clara y segura.
- Evita leer todo el tiempo.
- Muestra seguridad y entusiasmo.

12. Cierre de la exposición

- Resume lo más importante del producto o servicio.
- Reafirma su utilidad y valor.
- Agradece la atención del público.

Recomendación final: La presentación debe ser **ordenada, clara, atractiva y segura**, demostrando dominio del producto o servicio y coherencia con el Plan de Negocios.

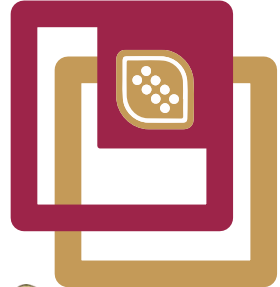




Submódulo II IMPUESTOS II:

IMPUESTOS





DOSIFICACIÓN PROGRAMÁTICA

Formación Laboral Básica: Contabilidad

Módulo IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II

Submódulo II: Impuestos II . Clave: C6IP

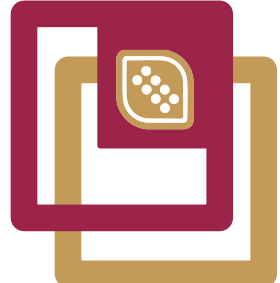


Semestre: 6to. Turno: Matutino/Vespertino

Periodo: 2025 – 2026B

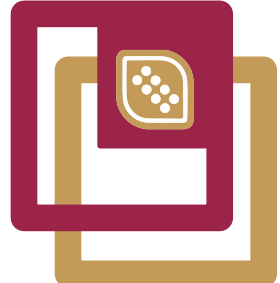
Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
SUBMÓDULO II. IMPUESTOS II	Apertura	50 min	✓ Encuadre del módulo ✓ Evaluación diagnóstica IMPUESTOS II • Fundamento legal. • Constitución. • Contribuciones.	10	20 – 24 de Abril de 2026	Reunión de discusión del Marco Curricular Común de la Educación Media Superior y evaluación de los aprendizajes alcanzados.
		100 min				
		100 min				
		100 min				
	Desarrollo	350 min	Impuestos Federales • Concepto • Características • Finalidad • ISR • IVA • IEPS • ISAN	11	27 de abril al 01 de mayo de 2026	01 de mayo suspensión oficial de labores
			Impuestos Estatales • Traslado de dominio de bienes muebles • Actos, contratos e instrumentos notariales • Impuesto sobre Nóminas • Impuestos sobre Honorarios por actividades Profesionales y			
		350 min		12	04-08 de Mayo de 2026	05 de mayo suspensión oficial de labores





Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
SUBMÓDULO II. IMPUESTOS II	Desarrollo		Ejercicios Lucrativos No Gravados por la Ley del IVA - Loterías, rifas, sorteos y concursos de toda clase - Impuestos por la Prestación de Servicios de Hospedaje - Sujeto - Objeto - Base - Tasa o tarifa - época de pago			
		350 min	Impuestos Municipales - Impuesto Predial - traslación de dominio de bienes inmuebles - espectáculos públicos no gravados por el IVA	13	11-15 de Mayo de 2026	15 de mayo suspensión oficial de labores.
		350 min	Impuesto al Valor Agregado - Aspecto contable - Cuentas que se emplean para registrar el IVA - IVA por pagar IVA Acreditable	14	18-22 de Mayo de 2026	evaluación extraordinaria intrasemestral
		350 min	Impuesto Sobre la Renta Ley del ISR	15	25-29 de Mayo de 2026	
	Cierre	350 min	Ley del ISR Anual Personas físicas	16	01-05 de Junio de 2026	

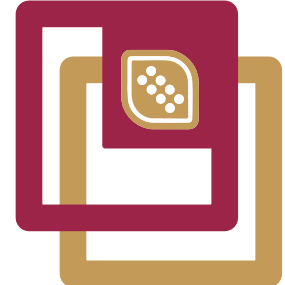




"Educación que genera cambio"

Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
			ISR del ejercicio Personas Morales.			
				17	08 al 12 junio de 2026	Evaluación sumativa
				18	15 al 19 junio de 2026	Reforzamiento académico reunión académica Evaluación final
				19	22 al 26 de junio 2026	Evaluación final
				20	29 de junio al 03 de julio de 2026	Evaluación extraordinaria intersemestral
				21 Y 22	06 de junio al 15 de julio 2026	Jornada de capacitación Fin de periodo Receso escolar
	Total:	5,600 min				





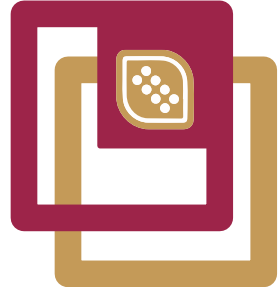
ENCUADRE DE LA MATERIA



Criterios de evaluación

SUBMÓDULO II: IMPUESTOS II		
SITUACIÓN DIDÁCTICA.		Puntaje
"Mis impuestos"		20%
EVALUACIONES		
Evaluación diagnóstica		0%
Evaluación sumativa		30%
EVIDENCIAS		
EV1:	Preguntas exploratorias según lo entendido en la lectura y agregarán dos preguntas más con sus respectivas respuestas.	2.5%
EV 2:	Mapa conceptual de Conceptos Constitucionales de la Contribución.	2.5%
EV3:	Cuadro sinóptico de las Contribuciones y sus elementos.	2.5%
EV4:	Cuadro comparativo de los Impuestos Federales	5%
EV5:	Mapa conceptual de los Impuestos Estatales	2.5%
EV6:	infografía de los Impuestos Municipales	2.5%
EV7:	Collage de la información del IVA	5%
EV8:	Mapa mental de la información de ISR Personas Físicas	2.5%
EV9:	Mapa mental de la información de ISR Personas Morales	5%
Total		30%
PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS		
Portafolio de evidencias (total 40%)		10%
ACTIVIDADES		
Investigación de los temas: Impuestos Federales, Estatales, municipales, IVA e ISR.		10%
Total		100%





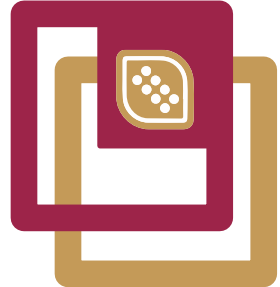
Apertura PRESENTACIÓN DEL SUBMÓDULO 2

ACUERDO DEL PROBLEMA, LOS PRODUCTOS, LA COLABORACIÓN

A través de una presentación (digital y/o escrita) muestra su plan de trabajo y encuadre:

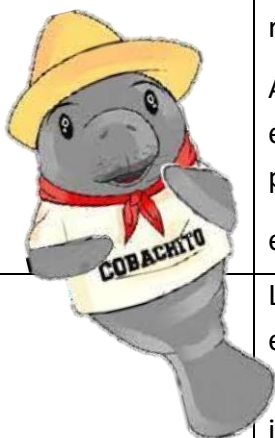
- Propósito de la secuencia,
- Aprendizajes esperados,
- Competencias a desarrollar
- Temario
- Normas de convivencia
- Normas de trabajo
- Criterios de evaluación

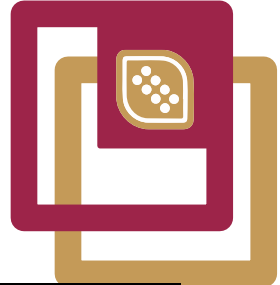




Situación Didáctica

Título:	“Mis impuestos”
Propósito de la situación didáctica:	Los alumnos organizados en equipos de 6, crearan y presentaran en el aula un “Informe Fiscal” el cual contendrá: Los impuestos que deben pagar los distintos comercios de los que tengan conocimiento: uno local, uno nacional y uno internacional, así como elaborar la determinación de IVA e ISR anual de una persona física y una persona moral, con la finalidad de desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo, mostrando disposición al trabajo metódico y organizado Al finalizar esta situación didáctica el estudiante será capaz de distinguir el uso de los impuestos federales, estatales y municipales, así como el proceso de determinación del IVA y del ISR en un local comercial de su entorno.
Contexto:	Los establecimientos que se apertura en nuestro estado en su mayoría no están regularizados en Hacienda, por lo que al ser visitados para que se regularizan se encuentran con la obligación de tener que pagar distintos impuestos además de los federales, razón por la cual algunos prefieren continuar en la informalidad o cerrar sus actividades. ¿Como podemos dar a conocer cuáles son los impuestos que deben pagar los distintos tipos de negocios en nuestra comunidad, en el estado y en nuestro país?
Conflicto cognitivo:	Los alumnos de la capacitación de contabilidad, se plantean las siguientes interrogantes, además de buscar las soluciones a ellas: 1.- ¿Cuáles son los distintos tipos de impuestos federales, estatales y municipales? 2.- ¿Como calcular el ISR anual para personas físicas y personas morales?





	3.- ¿Cómo se determina el IVA?
--	--------------------------------



EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Para dar inicio al bloque es importante que reflexiones y selecciones la respuesta que consideres responde la pregunta correctamente.

1. ¿Son impuestos federales?

- Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Automóviles Nuevos, Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.
- Impuesto Sobre Nómina, Traslado de Dominio de Bienes Muebles Usados, Impuesto Sobre Hospedaje, Loterías, rifas, sorteos y concursos de toda clase
- Impuesto Predial, Traslación de dominio de bienes inmuebles, Espectáculos públicos no gravados por el IVA
- Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Nómina, Impuesto Predial

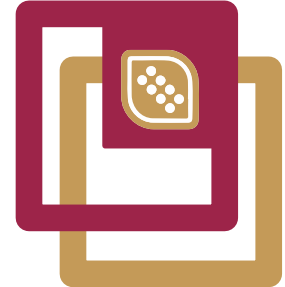
2. ¿Son impuestos estatales?

- Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Automóviles Nuevos, Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.
- Impuesto Sobre Nómina, Traslado de Dominio de Bienes Muebles Usados, Impuesto Sobre Hospedaje, Loterías, rifas, sorteos y concursos de toda clase
- Impuesto Predial, Traslación de dominio de bienes inmuebles, Espectáculos públicos no gravados por el IVA
- Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Nómina, Impuesto Predial

3. ¿Son impuestos municipales?

- Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Automóviles Nuevos, Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.
- Impuesto Sobre Nómina, Traslado de Dominio de Bienes Muebles Usados, Impuesto Sobre Hospedaje, Loterías, rifas, sorteos y concursos de toda clase





- c) Impuesto Predial, Traslación de dominio de bienes inmuebles,
Espectáculos públicos no gravados por el IVA
- d) Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, Impuesto Sobre Nómina, Impuesto Predial

4. *¿Es el IVA de las compras?*

- a) Impuesto al Valor Agregado Traslado
- b) Impuesto al Valor Agregado Acreditable
- c) Impuesto al Valor Agregado Retenido
- d) Impuesto al Valor Agregado Exento

5. *Es el IVA de las ventas?*

- a) Impuesto al Valor Agregado Traslado
- b) Impuesto al Valor Agregado Acreditable
- c) Impuesto al Valor Agregado Retenido
- d) Impuesto al Valor Agregado Exento

6. *¿Son tasas de IVA?*

- a) 16%, 8%, 0% y exentos
- b) 16%, 11%, 0% y exentos
- c) 30%
- d) 1.92% al 35%

7. *¿Tasa de ISR para Personas Físicas?*

- a) 16%, 8%, 0%
- b) 30%, 35%
- c) 30%
- d) 1.92% al 35%

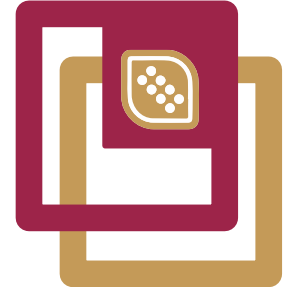
8. *¿Tasa de ISR para Personas Morales?*

- a) 16%, 8%, 0%
- b) 30%, 35%
- c) 30%
- d) 1.92% al 35%

9. *¿Cuándo se declara el IVA?*

- a) A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago.
- b) En el mes de abril del año siguiente



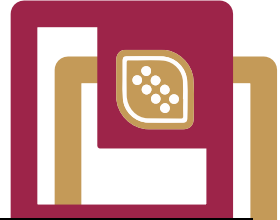


- c) A más tardar el día 30 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago.
- d) En el mes de marzo del año siguiente

10. ¿Cuándo se declara el ISR anual de las personas morales?

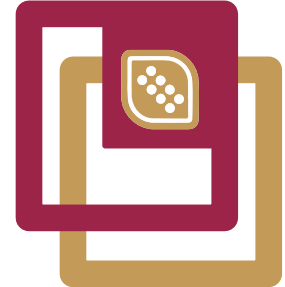
- a) A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago.
- b) En el mes de abril del año siguiente
- c) A más tardar el día 30 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago.
- d) En el mes de marzo del año siguiente.





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. _____				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN						
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Autoevaluación		DOCENTE:		
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto _____		TIPO DE EVALUACIÓN: Diagnóstica		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II		
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Guía de observación		SUBMÓDULO II: Impuestos II		
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Cuestionario		CONTENIDO (S): - Evaluación diagnóstica		
COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:						
Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.						
Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la						
Evaluación diagnóstica						
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:						
El facilitador asigna la evaluación diagnóstica o proyecta la evaluación diagnóstica, los alumnos copian el cuestionario, reflexionan y responden las preguntas, al finalizar participan activamente.						
Instrucciones: Marque con una (X) si se cumplió o no con los criterios. Sume los puntos para obtener la calificación						
Criterios		CRITERIOS DE VALORACIÓN				
		Excelente (2 pts)	Muy bien 1.5 (pts)	Bien 1 (pt)	Regular 0.5 (pts)	Deficiente 0 (pts)
1. Escucha con atención y participa activamente.						
2. Comparte conocimientos acerca del tema.						
3. Expresa conocimientos en el cuestionario						
4. La información presentada la asocia con el conocimiento adquirido.						
5. Interviene en las situaciones de intercambio verbal						
Puntuación total						
Criterios		Puntaje total		Calificación		
Excelente		8 -10		10		
Muy bien		5.5 - 7.5		9		
Bien		3 - 5		8		
Regular		0.5 – 2.5		7		
Deficiente		0		5		





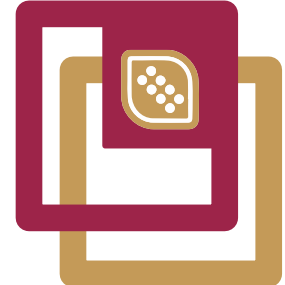
INVESTIGACIÓN

GESTION DEL CONOCIMIENTO: A fin de adentrarte a la apropiación conceptual debes investigar los siguientes temas:

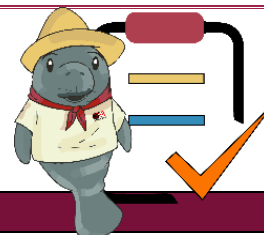


- *Impuestos Federales*
 - Concepto, Características (directo o indirectos, etc.) y su finalidad.
- *Impuestos Estatales*
 - Sujeto, objeto, base, tasa o tarifa y época de pago de cada impuesto estatal.
- *Impuestos municipales.*
 - Sujeto, objeto, base, tasa o tarifa y época de pago de cada impuesto municipal.
- *Impuesto al Valor Agregado.*
 - IVA trasladado, IVA acreditable, IVA retenido.
- *Impuesto Sobre la Renta.*
 - Declaración anual personas físicas, declaración anual personas morales.





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Investigación	CONTENIDO (S): Temario del submódulo

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Investigación del Temario de Impuestos II

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Realiza una investigación documental extensa en fuentes confiables de los siguientes temas:

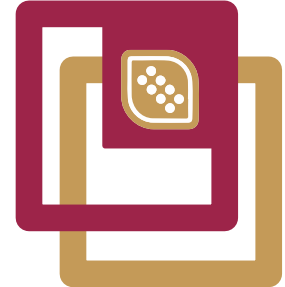
1. **Impuestos Federales** (sujeto, objeto, base, tasa o tarifa y época de pago.)
2. **Impuestos Estatales** (sujeto, objeto, base, tasa o tarifa y época de pago.)
3. **Impuestos municipales.** (sujeto, objeto, base, tasa o tarifa y época de pago.)
4. **Impuesto al Valor Agregado.** (IVA trasladado. IVA acreditable. IVA retenido)

No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Presentación	5		
2	Índice	5		
3	Introducción	5		
4	Totalidad de los temas y subtemas	50		
5	Organización	15		
6	Conclusión	10		
7	Entrega en tiempo, y forma	10		

Logros

Aspectos de mejora





EV1 LECTURA 1: ANTECEDENTES DE LAS CONTRIBUCIONES EN MÉXICO



Los primeros rasgos de la tributación en México aparecen en los códices aztecas, en los cuales se registró que el rey de Azcapotzalco pedía como tributo al pueblo Azteca, una balsa sembrada de flores y frutos, además una garza empollando sus huevos y al momento de recibirla esta debería estar picando un cascarrón; a cambio ellos recibirían beneficios en su comunidad. Asimismo, los "tequíamatl" (papeles o registros de tributos), fue un género de esos códices, relacionados con la administración pública dentro del Imperio Mexica.



Así el verbo tributar cobró tal importancia, que los Aztecas se organizaron para facilitar la recaudación, nombraron entonces a los "Calpixquis", primeros



quienes identificaban su función llevando una vara en una mano y un abanico en la otra. La recaudación de esos pueblos requería de "funcionarios" que llevaran un registro pormenorizado de los pueblos y ciudades tributarios, así como de la enumeración y valuación de las riquezas recibidas. La matrícula de Tributos es uno de los documentos más importantes de los códices dedicados a la administración y a la Hacienda pública.



la ocasión, los había de guerra, religiosos, de tiempo, entre otros. Los tributos a que estaban obligados los pueblos sometidos a los Aztecas eran de dos tipos: En especie ó mercancías (impuesto según provincia, población, riqueza e industria) y Tributos en servicios especiales que estaban obligados a prestar los vecinos de los pueblos sometidos.



Al llegar a México Hernán Cortés, lo sorprende la organización del pueblo Azteca, más sin embargo estuvo en desacuerdo con la forma en que se cobraban los tributos. Así, Hernán Cortés quedó a la cabeza del pueblo Azteca, y los tributos de flores y animales quedaron atrás, ahora los tributos consistían en alimentos, piedras y joyas. Por lo que atañe al pueblo Azteca, Porras y López nos dice: "En la época precortesiana, es bien sabido que el poderoso Imperio Azteca imponía fuertes tributos a los pueblos vencidos. En los Códices pre y postcortesianos constan interminables listas de objetos de algodón, telas de varias especies de fibras, productos naturales y aun metales preciosos que los pueblos vencidos debían enviar como tributo a la Gran Tenochtitlán."



Al "rescatar" las tierras en nombre del Rey de España, correspondió entonces, la quinta parte de los bienes, a la monarquía española: Quinto Real. El primer paso

“Educación que genera cambio”

de Cortés fue elaborar una relación (primer documento fiscal), donde nombra a un ministro, un Tesorero y a varios Contadores encargados de la Recaudación y custodia del Quinto Real.

“Educación que genera cambio”

Establecida la Colonia, los indígenas pagaban sus impuestos también con trabajo en minas, haciendas y granjas. En 1573 se implanta la alcabala (pago por pasar mercancías de un Estado a otro) y después el peaje (derecho de paso).

La principal fuente de riqueza para el conquistador fue las minas y sus productos, por lo que fue el ramo que más se atendió creándose todo un sistema jurídico fiscal con el objeto de obtener el máximo aprovechamiento de su riqueza para el Estado.

A partir de 1810, Hidalgo, Morelos y los caudillos de la Independencia, lucharon contra la esclavitud y por la abolición de alcabalas (impuesto indirecto 10% del valor de lo que vendía o permutaba), gabelas (gravámenes) y peajes (pago de derecho de uso de puentes y caminos).

El 19 de marzo de 1812 las Cortes de Cádiz expidieron la Constitución de Cádiz, dicha Constitución dispuso que las Cortes establecerían anualmente las contribuciones, sean directas o indirectas, generales,

provinciales o municipales y que dichas contribuciones se pagarían en proporción a los haberes para los gastos del Estado. También



dispuso que las
contribuciones serían

proporcionadas a los gastos de los servicios públicos.

El Sistema Fiscal se complementa en esta etapa expidiéndose el arancel para el Gobierno de las Aduanas Marítimas, siendo éstas las primeras tarifas de importación publicadas en la República Mexicana. Así mismo, se modifica el pago de derechos sobre vino y aguardiente y se sanciona la libertad para extracción de capitales al extranjero.



Arribado al poder, Antonio López de Santa Anna, decreta una contribución de un real por cada puerta y cuatro centavos por cada ventana de las casas, decreta también un impuesto de dos pesos mensuales por cada caballo frisón y un peso por cada caballo flaco, además un peso al mes por la posesión de cada perro.

Entre los principales cambios hacendarios de esta época, se tiene un primer intento para la formación de un catastro de la República, el principio de la posibilidad de división de las hipotecas, el establecimiento de la Lotería Nacional y de la "Contribución Federal" (25% adicional sobre todo pago hecho en las oficinas de la Federación y en las de los Estados).

En principio, Porfirio Díaz duplicó el Impuesto del Timbre, gravó las medicinas y cien artículos más, cobró impuestos por



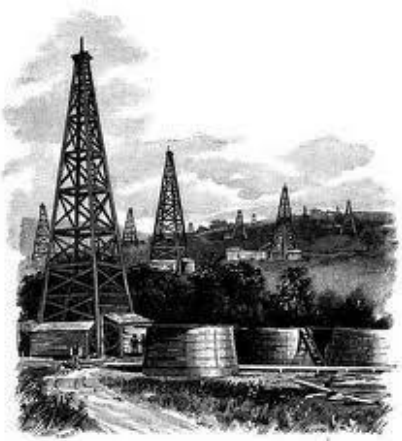
"Educación que genera cambio"

adelantado; recaudó 30 millones de pesos, pero gastó más de cuarenta por ciento de esa recaudación, generándose una alta deuda externa pagando demasiados intereses, haciéndose necesario un sistema de tributación controlado y equilibrado.

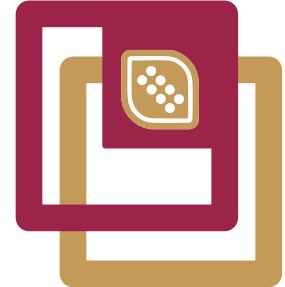
En 1893, el ministro de Hacienda José Yves Limantour, nivela la Hacienda Pública aumentando las cuotas de los Estados y la Federación, reduciendo el presupuesto y las partidas abiertas del Ejecutivo, así como los sueldos de los empleados, buscando nuevas fuentes de ingresos en el gravamen racional de las actividades, especulaciones y riquezas, regularizando la percepción de los impuestos existentes por medio de una vigilancia activa y sistemática sobre empleados y contribuyentes.

La caída de la dictadura, así como el destierro de Porfirio Díaz trajeron desorden en el país, situación a la que no escapó la tributación. Los mexicanos dejaron de pagar impuestos dado que estaban ocupados en las armas. Siete años de irregular desempeño por parte de la Secretaría de Hacienda, pues aun cuando seguía utilizado

los procedimientos establecidos, los jefes militares exigían desembolsos de dinero para bienes como armas y municiones, requerían entonces de "préstamos forzosos" en papel moneda y oro.



Cada jefe militar emitía papel moneda y usufructuaban los productos de los derechos de importación y exportación de las aduanas que se encontraban en las regiones ocupadas por cada ejército. Las oficinas recaudadoras de Hacienda eran dejadas a su disposición, a fin de proveerse inmediatamente de fondos, y los ejércitos caudillos que tenían la posesión de regiones petrolíferas recaudaban un impuesto metálico derivado del petróleo.

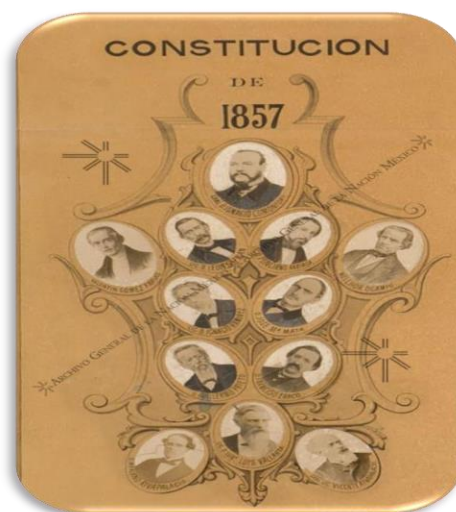


Después de la guerra, vino la necesidad de reorganizar la administración y retomar las finanzas públicas en México. Así, fueron invitados para tal tarea en calidad de asesores, especialistas americanos en finanzas; Sus observaciones resultaron realmente importantes para retomar una adecuada política fiscal; e la Comisión de Reorganización Administrativa y Financiera del Gobierno Federal Mexicano, se tituló: "Investigación Preliminar del Problema Hacendario Mexicano, con Proposiciones para la Reestructuración del Sistema", mismo que sirvió como base para aplicar reformas y acciones que impulsaron la actividad tributaria, tan necesaria en aquel momento.

Entre 1917 y 1935 se implantan diversos impuestos como: servicio por uso de ferrocarriles, impuestos especiales sobre exportación de petróleo y derivados, impuestos por consumo de luz, impuestos especiales sobre teléfonos, timbres, botellas cerradas, avisos y anuncios; Simultáneamente se incrementó el impuesto sobre la renta y el de consumo de gasolina. Sin embargo, tales medidas redundaron en beneficios sociales como la implantación del servicio civil, retiro por edad avanzada con pensión y, en general, se modernizaron los procedimientos administrativos y servicios a la comunidad. (García.)

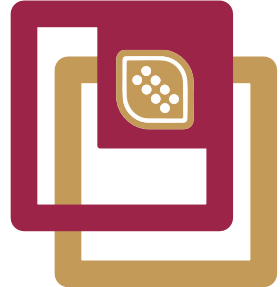
artículos nocivos para la salud: 40% para bebidas alcohólicas y 16% a la cerveza, se duplicó el impuesto al tabaco y se desarrolló un sistema de nuevos impuestos para gravar los artículos de lujo como teléfono, anuncios publicitarios ó promocionales.

Han transcurrido muchos años para que se establezca la situación y para que los gobiernos hayan modificado las leyes fiscales para disponer de recursos, construir obras y prestar servicios a la colectividad, procurando así una mejor distribución de la riqueza. El sistema tributario de nuestro país es mucho más que un conjunto de disposiciones fiscales es parte de nuestra historia, de nuestras costumbres y de la idiosincrasia misma de los mexicanos.



así mismo, podemos establecer que, en la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos de 1857, en el artículo 31, fracción II, estableció la obligación de contribuir con la misma redacción que tiene la Constitución en vigor.





ANTECEDENTES DE LAS CONTRIBUCIONES EN MÉXICO

A.R. 1 PREGUNTAS EXPLORATORIAS

Contenido	Antecedentes de las contribuciones en México	
Habilidades	Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal.	

Actividad de reforzamiento 1

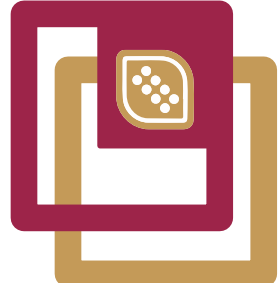
Estudiar detenidamente la lectura Antecedentes de las contribuciones en México, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes. Al final de la lectura están las preguntas exploratorias que debes responder según lo entendido en la lectura y debes agregar dos preguntas más con sus respectivas respuestas; las preguntas que tu consideres importantes o interesantes para complementar las preguntas exploratorias.

La actividad de reforzamiento se puede realizar a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

Preguntas exploratorias

1. ¿Qué beneficios crees que recibía el pueblo Azteca por el pago de los tributos?
2. ¿Qué organización del pueblo azteca sorprendió a Hernán Cortes?
3. ¿Cómo repercutió la Independencia de México en las contribuciones?
4. ¿Qué consecuencias fiscales consideras, que trajo el destierro de Porfirio Díaz al país?





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Preguntas Exploratorias	CONTENIDO (S): Antecedentes de las Contribuciones en México

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

AR1 Preguntas Exploratorias de los Antecedentes de las Contribuciones en México

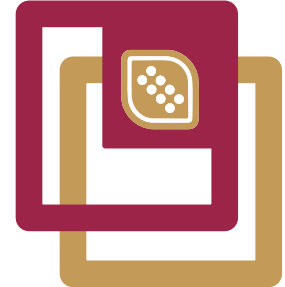
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Estudiar detenidamente la lectura Antecedentes de las contribuciones en México, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

Dar respuesta a las preguntas exploratorias según lo entendido en la lectura y agregar dos preguntas más con sus respectivas respuestas; las preguntas que tu consideres para complementar las preguntas exploratorias.

No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Presenta título e identificación del alumno correctamente	10		
2	La actividad presenta limpieza y ortografía correcta.	15		
3	Agrega las dos preguntas exploratorias con sus respuestas orientadas correctamente	15		
4	Argumenta lógica y abundantemente sus respuestas, dándole el sentido correcto respecto al tema	40		
5	Entrega actividad en el tiempo establecido	20		
Logros				





EV2 LECTURA 2: CONCEPTOS CONSTITUCIONALES DE LA CONTRIBUCIÓN



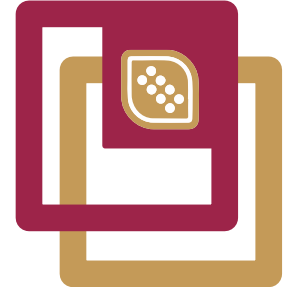
En el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos no encontramos un concepto como tal de contribuciones, ya que únicamente se hace alusión a su fundamento y razón de ser, al referir que contribuir es una obligación a cargo de los mexicanos; de manera que tal precepto sólo alude que la contribución debe ser entendida como una obligación, al mismo tiempo que establece los principios que las rigen, a saber que deben ser proporcionales y equitativas en relación a los sujetos obligados y que estas deben ser destinadas al gasto público, es por ello el concepto de contribución se explica a través de los principios que la rigen y que emanan del propio texto constitucional.

En ese tenor, si bien el texto constitucional no nos da una definición de contribución, sí nos da un parámetro para entenderla, no solo en su concepto, también en su esencia, al emplear la palabra contribución y no la de impuesto o tributo, lo que nos ubica en el contexto democrático de nuestra nación. **así, la contribución constituye una exigencia del Estado en virtud de su potestad de imperio, creada con la finalidad de cubrir el gasto público.**

En efecto, en el texto constitucional se emplea la palabra contribución y no impuesto, pues este último es un término mucho más autoritario en el que no es trascendente valorar las circunstancias del sujeto a quien va dirigido, por ende, si en el texto constitucional se hace referencia a principios como la proporcionalidad y equidad en relación con la contribución, ello implica que el Estado toma en consideración circunstancias propias del sujeto pasivo, lo que garantiza un mínimo de justicia y evita que se traduzca en una imposición absoluta y arbitraria.

Antes de hablar de los principios de las contribuciones reconocidos en nuestra Constitución, nos referiremos, en sentido amplio, a ubicar su existencia dentro del mundo jurídico y a hacer una distinción entre lo que son los principios





“Educación que genera cambio”

propiamente dichos y lo que debemos entender por reglas, ambos conceptos integradores de todo ordenamiento legal.

“Los principios son elementos que contienen un valor considerado y reconocido por el legislador... y son entendidos como las referencias de valores programáticas encargadas de optimizar los derechos fundamentales, en tanto las reglas se refieren a

diferencia de una regla, que solo da seguimiento al valor establecido por el principio.

Los principios son perdurables en el tiempo, nunca están sujetos a cambios o sustitución y adoptan un valor intrínseco, como la vida o la libertad, además que sirven para resolver casos difíciles, no prescriben un comportamiento preciso, más bien encomiendan la obtención de un fin. “Son criterios universales de ética social o axiología jurídica, descubiertos por la razón humana en la naturaleza racional y libre del hombre, los cuales constituyen el fundamento de todo sistema jurídico posible actual”.

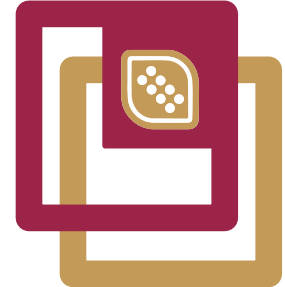
De esta manera se habla de la ponderación de principios, pues cuando existe choque o con- tradición entre un principio y otro, es válido ponderar a efecto de determinar la importancia de uno sobre otro en el caso concreto, resaltando su jerarquía móvil y axiológica, ya que su importancia no siempre será la misma y su valor dependerá de cada caso en particular.

En tratándose de la materia fiscal, la dualidad de derechos que generalmente se encuentra en colisión está enfocada hacia los derechos patrimoniales frente a los derechos sociales, tutelados cada uno en artículos constitucionales específicos.

Es de destacar que los principios constitucionales cumplen tres funciones específicas:

- Exegética: Porque ayudan a la interpretación de todo el ordenamiento jurídico.
- Fundamentadora: Dado que limitan a las autoridades y dirigen el ejercicio de sus potestades y atribuciones.
- De garantía para los particulares: Por ser fortaleza de los derechos individuales y otorgar certeza jurídica al particular.
-





En nuestro sistema jurídico mexicano, los principios en materia tributaria constituyen el eje del orden jurídico-fiscal y se encuentran contenidos en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece textualmente lo siguiente:

- coloquen en el supuesto normativo



Principio de obligatoriedad “son obligaciones”.-

- La contribución a los gastos públicos constituye una obligación de carácter público que encuentra vinculación directa con la coercitividad con la que cuenta el fisco; este principio se encuentra reiterado en el artículo 1° del Código Fiscal de la Federación.



Vinculación al gasto público “contribuir para los gastos públicos”.-

- El gasto público comprende todas aquellas erogaciones destinadas tanto a la prestación de servicios públicos, como al desarrollo de la función pública del Estado”. Este principio a su vez constituye una obligación para el Estado, que es el destinar las contribuciones únicamente a la satisfacción de los gastos públicos, concepto que doctrinaria y constitucionalmente tiene un sentido social y un alcance de interés colectivo.



Principio de proporcionalidad “...de la manera proporcional...”.-

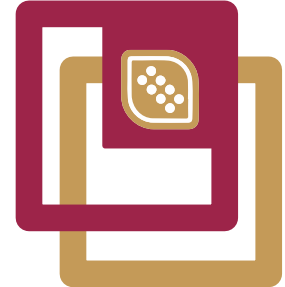
- A través de este principio se distribuyen las cargas tributarias, tomando en consideración la capacidad de pago individual de los contribuyentes, lo que implica que sea en proporción a sus ingresos, mientras mayores sean los ingresos del contribuyente el impuesto deberá incrementarse, correspondiendo al legislador fijar la proporción en que las contribuciones aumentarán.



Principio de equidad “...y equitativa...”.-

- El Pleno de la SCJN ha establecido que, los contribuyentes de un impuesto que se encuentren en una misma hipótesis de causación, deben guardar una idéntica situación frente a la norma jurídica que lo regula, lo que implica que las disposiciones tributarias deben tratar de manera igual a quienes se encuentren en una misma situación y de manera desigual a los sujetos del gravamen que se ubiquen en una situación diversa, para lo cual el legislador debe crear categorías o clasificaciones de contribuyentes, sustentadas en bases objetivas que justifiquen el tratamiento diferente entre una y otra.





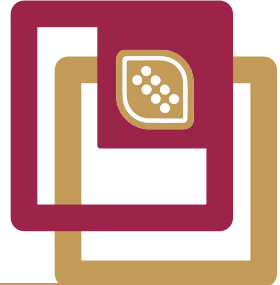
“Educación que genera cambio”

proporcionalidad radica en que los sujetos pasivos deben contribuir a los gastos públicos en función de su respectiva capacidad económica, debiendo aportar una parte justa y adecuada de sus ingresos, utilidades o rendimientos; de manera que los gravámenes deben fijarse de acuerdo con la capacidad económica de cada sujeto pasivo y las personas que obtengan ingresos elevados tributen en forma cualitativa superior a los de medianos y reducidos recursos. Para cumplir con este principio se atiende a la aplicación de tarifas progresivas, mediante las cuales los contribuyentes de más elevados recursos pueden cubrir un impuesto en monto superior.

Mientras tanto, el principio de equidad radica en la igualdad ante la misma ley tributaria de todos los sujetos pasivos de un mismo tributo, quienes deben recibir un tratamiento idéntico en lo concerniente a hipótesis de causación, acumulación de ingresos gravables, deducciones permitidas, plazos de pago, etcétera, debiendo únicamente variar las tarifas tributarias aplicables, de acuerdo con la capacidad económica de cada contribuyente, para respetar el principio de proporcionalidad.

Es de recordar que entre los principios formulados por Adam Smith se encuentran el de igualdad o justicia, que preveían que toda vez que los súbditos estaban obligados a contribuir al gasto público, debían hacerlo de acuerdo a sus posibilidades económicas, en proporción a los ingresos que tienen, para lograr que los impuestos sean justos y equitativos, lo que implicó la aplicación de una fórmula de proporcionalidad e igualdad; de manera que la carga fiscal no solo debe fijarse en función de la capacidad económica de los contribuyentes, sino en función de su capacidad contributiva, que debe incidir sobre una porción razonable del ingreso, utilidad o rendimiento, para que el tributo no se vuelva confiscatorio.





CONCEPTOS CONSTITUCIONALES DE LA CONTRIBUCIÓN

A.R. 2 MAPA CONCEPTUAL



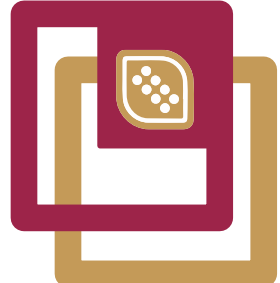
Contenido	Concepto Constitucionales de la Contribución
Habilidades	Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal.
Aprendizaje esperado	Ejemplifica los diferentes tipos de impuestos para identificar a qué nivel de gobierno debe contribuir de forma responsable, para lograr el desarrollo económico de su entorno y del país.

Actividad de reforzamiento 2

Estudiar detenidamente la lectura Conceptos Constitucionales de la Contribución, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

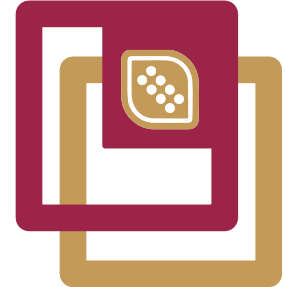
Al final de la lectura elabora un mapa conceptual del tema en donde consideres todos los principios constitucionales de la contribución, según la lectura.





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo empresarial e Impuestos II	
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO II: Impuestos II	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Mapa Conceptual		CONTENIDO (S): Antecedentes de las Contribuciones en México	
COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR: Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.					
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:					
AR2 Mapa Conceptual de los principios de las Contribuciones					
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:					
Estudiar detenidamente la lectura Conceptos Constitucionales de la Contribución, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.					
Al final de la lectura elabora un mapa conceptual del tema en donde consideres todos los principios constitucionales de la contribución, según la lectura.					
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN		
			Si cumple	No cumple	
1	Presenta título e identificación del alumno correctamente	10			
2	La actividad presenta limpieza y ortografía correcta.	15			
3	Usa el esquema solicitado correctamente.	15			
4	Incluye todos los principios constitucionales de la contribución	40			
5	Entrega actividad en el tiempo establecido	20			
Logros					
Aspectos de mejora					





EV3 LECTURA 3: LAS CONTRIBUCIONES Y SUS ELEMENTOS

El texto constitucional no nos da una definición de contribuciones, pero sí nos da un parámetro para entenderla, no solo en su concepto, también en su esencia, al emplear la palabra contribución y no la de impuesto o tributo, lo que nos ubica en el contexto democrático de nuestra nación. así, la contribución constituye una exigencia del Estado en virtud de su potestad de imperio, creada con la finalidad de cubrir el gasto público.

El Código Fiscal de la Federación (CFF) en su artículo 2o clasifica las contribuciones en

Impuestos

Aportaciones de
Seguridad Social

Contribuciones

Derechos

IMPUESTOS

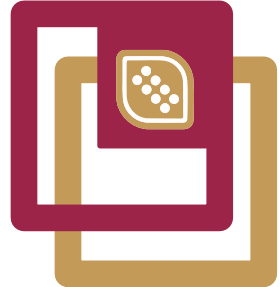
Los impuestos —dispone el CFF— son contribuciones establecidas en ley que deben pagar las personas físicas y morales que se encuentren en la situación o de hecho prevista por la misma ley y que sean distintas de los derechos, aportaciones de seguridad social y contribuciones de mejora. La definición anterior no otorga elementos claros que permitan conceptuar claramente su naturaleza jurídica, incluso toma como referencia un elemento de exclusión al delimitar que lo que no sea un derecho, una contribución de mejora y una aportación de seguridad social será un impuesto.

El impuesto es una figura que permite al ente público de traer riqueza de los particulares, al ubicarse en el supuesto considerado como gravable. El legislador identifica los índices de riqueza susceptibles de tributación, y construye los supuestos

—hechos imponible— que al ubicarse en ellos cada sujeto activan el nacimiento de una obligación tributaria.

Por tanto, el surgimiento del impuesto presupone la presencia de una riqueza que es afectada a través de un supuesto contenido en una ley tributaria. No toda





“Educación que genera cambio”

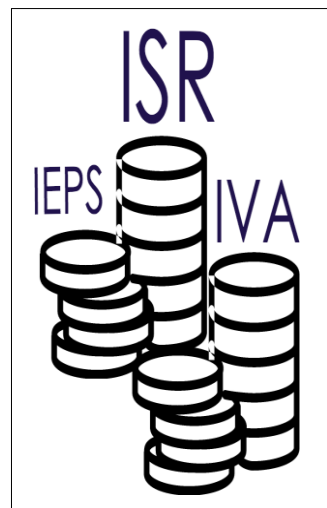
riqueza es gravable, sólo aquella apta para contribuir. Es importante, por tanto, que al momento de crearse el supuesto respecto del cual surge el impuesto, se sustente en una riqueza cierta, susceptible de imposición. El presupuesto normativo del impuesto debe presuponer que grava una riqueza cierta. Así, los índices de riqueza susceptibles de ser gravados a través del impuesto son el ingreso, el consumo o gasto, y el patrimonio, entre otros.

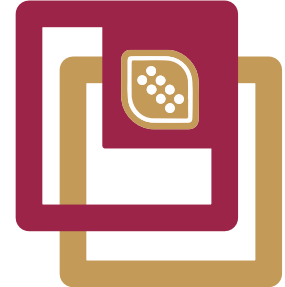
En México los impuestos son de índole federal o estatal, pero también las legislaturas locales crean impuestos para ser gestionados y cobrados por los municipios, a quienes se les otorga competencia tributaria. Así, dentro de este último tipo de impuestos municipales están los que gravan la adquisición de inmuebles, aplicando una tarifa proporcional al valor mayor que resulte entre el catastral, el de operación o el determinado a través de avalúo comercial.

A su vez, también tenemos impuestos que recaen sobre la propiedad raíz, que pagan los titulares de los inmuebles de manera anual.

Las entidades federativas tienen la posibilidad de crear todo tipo de tributos o, en lo particular, impuestos. No obstante, es una

atribución actualmente limitada por el Sistema Nacional de Coordinación Fiscal (SNCF), en tanto los entes locales han renunciado a sus potestades tributarias, para participar de los recursos federales. Los impuestos más importantes son aquellos de índole federal, tales como el ISR, el IVA o el IEPS, por citar a los más importantes. El primero recae sobre la riqueza que surge de los ingresos que obtienen tanto las personas físicas o morales; los segundos, en cambio, atienden al valor de actos y actividades.





“Educación que genera cambio”

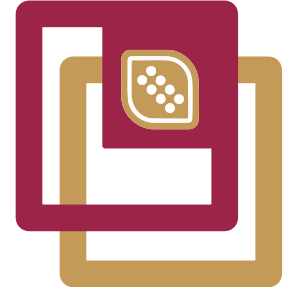
Los impuestos en su aspecto tradicional obtienen recursos para destinarse al gasto público de los entes públicos, identificándoseles de naturaleza fiscal, por el fin que persiguen; empero, cuando el impuesto es indiferente a la percepción de ingresos, con el claro objetivo de inhibir conductas, satisfacer necesidades políticas, culturales, económicas o sociales, estamos en presencia de impuestos de naturaleza extrafiscal; categoría tributaria que tiende a afectar sobre todo el contenido del principio de capacidad contributiva.

DERECHOS

Una segunda categoría de contribuciones contenida en el artículo 2o del cff son los “derechos”, vistos como las contribuciones establecidas en la ley por el uso o aprovechamiento de bienes de dominio público de la nación, así como por recibir servicios que presta el Estado en sus funciones de derecho público, excepto cuando se presten por organismos descentralizados u órganos desconcentrados cuando, en este último caso, se trate de contraprestaciones que no se encuentren previstas en la Ley Federal de Derechos. También son derechos las contribuciones a cargo de los organismos descentralizados por prestar servicios exclusivos del Estado.

El nombre “derecho” para identificar un tributo es a nuestro parecer inapropiado, confunde al contribuyente; entiéndase, en su generalidad, que un derecho es una norma que rigen la conducta del hombre, o el lado contrario al izquierdo de algo. En otras latitudes impositivas se les conoce en forma más adecuada como tasas. El hecho imponible de este tipo de tributos se concentra en el cobro que hace el Estado por permitir la utilización al particular de bienes de dominio público, sea de carácter federal o estatal: ejemplo de ello lo son el otorgamiento de una concesión para usar y gozar de una playa; al igual que el cobro que el Estado realiza por prestar servicios públicos a los particulares: expedición de licencias, actas de nacimiento, pasaporte, entre otros.





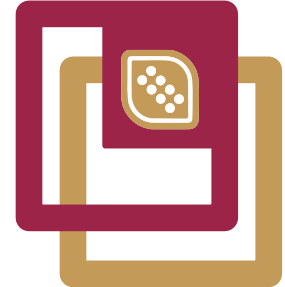
La Ley Federal de Derechos contiene cada uno de los cobros (derechos) que puede realizar la autoridad fiscal federal, tanto por la prestación de servicios públicos como por el otorgamiento del uso y goce de bienes de dominio público. Es claro observar que en este tipo de tributos surge una contraprestación entre la autoridad que presta el servicio y el particular que al cubrir la contribución obtiene un beneficio.



El punto toral está en que este tipo de tributos no se ajustan en la misma medida a los parámetros constitucionales de justicia tributaria contenidos en el artículo 31 fracción iv (capacidad contributiva e igualdad tributaria), toda vez que el “derecho” se cuantifica atendiendo —como un primer valor— al costo del servicio proporcionado. Los tributos, en su generalidad, se conciben donde la riqueza existe y, como segundo parámetro, deben ajustarse a la aptitud contributiva del contribuyente.

En consecuencia, un tributo sin sustento económico, que no observa al contribuyente en su aptitud de pago, carece de viabilidad constitucional. En cambio, los “derechos” tienen un tratamiento diferente, pues no se acomodan en la misma medida a los parámetros del principio de capacidad contributiva. Entiéndase que el servicio proporcionado por el Estado tiene un coste que debe ser cubierto por quien se beneficia del servicio; por lo tanto, es imposible pretender ajustar el “derecho” a la aptitud contributiva del obligado a su pago.





Así, la expedición de una licencia de conducir, de una concesión de transporte, o de aquella otra concesión para usar y gozar de zona federal marítimo terrestre, entre otras, estará delimitado por factores diversos a la exclusiva aptitud económica del contribuyente.

CONTRIBUCIONES DE MEJORA

El Estado suele realizar obras públicas generales que benefician a un sector de la población —en determinada área geográfica— como la mejoría de calles, la instalación de alumbrado público, la creación de parques y jardines o su recuperación, entre muchos otros servicios u obras, aumentando con ello el valor del patrimonio al que afectan; riqueza que suele ser gravada con una contribución de mejora; en consecuencia, los contribuyentes favorecidos con dicha obra se convierten en obligados tributarios.

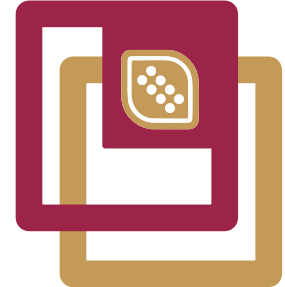
La Ley de Contribuciones de Mejora por Obras Públicas Federales de Infraestructura Hidráulica, es un claro ejemplo de ello al establecer que quienes se benefician en forma directa por obras públicas federales de infraestructura hidráulica quedan obligados a cubrir una contribución por el beneficio obtenido.



APORTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL

Por último, las aportaciones de seguridad social otorgan obligatoriedad a las cuotas que los patrones deben cubrir para que el Estado preste servicios de seguridad social. Ante el incumplimiento del pago de las cuotas que deben realizarse ante el IMSS, ISSSTE, Infonavit, considerados organismos fiscales autónomos, la autoridad fiscal está en posibilidad de iniciar el procedimiento administrativo de ejecución regulado por el CFF. Ese ordenamiento fiscal define que las aportaciones de seguridad social son las contribuciones establecidas en ley a cargo de personas que son sustituidas por el Estado en el cumplimiento de obligaciones fijadas por la ley en materia de seguridad social o a la persona que se beneficie en forma especial por servicios de seguridad social proporcionados por el mismo Estado.

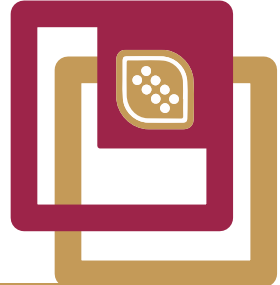




“Educación que genera cambio”

Recordemos que los patrones, por disposición constitucional, están obligados a proporcionar seguridad social a sus trabajadores, pero el Estado se ha sustituido en dicha obligación: servicios médicos, vivienda, cesantías, pensiones, jubilaciones, entre otras; en consecuencia, los patrones y demás beneficiados deberán pagar cuotas de naturaleza fiscal cuyo fin específico es cubrir los gastos que tales servicios generan, caracterizando este tipo de contribuciones, pues los recursos captados no se destinan al gasto público, sino que se dirigen al ente público para el cual fueron recaudas, otorgándole así la naturaleza de contribuciones parafiscales.





LAS CONTRIBUCIONES Y SUS ELEMENTOS

A.R. 3 CUADRO SINÓPTICO

Contenido	Las Contribuciones y sus elementos
Habilidades	Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal. Ejemplifica los diferentes tipos de impuestos para identificar a qué nivel de gobierno debe contribuir de forma responsable, para lograr el desarrollo económico de su entorno y del país.



Actividad de reforzamiento 3

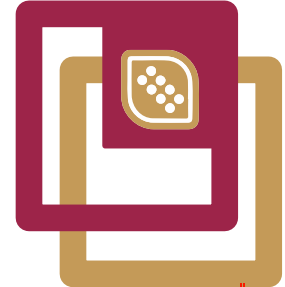
Estudiar detenidamente la lectura Las Contribuciones, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

Al final de la lectura elabora un cuadro sinóptico del tema en donde consideres el concepto de contribución, los cuatro tipos diferentes de contribución y ejemplos cada uno.

La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

Cuadro Sinóptico





¿Qué son?

El cuadro sinóptico es un organizador gráfico muy utilizado, ya que permite organizar y clasificar información. Se caracteriza por organizar los conceptos de lo general a lo particular, y de izquierda a derecha, en orden jerárquico; para clasificar la información se utilizan llaves.

Como se realizan?

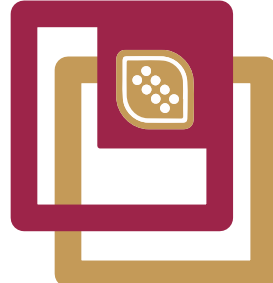
- Se identifican los conceptos generales o inclusivos.
- Se derivan los conceptos secundarios o subordinados.
- Se categorizan los conceptos estableciendo relaciones de jerarquía.
- Se utilizan llaves para señalar las relaciones.

Para qué se utilizan?

El cuadro sinóptico permite:

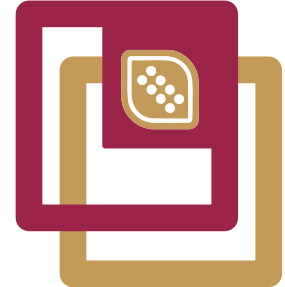
- Establecer relaciones entre conceptos.
- Desarrollar la habilidad para clasificar y establecer jerarquías.
- Organizar el pensamiento.
- Facilitar la comprensión de un tema.





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II	
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo		SUBMÓDULO II: Impuestos II	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Cuadro sinóptico		CONTENIDO (S): Antecedentes de las Contribuciones en México	
COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR: Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.					
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:					
AR3 Cuadro Sinóptico de las Contribuciones y sus elementos					
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:					
Estudiar detenidamente la lectura Las Contribuciones, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes. Al final de la lectura elabora un cuadro sinóptico del tema en donde consideres el concepto de contribución, los cuatro tipos diferentes de contribución y ejemplos cada uno según la lectura.					
No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN		
			Si cumple	No cumple	
1	Presenta título e identificación del alumno correctamente	10			
2	La actividad presenta limpieza y ortografía correcta.	15			
3	Usa el esquema solicitado correctamente.	15			
4	Incluye los diferentes tipos de contribuciones y sus ejemplos	40			
5	Entrega actividad en el tiempo establecido	20			
Logros					
Aspectos de mejora					





EV4 LECTURA 4: IMPUESTOS FEDERALES



El principio de legalidad o reserva de ley tributaria exige que todos los impuestos se establezcan en ley para esto es necesario que especifique claramente los elementos esenciales de cada impuesto.

Estos elementos esenciales nos ayudan a entender quiénes son las personas que deben de pagar determinado impuesto, cuánto tienen que pagar, cuándo lo tienen que pagar, y por qué hecho o acto lo tienen que pagar. Es decir, el contribuyente debe conocer con suficiente precisión el alcance de sus obligaciones fiscales.

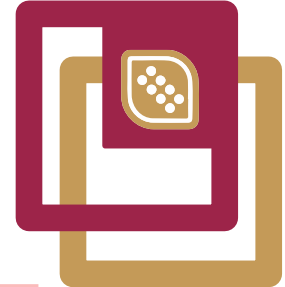
Pero ¿cuáles son los elementos esenciales de los impuestos? En concordancia con el principio de reserva de ley tributaria, el Código Fiscal de la Federación (CFF) señala:

“Las disposiciones fiscales que establezcan cargas a los particulares y las que señalan excepciones a las mismas, así como las que fijan las infracciones y sanciones, son de aplicación estricta. Se considera que establecen cargas a los particulares las normas que refieren al sujeto, objeto, base, tasa o tarifa.”



Conforme a este artículo, la norma jurídica tributaria debe advertir:





“Educación que genera cambio”

Quiénes se encuentran sujetos al pago Cuál es el objeto de gravamen

Sobre qué base se determinará el impuesto

La tasa aplicable o la tarifa, según sea el caso

Otro elemento esencial además de los establecidos por el CFF es: la época de pago.

Entonces, podemos concluir que los **elementos esenciales de los impuestos son:**

sujeto, objeto, base, tasa y época de pago.

Respecto del sujeto, hay dos tipos, los activos y los pasivos que son las personas obligadas al pago del impuesto, y que son los que nos interesan.

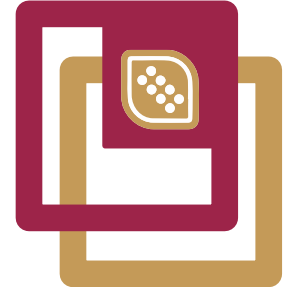
El objeto, en cambio, es el acto, actividad o motivo del impuesto; mientras que la base se refiere a la cantidad sobre la que se determina el impuesto.

La tasa es el porcentaje que se aplica a la base para llegar al impuesto. La doctrina habla de cuotas, tasas y tarifas, en donde las cuotas son cantidades absolutas; las tasas son porcentajes y las tarifas, el agrupamiento ordenado de cuotas o tasas de un impuesto.

Por último, la época de pago refiere al plazo o momento en que se debe de pagar el impuesto.

A continuación, veremos los elementos esenciales de cada uno de los impuestos federales.





Impuesto sobre la Renta (ISR)

El Impuesto sobre la Renta es un impuesto general, personal y directo que grava los ingresos de las personas físicas y morales. Fue introducido en México en 1925 y se rige por la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Sujetos:

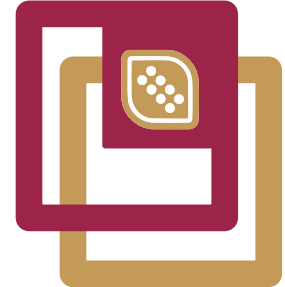
Los sujetos del ISR son todas las personas físicas y morales, en los siguientes casos:

Residentes en México cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza, respecto de todos sus ingresos.

Residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente en el país, respecto de los ingresos atribuibles a dicho establecimiento



“Educación que genera cambio”



territorio nacional

Residentes en el extranjero, respecto de los ingresos
procedentes de fuentes de riqueza situadas en

Como se advierte, los sujetos son las personas que perciben ingresos, ya sea que se trate de residentes en México; o de residentes en el extranjero, pero con fuente de riqueza en el país, a través de un establecimiento permanente o no.

Objeto: El objeto del ISR son los ingresos que perciben las personas en efectivo, en especie o en crédito. En el caso de las personas morales, se trata de los ingresos provenientes de la realización de actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas o de pesca.

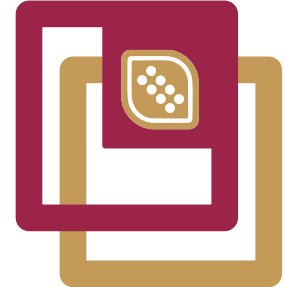


En el caso de las personas físicas, son los ingresos provenientes de: salarios y en general por la prestación de un servicio personal subordinado; actividades empresariales y profesionales; arrendamiento y en general por otorgar el uso y goce temporal de bienes inmuebles; enajenación de bienes; enajenación de acciones en bolsa de valores; adquisición de bienes; obtención de premios; dividendos y en general por las ganancias distribuidas por personas morales; y demás ingresos que obtengan las personas físicas.

Base: La base del ISR es el resultado de la suma de los ingresos percibidos objeto del impuesto, menos las deducciones, o cualquier otra figura sustractiva que establezca la ley. Es decir, la base del ISR no se constituye por los ingresos brutos, sino que se disminuye con las deducciones que correspondan.

Estas deducciones de p e derechos y obligaciones que surgen del desarrollo de una determinada actividad económica) al que se pertenezca. Así por ejemplo, las personas físicas tienen distintas deducciones que las personas morales. De igual forma, las personas físicas que pagan impuestos bajo el régimen de actividades profesionales tienen distintas deducciones que las que pagan bajo el régimen de sueldos y salarios. (Cedillo)





Tasa: La tasa de ISR para las personas morales es de 30%, mientras que, para las personas físicas, varía dependiendo del límite inferior en que se ubique la base, que puede ir desde el 1.92% al 35%. Así, la tasa de ISR para las personas físicas es conforme a la siguiente tabla:

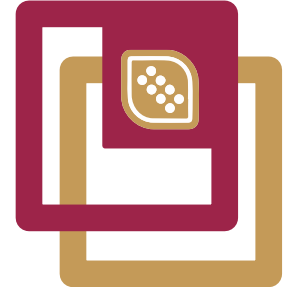
Límite inferior	Límite superior	Cuota fija	% para aplicarse sobre el excedente del límite inferior
\$	\$	\$	%
0.01	8,952.49	0	1.92
8,952.50	75,984.55	171.88	6.4
75,984.56	133,536.07	4,461.94	10.88
133,536.08	155,229.80	10,723.55	16
155,229.81	185,852.57	14,194.54	17.92
185,852.58	374,837.88	19,682.13	21.36
374,837.89	590,795.99	60,049.40	23.52
590,796.00	1,127,926.84	110,842.74	30
1,127,926.85	1,503,902.46	271,981.99	32
1,503,902.47	4,511,707.37	392,294.17	34
4,511,707.38	En adelante	1,414,947.85	35

Algunas excepciones son la obtención de ingresos de premios de loterías, rifas, sorteos y concursos, en donde la tasa es del 1% sobre el valor del premio, o de 21% en aquellas entidades federativas que apliquen un impuesto local a una tasa de más de 6% sobre los premios; y de enajenación de acciones en bolsa, que tiene una tasa del 10%.

Época de pago: El ISR es un impuesto anual, por lo que se paga por cada ejercicio fiscal. En el caso de las personas físicas, deben pagar el impuesto mediante declaración anual a más tardar en el mes de abril siguiente al ejercicio fiscal que se reporta; mientras que, en el caso de las personas morales, deben pagar mediante declaración a más tardar en marzo del año siguiente al ejercicio fiscal que se reporta.

Lo anterior sin perjuicio de la obligación de realizar pagos provisionales mensuales a más tardar el día 17 del mes siguiente al periodo al que corresponda el pago.





El Impuesto al Valor Agregado (IVA)

El IVA es un impuesto general e indirecto que se genera cada vez que se compra algún bien o servicio (con algunas excepciones), y grava todo valor que se agrega a la mercancía en su proceso de producción. Esto se hace mediante la figura de la traslación, por la cual el sujeto del impuesto no sufre pérdida económica en virtud del impuesto, pues lo traslada a quien le presta un servicio o le vende un bien. Así, quien carga con el impuesto es el consumidor final.



El IVA se estableció en México en 1980 y se rige por la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Sujetos:

Los sujetos del IVA son las personas físicas y las morales que realicen los actos o actividades siguientes

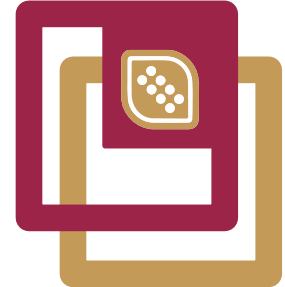
- Enajenación de bienes
- Prestación de servicios independientes
- Arrendamiento de bienes
- Importación de bienes y servicios.

Objeto: El objeto del IVA es gravar los actos o actividades arriba señalados; es decir, la enajenación de bienes, la prestación de servicios independientes, el arrendamiento de bienes y la importación de bienes y servicios. El objeto material es el valor que se va agregando a los bienes o servicios en cada etapa de la cadena productiva.

Base: La base del IVA es el valor que la ley señala para las cuatro clases de actos o actividades que grava. De manera general, la base del IVA es el valor de la operación.

Tasa: La tasa general del IVA es de 16%; del 8% para zonas fronterizas; asimismo, hay una tasa especial de 0% que se aplica mayormente a alimentos y medicinas.





Época de pago: El IVA se paga a más tardar el día 17 del mes siguiente al que corresponda el impuesto. El contribuyente debe pagar la diferencia entre el IVA por él retenido y trasladado (el que él cobró) y el IVA que él pagó al adquirir bienes y servicios necesarios para el desarrollo de su actividad. (Pacheco)

Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS)

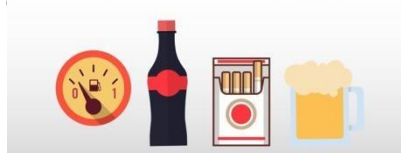
Como su nombre lo indica, el IEPS es un impuesto especial que se aplica a la producción de ciertos bienes y a determinados servicios. Estos bienes y servicios, por lo general, causan un perjuicio social o su consumo no es deseado. Además, al igual que el IVA, es un impuesto que puede ser trasladado. El IEPS entró en vigor en México en 1980 y se rige por la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.

Sujetos: Los sujetos del IEPS son las personas físicas y morales que realicen los actos o actividades siguientes:

La enajenación en territorio nacional o, en su caso, la importación de los bienes señalados en la Ley del IEPS, La prestación de los servicios señalados en la Ley del IEPS

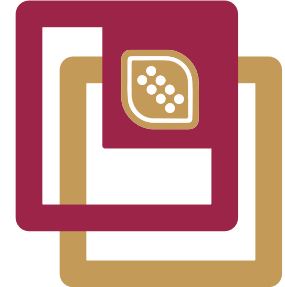
Objeto: El objeto del IEPS es gravar la enajenación e importación de los siguientes bienes: bebidas alcohólicas y cerveza, alcoholes, alcohol desnaturalizado y mieles incristalizables; tabacos labrados, gasolinas y diésel, bebidas energizantes, bebidas con azúcares añadidos, combustibles fósiles, plaguicidas y alimentos con alto contenido calórico (*densidad calórica de 275 kilocalorías*).

cada 100 gramos: botanas, productos de confitería, chocolate y demás productos derivados del cacao, flanes y pudines, 17 dulces de frutas y hortalizas, cremas de cacahuete y avellanas, dulces de leche, alimentos preparados a base de cereales, y helados, nieves y paletas de hielo).



El IEPS también tiene como objeto gravar los servicios por comisión, mediación, agencia, representación, correduría, consignación y distribución, con motivo de la enajenación de: bebidas alcohólicas y cervezas, alcoholes y mieles, tabacos labrados, bebidas energizantes, plaguicidas y alimentos con alto contenido





“Educación que genera cambio”

calórico. También se gravan los servicios de juegos de apuestas y sorteos, y los de telecomunicaciones.

Base: La base del IEPS es el valor del bien que se enajena o importa; o el valor del servicio que se presta. Por lo general, la base es la contraprestación, salvo en el caso de los cigarros, cuya base será el precio de venta al detallista (comerciante que vende al por menor).

También puede constituir la base, en su caso, la cantidad de litros y la graduación alcohólica.

Tasa: En el caso del IEPS, se establecen distintas tasas y/o cuotas para cada bien o servicio, como se muestra en la siguiente tabla:

Época de pago: El IEPS se paga a más tardar el día 17 del mes siguiente al que corresponda el impuesto, excepto en caso de importación de bienes, que se paga conjuntamente con el impuesto general de importación.

Impuesto sobre Automóviles Nuevos (ISAN)

El ISAN es un impuesto especial al consumo que grava la enajenación de automóviles nuevos de producción nacional, así como la importación definitiva de automóviles cuyo año modelo corresponde al año modelo en que se efectúa la importación, o a los 10 años modelo inmediatos anteriores.

El ISAN fue introducido en México en 2005 y se regula por la Ley Federal del Impuesto sobre Automóviles Nuevos.

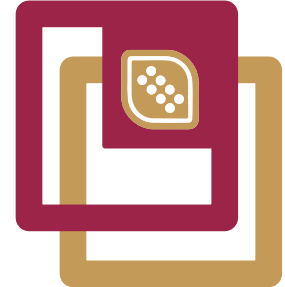
Sujetos: Los sujetos del ISAN son aquellos que Enajenen automóviles nuevos (enajenación al consumidor por el fabricante, ensamblador, distribuidor autorizado o comerciante en el ramo de vehículos).

Importen en definitiva al país automóviles, siempre que se trate de personas distintas al fabricante, ensamblador, distribuidor autorizado o comerciante en el ramo de vehículos.

Objeto: El objeto del ISAN es gravar la enajenación e importación de automóviles nuevos.

Base: La base del ISAN es el precio de venta, incluyendo el equipo opcional común o de lujo, cobrado al consumidor por el fabricante, ensamblador, distribuidor o comerciante





“Educación que genera cambio”

autorizado en el ramo de vehículos, sin tomar en cuenta los descuentos, rebajas y bonificaciones.

En el caso de importación definitiva de automóviles, la base es el precio de venta más el impuesto general de importación y demás contribuciones. El IVA no forma parte de la base.

Tasa: La tasa del ISAN es conforme a la siguiente tabla:

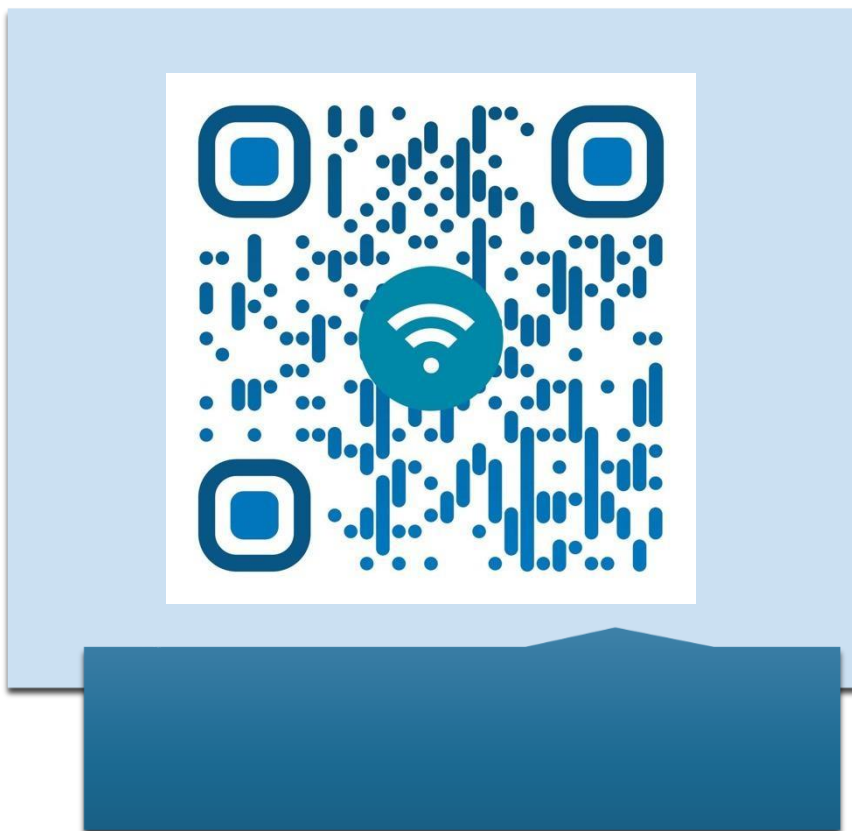
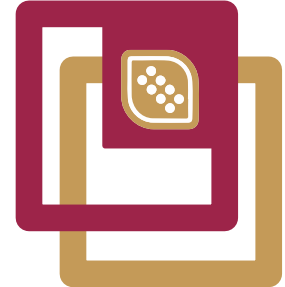
Época de pago: El ISAN se calcula por ejercicios fiscales, excepto en el caso de las importaciones. Los contribuyentes realizan pagos provisionales a más tardar el día 17 de cada uno de los meses del ejercicio, mediante declaración que presentan en las oficinas autorizadas, respecto de las enajenaciones realizadas en el mes inmediato anterior.

El ISAN es un impuesto anual por lo que se paga mediante declaración, los tres meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal, excepto en el caso de las importaciones, que se paga en la aduana conjuntamente con el impuesto general de importación.

provisionales a más tardar el día 17 de cada mes, respecto de las enajenaciones del mes anterior. Los pagos provisionales se deducen del pago anual definitivo.

Para reafirmar algunos datos del tema escanea el qr para que te lleve al quizziz o ingresa a la página de quizziz e ingresa el código:



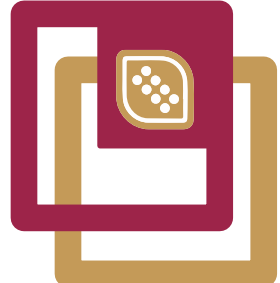


IMPUESTOS FEDERALES

A.R. 4 CUADRO COMPARATIVO

Contenido	Impuestos Federales, Estatales y municipales. 
Habilidades	Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal. Ejemplifica los diferentes tipos de impuestos para identificar a qué nivel de gobierno debe contribuir de forma responsable, para lograr el desarrollo económico de su entorno y del país.





Actividad de reforzamiento 4

Estudiar detenidamente la lectura Impuestos Federales, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

Al final de la lectura elabora un cuadro comparativo del tema en donde consideres el sujeto, el objeto, la base, la tasa o tarifa, la época de pago de cada tipo de impuesto.

La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente..

Cuadro Comparativo

¿Qué son?

El cuadro comparativo es una estrategia que permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más objetos o hechos. Una cuestión importante es que, luego de hacer el cuadro comparativo, es conveniente enunciar la conclusión a la que se llegó.

Cómo se realizan?

- Se identifican los elementos que se desea comparar.
- Se marcan los parámetros a comparar.
- Se identifican y escriben las características de cada objeto o evento.
- Se enuncian afirmaciones donde se mencionen las semejanzas y diferencias más relevantes de los elementos comparados.

Para qué se utilizan? El cuadro comparativo:

- Permite desarrollar la habilidad de comparar, lo que constituye la base para la emisión de juicios de valor.
- Facilita el procesamiento de datos, lo cual antecede a la habilidad de clasificar y categorizar información.
- Ayuda a organizar el pensamiento.
-





DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: <i>"Educación que genera cambio"</i>	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Cuadro comparativo	CONTENIDO (S): Impuestos Federales

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

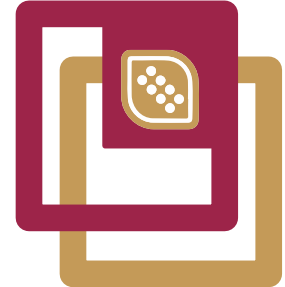
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

AR4 Cuadro comparativo de los Impuestos Federales

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Elabora un cuadro comparativo del tema en donde consideres el sujeto, el objeto, la base, la tasa o tarifa y la época de de cada tipo de impuesto. Realizar en libreta de apuntes o utilizando las TICS.

Criterios	CRITERIOS DE VALORACIÓN			
	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
1.- El cuadro comparativo expresa los contenidos planteados en la instrucción.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema con muchos de detalles.	La actividad presenta una descripción confusa y los detalles no dejan claro el tema.	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles significativos	La actividad no presenta ninguna descripción de los contenidos.
2.- El cuadro comparativo expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.
3.- El cuadro comparativo presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden adecuado y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene	La actividad no presenta limpieza, ni orden y	La actividad no cumple con lo solicitado.
4.-En el cuadro comparativo aporta su punto de vista.	La conclusión da una aportación sustancial de su punto de vista	La conclusión es simple y no da su punto de vista personal del tema.	La conclusión no corresponde al tema.	No aporta su punto de vista del tema.
5.- El cuadro comparativo se entregó en tiempo y forma.	Se entregó la actividad en el tiempo establecido.	La actividad se entregó con retraso.	La actividad se entregó a destiempo.	No se entregó la actividad.
Aspectos de mejora				



EV5 LECTURA 5: IMPUESTOS ESTATALES



Los **impuestos estatales** son aquellos que se aplican dentro de los límites territoriales de cada entidad federativa. Cada estado del país con su propia normativa tributaria que especifica cuáles son los impuestos que se cobran a sus ciudadanos.

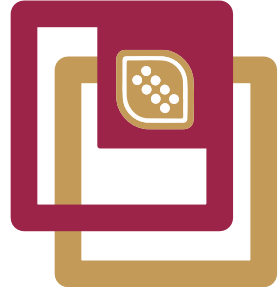
Estos **impuestos estatales** son las formas de tributación particulares de cada entidad, regidos por sus leyes hacendarias según sus códigos fiscales o la Constitución Política del Estado.

Se trata, pues, de las contribuciones al gasto público a las que están obligados los mexicanos según el Art. 31 Constitucional y de acuerdo con lo referido en el Art. 2 del Código Fiscal de la Federación, mismos que serán cobradas por el gobierno de los estados.

Gracias al **pago de impuestos estatales** es posible financiar la construcción de obras públicas como carreteras, o invertir en temas de salud, educación, seguridad, ayudas sociales, entre otros.

En otras palabras, mediante cada compra y cada sueldo, entre todos los mexicanos contribuimos a las necesidades comunes. Si no se pagaran impuestos, simplemente no habría servicios públicos tan básicos como las escuelas, la policía o la sanidad.





- Traslado de dominio de bienes muebles usados
- Actos, contratos e instrumentos notariales
- Impuesto sobre Nóminas
- Impuestos sobre Honorarios por actividades Profesionales y Ejercicios Lucrativos No Gravados por la Ley del IVA
- Loterías, rifas, sorteos y concursos de toda clase



En el estado de Tabasco,
la Ley Hacendaria que rige
Escanea el codigo QR para



LEY DE HACIENDA DEL ESTADO DE TABASCO

TÍTULO SEGUNDO IMPUESTOS

CAPÍTULO PRIMERO

DEL IMPUESTO SOBRE TRASLADO DE DOMINIO DE BIENES MUEBLES USADOS

SECCIÓN PRIMERA SUJETO, OBJETO, BASE Y TASA

Artículo 12. Están obligados al pago del impuesto sobre traslado de dominio de bienes muebles usados, cualquiera que sea el uso, las personas físicas que transmitan bajo cualquier título la propiedad de los mismos.

Se entiende por bien mueble usado para efectos de este impuesto, muebles y vehículos automotores que se hayan utilizado, disfrutado o servido a partir de su adquisición.



“Educación que genera cambio”

Se entiende por traslación de dominio, toda transmisión de propiedad bajo cualquier título entre particulares, aun en la que el enajenante se haya reservado el dominio del bien, y además de manera enunciativa y no limitativa los siguientes casos:

- I. La compraventa;
- II. Las adjudicaciones, aun cuando se realicen en favor del acreedor;
- III. La aportación a una sociedad o asociación;
- IV. La cesión de derecho;
- V. La dación en pago;
- VI. Las que se generan en virtud de mandato o resolución judicial;
- VII. La permuta; y
- VIII. La donación.

La ley de Hacienda del Estado de Tabasco se encuentra publicado r



A.R. 5 MAPA CONCEPTUAL

Contenido	Impuestos Federales, Estatales y Municipales. <i>“Educación que genera cambio”</i> 
Habilidades	Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal. Ejemplifica los diferentes tipos de impuestos para identificar a qué nivel de gobierno debe contribuir de forma responsable, para lograr el desarrollo económico de su entorno y del país.

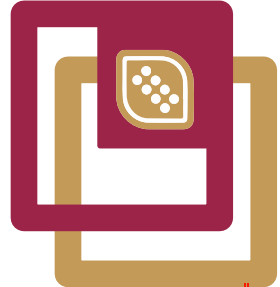
Actividad de reforzamiento 5

Estudiar detenidamente la lectura Impuestos Estatales, posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

Al final de la lectura elabora un mapa conceptual del tema en donde consideres el sujeto, el objeto, la base, la tasa o tarifa, la época de pago de cada tipo de impuesto. La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

Mapa conceptual





¿Qué son?

El mapa conceptual (Novak y Godwin, 1999) es una representación gráfica de conceptos y sus relaciones. Los conceptos guardan entre sí un orden jerárquico y están unidos por línea identificadas por palabras (de enlace) que establecen la relación que hay entre ellas.

Se caracteriza por partir de un concepto principal (de mayor grado de inclusión), del cual se derivan ramas que indican las relaciones entre los conceptos.

Cómo se realizan?

- a) El primer paso es leer y comprender el texto.
- b) Se localizan y se subrayan las ideas o palabras más importantes (es decir, las palabras clave). Se recomiendan 10 como máximo.
- c) Se determina la jerarquización de dichas palabras clave.





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. _____

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto _____	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Lista de cotejo	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Mapa conceptual	CONTENIDO (S): Impuestos Estatales

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

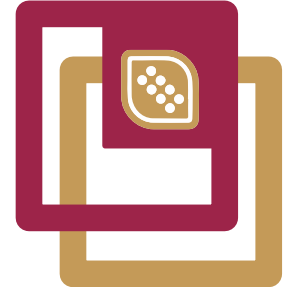
Mapa conceptual de los Impuestos Estatales

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Realizar un Mapa conceptual de tema "Impuestos Estatales"; Escanea el QR para acceder a la Ley de Hacienda del Estado de

Tabasco, al final de la lectura elabora un mapa conceptual del tema en donde consideres el sujeto, el objeto, la base, la tasa o tarifa, la época de pago de cada tipo de impuesto.

No.	ATRIBUTO	Puntos	CRITERIOS DE VALORACIÓN	
			Si cumple	No cumple
1	Presenta título e identificación del alumno (Nombre, semestre y turno, etc).	10		
2	Mapa bien organizado y claramente presentado, así como de fácil seguimiento	20		
3	Mapa sobresaliente que presenta limpieza y ortografía correcta	20		
4	Se identifican los conceptos principales y subordinados, los conceptos han sido bien etiquetados y vinculados.	30		
5	Utiliza recursos o materiales que permita ser creativa la actividad. Entrega actividad en fecha indicada	20		
Puntuación total				
Logros				
Aspectos de mejora				



EV6 LECTURA 6: IMPUESTOS MUNICIPALES

Las contribuciones económicas hechas por los ciudadanos en México sirven para proveer de recursos al gobierno que administra lo recaudado según el plan anual que se haya presentado en el congreso para el gasto público. Esta inversión es destinada a la educación pública, la impartición de justicia, la seguridad, los hospitales públicos, la infraestructura y servicios.

En México pagan impuestos cualquier entidad o persona que tenga un salario, generen ingresos a través de actividades empresariales, ganadería, pesca, industriales, comerciales, transporte, si prestan sus servicios de forma independientes o prestan servicios profesionales.

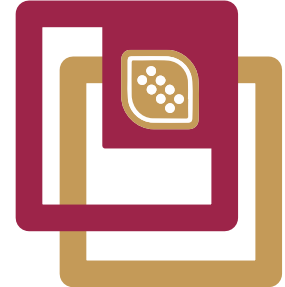
Según el Art. 31 Fracc. IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, contribuir es obligación de los ciudadanos y tiene como fin la colaboración de todas las personas, incluido como norma dentro de las buenas prácticas sociales y valores como la responsabilidad, la ciudadanía, el compromiso, y principios democráticos que nos definen como nación.

Las finanzas públicas se componen de la recaudación de impuestos estatales, municipales y federales recaudados por los gobiernos locales y de turno. Este sistema fiscal también permite que una parte se destine como inversión en espectáculos públicos, cultura, esparcimiento.

Para los mexicanos, el año 2014 fue un momento de cambios, ya que, se implementó el CFDI, también conocido como Comprobante Fiscal Digital Por Internet, además se observó un incremento de los ingresos tributarios.

En ese preciso momento, los mexicanos incluyeron en su lista de pagos a entidades comerciales como: las loterías, rifas, sorteos, y en la prestación de servicios de hospedaje, diesel, comercialización o importación de bebidas alcohólicas (cervezas, vinos, espirituosas) tabaco y alimentos tales como maíz, frutas como calabazas y chilacayotes, quelites, magueyes, chiles, frijoles, etc.





“Educación que genera cambio”

siendo el consumidor final quien absorbe esta carga impositiva que se ve reflejada en el precio.

La entidad a cargo de regular el pago de los tributos es el SAT (Servicio de Administración Tributaria), de no cumplir con dichas obligaciones del pago de impuestos a tiempo, se pueden aplicar multas o embargos que ponen en riesgo las finanzas de una empresa.

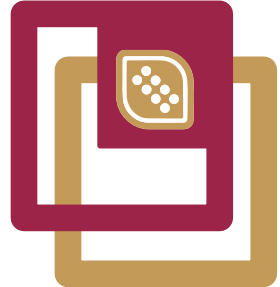
Los Impuestos municipales son recaudados por los gobiernos locales, cambian según cada municipio y no originan una contraprestación directa al contribuyente.

No se puede hablar de una generalidad de impuestos locales en México, puesto que éstos se definen de acuerdo con el tipo de ingresos que cada entidad federativa considere como necesarios en sus municipios, según los gastos requeridos.

Sin embargo, pueden existir coincidencias y algunos impuestos ser frecuentemente aplicados, particularmente el impuesto predial. Así, tenemos que algunos de los principales impuestos locales son:

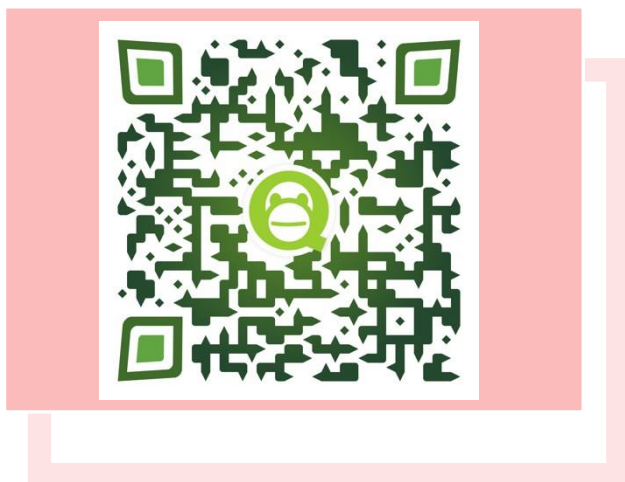
- Impuesto Predial.
- Impuesto sobre Adquisición de Inmuebles y Transmisión de Dominio.
- Impuesto para el Fomento Turístico, Desarrollo Integral de la Familia y Promoción de la Cultura.
- Impuesto para el Fomento Deportivo y Educacional.
- Impuesto para el Mantenimiento y Conservación de las Vías Públicas.
- Impuesto sobre Asistencia a Juegos Permitidos y Espectáculos Públicos.
- Impuesto por el Alumbrado Público.





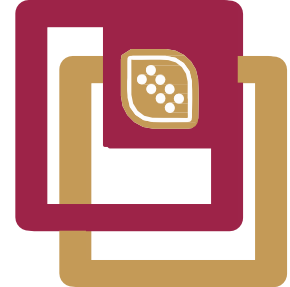
“Educación que genera cambio”

- Impuesto sobre Negocios Jurídicos.



La Ley de Hacienda Municipal del Estado de Tabasco, del municipio del centro lo puedes encontrar escaneando este QR.





“Educación que genera cambio”

En el municipio del Centro del Estado de Tabasco podemos encontrar los siguientes impuestos:

- Impuesto Predial
- Traslación de dominio de bienes inmuebles
- Espectáculos públicos no gravados por el IVA

“Educación que genera cambio”

TITULO III

IMPUESTOS

CAPITULO I

DEL IMPUESTO PREDIAL

SECCION

PRIMERA

OBJETO,

SUJETO Y

BASE

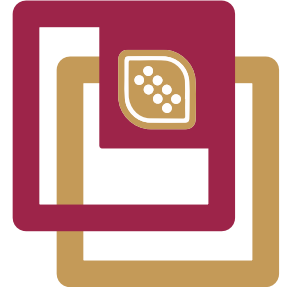
Artículo 87.- Son objeto de este impuesto los predios clasificados en la Ley de Catastro del Estado como urbanos y rústicos localizados dentro del territorio de los municipios del Estado de Tabasco.

Artículo 88.- Son sujetos de este impuesto:

I. Por responsabilidad directa:

- A) Los propietarios de predios urbanos y rústicos y de las construcciones permanentes sobre ellos edificadas;
- B) Los fideicomitentes mientras no transmitan la propiedad;





“Educación que genera cambio”

- C) Los poseedores, por cualquier título, de predios urbanos y rústicos;
- D) Los propietarios o poseedores de justo título de bienes de dominio privado y de organismos descentralizados de la Federación, el Estados y los municipios;
- E) Los poseedores o arrendatarios de terrenos nacionales en los términos de la Ley de Terrenos Baldíos, Nacionales y Demasías.

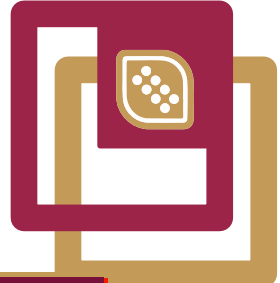
II. Por responsabilidad solidaria:

- A) Los copropietarios;
- B) Los coposeedores;
- C) Los fideicomisarios que estén en posesión del predio objeto del fideicomiso;



"Educación que genera cambio"





IMPUESTOS MUNICIPALES

A.R. 6 INFOGRAFIA

Contenido

Impuestos Federales, Estatales y municipales.

Habilidades

Distingue los impuestos federales, estatales, municipales y su fundamento legal.

Ejemplifica los diferentes tipos de impuestos para identificar a qué nivel de gobierno debe contribuir de forma responsable, para lograr el desarrollo económico de su entorno y del país.

Actividad de reforzamiento 6

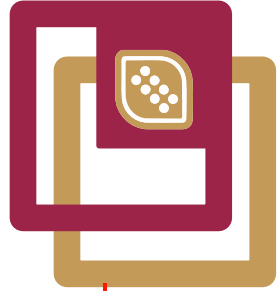
Descargar el archivo y estudiar detenidamente la lectura Impuestos Municipales, de la página 14 a 24 posteriormente subrayar, marcar o transcribir las ideas que consideren importantes.

Al final de la lectura elabora una infografía del tema en donde consideres el sujeto, el objeto, la base, la tasa o tarifa, la época de pago de cada tipo de impuesto municipal.

La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

Infografía





¿Qué son?

Una infografía es una representación gráfica simple y visualmente atractiva de un conjunto de ideas o datos. El objetivo principal de la infografía es facilitar la comprensión de la información sobre un cierto tema.

Como se elabora:

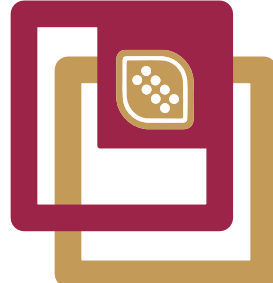
1. Organiza tu información haciendo un borrador de tu infografía

El proceso de crear un borrador te ayudará a organizar tus ideas y a garantizar que tu contenido quede perfecto en tu infografía.

Crear un borrador de infografía partiendo del contenido existente usando estos 4 pasos:

- Determina los puntos claves de tu contenido
- Define el título, los encabezados, los subtítulos y los hechos
- Ten en cuenta la longitud de los párrafos y los puntos
- Incluye notas para el diseñador





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. ____



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto ____	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Infografía	CONTENIDO (S): Impuestos Municipales

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

Infografía de Impuestos Municipales

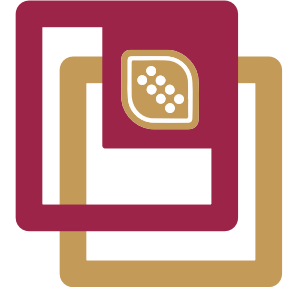
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Elabora una infografía de los impuestos Municipales tomando en cuenta lo siguiente:

La infografía puede ser de manera digital individual de manera creativa utilizando canva o genially, etc., o realiza la infografía de manera colaborativa con material reciclado, para exponer a la vista de la comunidad estudiantil

Criterios	CRITERIOS DE VALORACIÓN			
	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
1.- La infografía expresa los contenidos de concepto y funciones del contador.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema con	La actividad presenta una descripción confusa y los detalles no dejan	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles	La actividad no presenta ninguna descripción de los
2.- La infografía expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.
3.- La infografía presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden adecuado y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene faltas de ortografía.	La actividad no presenta limpieza, ni orden y muchas faltas ortográficas	La actividad no cumple con lo solicitado.
4.- La infografía es única, con diseño propio y creativo.	La infografía es visiblemente única, con diseño propio y creativa.	La infografía es única, con diseño llamativo y es creativa.	La infografía cuenta con diseño simple.	No es diseño propio.
5.- La infografía se entregó en tiempo y forma.	Se entregó la actividad en el tiempo establecido.	La actividad se entregó con retraso.	La actividad se entregó a destiempo.	No se entregó la actividad.
Puntuación total				





EV7. LECTURA 7: IMPUESTO AL VALOR AGREGADO



El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto que se aplica sobre la base del valor añadido en cada etapa de producción o comercialización de bienes y servicios, hasta la venta final para su consumo.

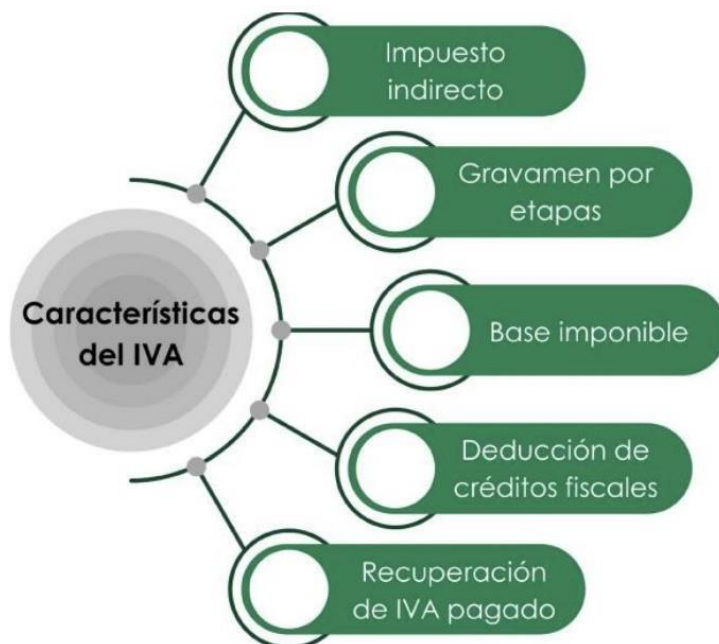
Su objetivo es gravar, en primer lugar, los ingresos obtenidos por el valor que se agrega en las distintas fases de producción y, en segundo lugar, la manifestación de un nivel dado de riqueza o ingreso, a través del consumo o compra de bienes y servicios, por parte de los contribuyentes. Para, de esta forma, financiar parte de las funciones del Estado.

Los contribuyentes de este impuesto son tanto personas físicas como morales que realizan diversas actividades económicas: enajenan bienes, manufacturan, prestan servicios de manera independiente, conceden el uso o goce temporal de bienes a terceros o importan bienes y servicios.



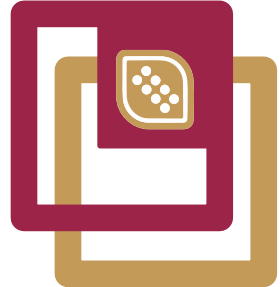
El IVA posee varias características clave que lo distinguen:





En primer lugar, al ser un impuesto indirecto, su carga fiscal se va transfiriendo mediante los precios de los productos y servicios, hasta llegar al consumidor final. Además, se aplica de manera escalonada en cada fase de la cadena de producción y distribución.

La base imponible del IVA es el precio de venta del bien o servicio, sobre el cual se calcula el impuesto.



"Educación que genera cambio"

Los contribuyentes tienen la posibilidad de acreditar el IVA que han pagado en etapas previas de producción y comercialización, lo que reduce su carga tributaria, al gravar sólo el valor que se añade en cada etapa de producción, por lo que pueden recuperar el IVA pagado en la adquisición de bienes y servicios relacionados con sus actividades gravadas.



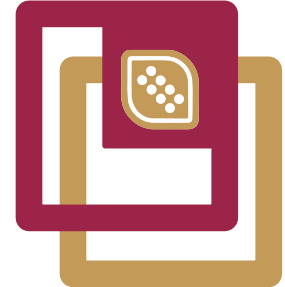
En la estructura fiscal de México, existen diversas tasas aplicables de IVA que permiten un sistema tributario que busca adaptarse a distintos sectores sociales y económicos, y cuyos propósitos son contribuir a la distribución del ingreso y el fomento de ciertas actividades o regiones, al tiempo que garantiza la recaudación de impuestos.



"Educación que genera cambio"

Tales tasas se señalan enseguida:





- Tasa general del 16%: Esta es la tasa estándar que se aplica a la mayoría de los bienes y servicios que no están contemplados dentro de las tasas reducidas o la tasa cero. Es la tasa más utilizada y gravada en transacciones cotidianas de bienes y servicios en el país.

- Tasa del 8% en zonas fronterizas: Esta medida tiene como objetivo incentivar la economía y el comercio en esas regiones, fomentando la competitividad y atrayendo consumidores de las zonas colindantes de otros países.



- Tasa cero: Se aplica a la venta de ciertos bienes y servicios, por lo que, aunque la operación no genera un impuesto a pagar, sí implica la obligación de los contribuyentes de presentar la declaración anual.



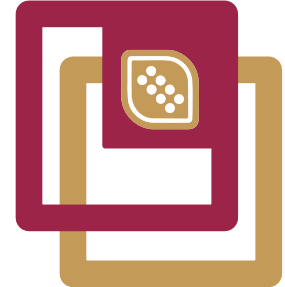
Esta obligación, permite a los contribuyentes recuperar el IVA pagado por los insumos utilizados en el proceso de producción, transformación o la prestación de servicios.

- Bienes y servicios exentos del pago del IVA: aquellos a los cuales no se les aplica una tasa de IVA. Es decir, son producto de los actos a los que aplica la ley del IVA pero que no tienen el derecho de acreditar el impuesto trasladado por las erogaciones identificadas con esos actos.



La Ley del IVA establece como productos o servicios exentos del IVA: la venta de casa habitación, el suelo, el transporte público terrestre de personas, los servicios de enseñanza y el arrendamiento de inmuebles destinados para casa habitación, entre otros.





“Educación que genera cambio”

La diferencia con tasa 0% es que éstos no causan la obligación de informar o declarar nada.

“Educación que genera cambio”

Mecánica del IVA

El procedimiento para determinar el impuesto al valor agregado, a favor o a cargo, es sencillo; de hecho, como en casi todas las determinaciones de impuestos, es una fórmula aritmética.

Antes de revisar de manera general la mecánica del IVA, es importante revisar tres definiciones:

IVA trasladado

Es el IVA

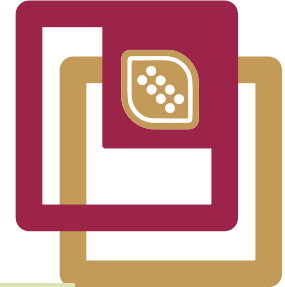
que el contribuyente cobra al momento de prestar un servicio, otorgar el uso o goce temporal de bienes o enajenar un producto.

Su monto es el resultado de multiplicar la tasa por el valor de la contraprestación que el contribuyente cobra, incluso cuando se retenga, de acuerdo con lo dispuesto con el artículo 1º, párrafo 3º. Es decir, es el resultado de aplicarle, a los valores señalados en la Ley, al monto de las actividades, las tasas que correspondan según sea el caso.

Aquí debemos tener presente que cuando la Ley, en su artículo 4º, párrafo primero, dice “valores señalados en esta ley”, se refiere a los actos que realiza el contribuyente en calidad de prestador de servicio, enajenante o sujeto que otorga el uso o goce temporal de bienes, no en carácter de receptor de los bienes o servicios, pues en este último caso estaríamos hablando de IVA acreditable y no del trasladado.

Este importe, de acuerdo con el artículo 1º, párrafo tercero, deberá ser trasladado en forma expresa y por separado.





IVA acreditable

Es aquel

IVA que el contribuyente paga al adquirir un bien, recibir un servicio, usar temporalmente un bien o importar bienes y/o servicios.

Su monto se determina multiplicando la tasa por el valor de las contraprestaciones. En este caso, que el contribuyente paga.

Para que sea acreditable debe de señalarse, en el comprobante respectivo, de manera expresa y por separado y deben, además, cumplirse una serie de requisitos que, dada sus características, analizaremos más adelante.

Acreditamiento

La LIVA lo define en el artículo 4º, primer párrafo, como:

“El acreditamiento consiste en restar el impuesto acreditable, de la cantidad que resulte de aplicar a los valores señalados en esta Ley la tasa que corresponda según sea el caso.”

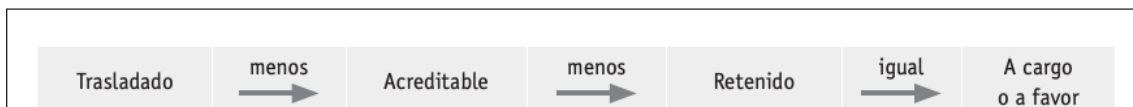
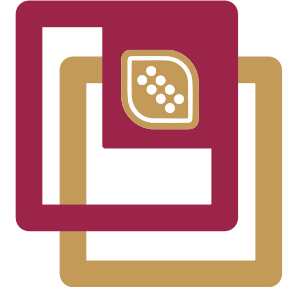
Para entender mejor el acreditamiento resulta necesario hacer énfasis en el significado de la oración que está después de la primera coma del citado primer párrafo del artículo 4º: “de la cantidad que resulte de aplicar a los valores señalados en esta Ley la tasa que corresponda según sea el caso”.

Esta oración, aunque un poco rebuscada, se refiere al IVA trasladado, pues así es como éste se determina; multiplicando la tasa que corresponda, 0 o 16%, a los valores señalados en la ley. Es decir, al monto de lo que el contribuyente enajena, presta en servicios o cobra por otorgar el uso o goce temporal de bienes (arrenda).

En otras palabras, el acreditamiento consiste en restar el IVA que se paga al adquirir o importar algo -IVA acreditable- del IVA que se cobra al enajenar un producto, prestar un servicio u otorgar el uso o goce temporal de bienes -IVA trasladado.

En algunos casos por la naturaleza del sujeto que presta el servicio y en función





de la actividad gravada realizada, se retiene una parte del IVA que se traslada. Cuando se da este supuesto la mecánica del acreditamiento tiene una ligera modificación: Al IVA cobrado no sólo se le resta el IVA pagado; también se le disminuye el impuesto que le hayan retenido al contribuyente.

El ajuste anterior tiene una explicación muy sencilla: si del IVA que traslada el contribuyente -no olvidemos que el que traslada es el que cobra- le retienen una parte, justo es que se disminuya pues, en términos prácticos no lo está recibiendo (trasladando) todo, sino sólo aquella cantidad que, efectivamente, cobró.

El acreditamiento presenta algunas variantes cuando el contribuyente realiza actos o actividades exentas y actos o actividades gravadas, debido a que el IVA pagado con motivo de los actos o actividades exentas no puede ser objeto de acreditamiento.

La fórmula básica para el cálculo del IVA es:

En el siguiente esquema se explica de manera más detallada, sin la particularidad de la retención y partiendo de que los contribuyentes realizan sólo actividades gravadas -no exentas- la mecánica.





"Cantidad que resulte de aplicar a los valores señalados en esta Ley la tasa que corresponda"

	Compra	Vende	IVA acreditable o pagado	Total	IVA trasladado o cobrado	Total	Pagado	Saldo a favor
A	1 \$ 100	2 \$ 200	1 \$ 16	1 \$ 116	2 \$ 32	2 \$ 232	2 \$ 16	
B	3 \$ 200	4 \$ 400	3 \$ 32	3 \$ 232	4 \$ 64	4 \$ 464	4 \$ 32	
C	5 \$ 400	6 \$ 500	5 \$ 64	5 \$ 464	6 \$ 80	6 \$ 580	6 \$ 16	
D	7 \$ 500	8 \$ 800	7 \$ 80	7 \$ 580	8 \$ 0	8 \$ 800		8 \$ 80

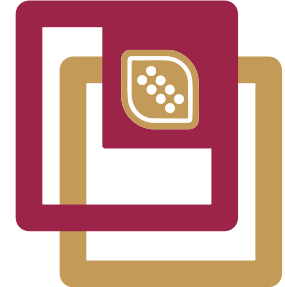
Operación 1.- Pensemos que un sujeto A adquiere bienes en \$100 pesos. Por esta compra paga \$16 pesos de IVA (IVA acreditable); el 16% de \$100 pesos.

Operación 2.- El sujeto A le vende a un sujeto B la misma mercancía que adquirió en la operación 1. Desde luego, no la enajena en los mismos \$100 pesos que la compró; asumamos que la vende en \$200 pesos (valor de los actos o actividades gravados). Luego entonces, el sujeto A traslada (cobra) \$32 pesos de IVA; el 16% de \$200 pesos.

Si el sujeto A aplica la mecánica del acreditamiento a que se refiere el primer párrafo del artículo 4º de la LIVA; lo transcribimos de nuevo: "El acreditamiento consiste en restar el impuesto acreditable, de la cantidad que resulte de aplicar a los valores señalados en esta Ley la tasa que corresponda según sea el caso."

Operación 3.- Posteriormente, el sujeto B que compró en \$200 al sujeto A, pero que, naturalmente enajenaría a un precio mayor, realizaría el mismo procedimiento.

Evidentemente, si, en uno de los eslabones de la cadena productiva, algún sujeto, traslada el IVA a la tasa del 0% (sujeto D), ya sea porque exporte o por la naturaleza



de los productos que elabora, se generará, entonces, un saldo a favor de éste, pues su IVA trasladado -cobrado- será inferior al que pagó -acreditable.

Además del IVA trasladado y del acreditable, existen más elementos que deben considerarse en la determinación del impuesto.

Momento en que se considera efectivamente cobrado

De acuerdo con lo que establece la LIVA en el artículo 1-B, una contraprestación se considera efectivamente cobrada cuando se reciba en efectivo, bienes o servicios, aunque correspondan a anticipos o depósitos o bien, cuando el acreedor queda satisfecho mediante cualquier forma de extinción de las obligaciones que den lugar a las contraprestaciones.

Tengamos presente que las obligaciones se extinguen por: el pago, la compensación, la condonación, la prescripción y la caducidad (Arrijo, 2008, p. 569) y, según el Código Civil Federal, por: El pago, la compensación, la confusión de derechos (cuando una misma persona es acreedor y deudor), la remisión de la deuda y la novación (sustitución de la obligación por una nueva).

Cuando sean pagadas mediante cheque, se considera que fueron efectivamente pagadas en la fecha de cobro del mismo o cuando el contribuyente lo transmita a un

Si el pago de la contraprestación se realiza mediante vales, tarjetas electrónicas o cualquier otro medio que permita al contribuyente obtener bienes o servicios, se considera que fue efectivamente pagada en la fecha en la que dichos documentos, tarjetas, etc., sean recibidos o aceptados por el contribuyente.

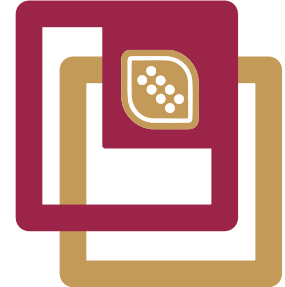
En el caso de permutas y pagos en especie, el IVA se debe pagar por cada bien, servicio o uso o goce temporal de bienes cuya propiedad se transmite, proporcione o preste.

Cuando la contraprestación sea pagada total o parcialmente con otros bienes o servicios, se considera como valor de éstos el de mercado o en su defecto el de avalúo (artículo 34, LIVA)

La retención

Otro elemento a considerar es la figura de la retención. Como ya lo mencionamos anteriormente, en algunos casos, en virtud de la operación realizada o por la naturaleza del contribuyente, éste tiene la obligación de retener o bien, es sujeto de que le retengan una parte del IVA.





“Educación que genera cambio”

En materia de IVA la retención se regula en el artículo 1-A de la LIVA y los artículos 3 y 4 del reglamento de la LIVA.

Es un mecanismo por medio el cual, el sujeto que va a hacer, a otro, el pago del IVA le resta un porcentaje de éste o el total, para enterarlo al fisco. El retenedor es un sujeto pasivo sustituto, pues reemplaza al contribuyente directo, en su obligación de enterar el impuesto al erario.

Cuando el contribuyente presta un servicio o enajena un producto cobra el IVA, pero si se ubica en alguno de los supuestos que más adelante se señalan no se lo pagarían todo; le retendrían una parte dependiendo de cada supuesto.

En el antepenúltimo párrafo del artículo 1-A, se considera que el retenedor sustituye al enajenante, prestador de servicios u otorgante del uso o goce temporal de bienes, en la obligación de pago y entero del impuesto.

Obligados a retener:

- Instituciones de crédito.
- Personas morales que paguen honorarios o arrendamiento a personas físicas, y otros.
- Personas físicas o morales por operaciones con residentes en el extranjero y por los

“Educación que genera cambio”

servicios de autotransporte de bienes que reciban.

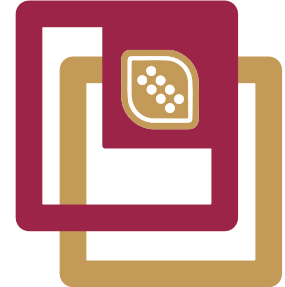
Quienes no retienen:

- Están exentos de retener las personas físicas y morales que estén obligadas al pago del IVA, exclusivamente por importación de bienes.

De acuerdo con este artículo, los obligados deben efectuar la retención cuando se ubiquen en los siguientes supuestos:

- Instituciones de crédito, cuando adquieran bienes mediante dación en pago o adjudicación judicial o fiduciaria.
- Personas morales, cuando:
 - ❖ Reciban servicios independientes o usen o gocen temporalmente de bienes, prestados u otorgados por personas físicas, respectivamente.
 - ❖ Adquieran desperdicios para ser utilizados como insumo de su actividad industrial o para su comercialización.





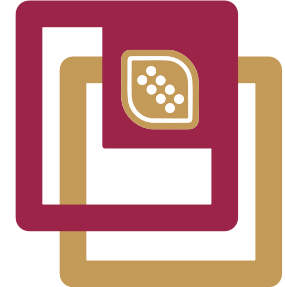
❖ Reciban servicios de autotransporte terrestre de bienes, prestados por personas físicas o morales.

❖ Reciban servicios prestados por comisionistas, cuando éstos sean personas físicas.

- Personas físicas o morales, cuando adquieran bienes tangibles, o los usen o gocen temporalmente, que enajenen u otorguen residentes en el extranjero sin establecimiento Permanente en el país.
- La federación y sus organismos descentralizados, cuando adquieran bienes, los usen o gocen temporalmente o reciban servicios de personas físicas o de residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en el país y, cuando reciban servicios de autotransporte terrestre de bienes prestados por personas morales.
- También deben retener, las personas morales, la federación y sus organismos descentralizados, por los servicios recibidos de autotransporte terrestre de bienes, en los casos en que el enajenante emita comprobante por separado respecto de dicho servicio o cuando en el comprobante que ampare la enajenación, se señale en forma

En la siguiente matriz se observa, de manera esquemática, la relación que existe entre





Los sujetos, los supuestos, las tasas y los fundamentos que aplican en materia de

Sujetos obligados	Supuestos	Tasa de retención	Fundamento legal
Instituciones de crédito	Adquieran bienes mediante dación en pago o adjudicación judicial o fiduciaria	16%	Artículo 1-A, fracción I, de la LIVA
Personas morales	Reciban servicios personales independientes y servicios de comisión, prestados por personas físicas	$\frac{2}{3}$ partes	Artículo 1-A, fracción II inciso a) y d) de la LIVA y artículo 3, fracción I, del RLIVA.
	Usen o gocen temporalmente bienes otorgados por personas físicas	$\frac{2}{3}$ partes	Artículo 1-A, fracción II, inciso a) de la LIVA y artículo 3, fracción I, del RLIVA.
	Adquieran desperdicios para ser utilizados como insumo de su actividad industrial o para su comercialización	16%	Artículo 1-A, fracción II, inciso b) de la LIVA
	Reciban servicios de autotransporte terrestre de bienes, prestados por personas físicas o morales	4%	Artículo 1-A, fracción II, inciso c) de la LIVA y artículo 3, fracción II del RLIVA
Personas físicas o morales	Adquieran bienes tangibles, o los usen o gocen temporalmente, que enajenen u otorguen a residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en el país	16%	Artículo 1-A, fracción III, LIVA

retención.

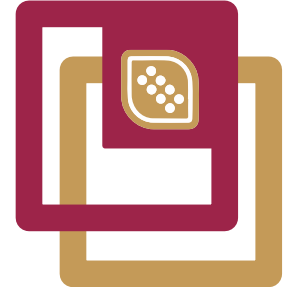
Persona moral que realiza un pago a una persona física por prestación de un servicio (honorarios).

	Honorarios pagados a persona física	78,000	
Más	IVA	12,480	← 16%
Igual	Subtotal	90,480	
Menos	Retención	8,320	← $\frac{2}{3}$ partes (art. 3, RLIVA)
Igual	Importe a pagar	82,160	
	IVA pagado	4,160	← $\frac{1}{3}$ parte

Momento de la retención

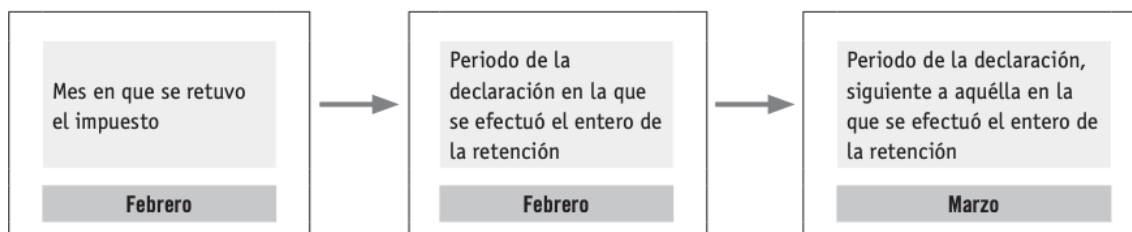
La retención se efectúa en el momento en el que se pague la contraprestación, se calcula sobre el monto del IVA o, en algunos casos, como un porcentaje, de la contraprestación efectivamente pagada y, se enterará en conjunto con el pago del impuesto correspondiente al mes en el cual se efectúe dicha retención o, en su la retención.





"Educación que genera cambio"

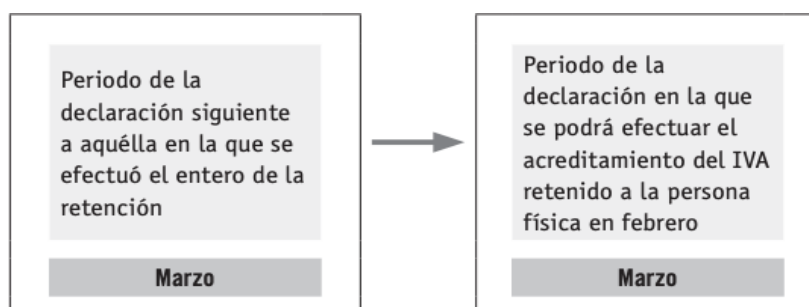
El impuesto retenido y enterado, podrá ser acreditado en la declaración de pago



mensual siguiente a la declaración en la que se haya enterado la retención (artículo 5, fracción IV), por ejemplo:

El esquema anterior nos muestra:

- Si el mes en que se hizo la retención es febrero, la retención debe enterarse al presentarse la declaración de este periodo y,
- La cantidad retenida podrá acreditarse hasta que el pago -al fisco- de la retención que se le hizo al prestador de servicio haya sido realizado. En el esquema se parte de que dicha retención se paga al presentar la declaración del periodo de febrero, que se presenta en marzo. Ergo, será en la declaración del periodo de marzo, que presenta en abril, en la que pueda realizarse el acreditamiento de la cantidad retenida en febrero.



La norma que establece que no puede acreditarse el impuesto retenido hasta que éste, efectivamente, se pague es congruente con el principio general que establece que el IVA es acreditable hasta que esté enterado.

En este sentido, si un contribuyente va a pagar 15 pesos de IVA y éste, por colocarse en alguno de los supuestos antes mencionados, retiene una parte, es



“Educación que genera cambio”

lógico que solo pueda acreditar el monto que efectivamente pagó y, que el resto -la cantidad que retuvo- lo acredite una vez que lo haya enterado.

Tipo de operación: Persona moral que recibe servicios de persona física.

Periodo de la operación: febrero.

Monto de la contraprestación: \$51,500.00

	Periodo	Febrero	
	Honorarios pagados a persona física	51,500	
Más	IVA por honorarios del periodo (1)	8,240	← 16%
Igual	Subtotal	59,740	
Menos	Retención de IVA por honorarios del periodo (2)	5,493	← 2/3 partes (art. 3, RLIVA)
Igual	Importe a pagar (al prestador del servicio)	54,247	
	IVA por honorarios del periodo (1)	8,240	
Menos	IVA retenido por honorarios del periodo (2)	5,493	
Igual	IVA acreditable del periodo	2,747	

Como se aprecia en el ejemplo anterior, el IVA que el contribuyente que recibe el servicio puede acreditar es de \$2,747.00, que resultan de disminuirle al total del IVA de la operación (\$8,240) la parte retenida (\$5,493), no enterada aún.

Para continuar con la explicación, asumamos que este mismo contribuyente va a hacer su cálculo por el periodo de marzo; presumimos que el IVA retenido en febrero lo enteró al presentar la declaración del periodo de febrero, por lo que al presentar su declaración del periodo de marzo (en abril), puede acreditar el IVA que retuvo en febrero (\$5,493) más la parte de IVA que efectivamente pagó en marzo (\$2,747). Recordemos: Uno de los requisitos para que el IVA sea acreditable es que, si se trata de una retención, ésta sea enterada al fisco para poder acreditarse.

“Educación que genera cambio”

Periodo		Febrero	Marzo
	Honorarios pagados a persona física	51,500	51,500
Más	IVA por honorarios del periodo (1)	8,240	8,240
Igual	Subtotal	59,740	59,740
Menos	Retención de IVA por honorarios del periodo (2)	5,493	5,493
Igual	Importe a pagar (al prestador del servicio)	54,247	54,247
	IVA por honorarios del periodo (1)	8,240	8,240
Menos	IVA retenido por honorarios del periodo (2)	5,493	5,493
Igual	IVA del periodo que es acreditable	2,747	2,747
Más	IVA retenido y enterado del periodo anterior	0	5,493
Igual	IVA acreditable en el periodo	2,747	8,240

El acreditamiento

Ya analizamos el concepto de acreditamiento. Para ello se tomó la definición contenida en el primer párrafo del artículo 4º de la LIVA. Recordemos: “consiste en restar el impuesto acreditable, de la cantidad que resulte de aplicar a los valores señalados en esta Ley la tasa que corresponda según sea el caso”.

Ahora bien, para su aplicación, no basta con entender el concepto. Es necesario, además, tener presente si el contribuyente realiza solo actividades gravadas, solo exentas, o mixtas (una combinación de actividades gravadas y exentas), si las erogaciones son parcialmente deducibles para efectos del impuesto sobre la renta y ciertos requisitos que deben cumplirse, pues en función de éstos -actividades y requisitos- se determinan las cantidades que el contribuyente puede acreditar. Para ello es necesario realizar una serie de operaciones aritméticas que enseguida explicaremos.

Requisitos

Para que el IVA sea acreditable, deberá cumplir con ciertos requisitos establecidos en el artículo 5, fracciones I a IV:

1. Que corresponda a bienes, servicios o al uso o goce temporal de bienes, estrictamente indispensables para la realización de actividades distintas de la importación, por las que se deba pagar el IVA, aún en las se aplique la tasa de 0%. LIVA – artículo 5 – fracción I.

Este requisito tiene implícitas dos ideas:
productos.

“Educación que genera cambio”

b) Realización de actividades objeto del IVA. El producto que se elabora o el servicio que se presta debe de causar IVA, es decir, cuando se venda el producto o se preste el servicio se debe trasladar el impuesto, incluso a la tasa del 0 por ciento.

Entonces se puede acreditar el IVA por un producto que se adquirió sí y solo sí, este producto resulta necesario -indispensable- para elaborar un artículo por el que, al enajenarse deba cobrarse, a su vez, el impuesto al valor agregado. Son dos condiciones, ambas tienen que cumplirse.

Puede ser que el insumo adquirido sí sea indispensable para realizar la actividad económica, pero si ésta no está gravada -no se cobra por ella el IVA- entonces no se puede acreditar.

Por ejemplo, el Sr. Pérez se dedica a la venta de libros y revistas, adquirió para su negocio un estante para poder exhibir los libros que vende, ¿puede acreditar el IVA

Concepto	Importe	
Estante para exhibir libros	16,000	← Sí es indispensable para su actividad
IVA pagado	2,560	← 16%
IVA acreditable	0	← La actividad es exenta de acuerdo con el artículo 9, fracción III

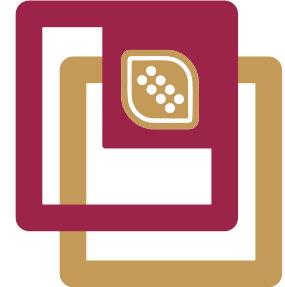
pagado?

O el Sr. Gómez, quien tiene una tienda de regalos y adquirió dos trajes de vestir, ¿puede acreditar el IVA que pagó por ellos?

Concepto	Importe	
Trajes de vestir	8,500	
IVA pagado	1,360	← 16%
IVA acreditable	0	← NO es indispensable para su actividad

Se consideran erogaciones estrictamente indispensables las que son deducibles para el ISR, aun cuando no se esté obligado al pago del mismo.

En ese sentido, para que el IVA sea acreditable debe corresponder a erogaciones que son deducibles para efectos de la LISR.



2. No será acreditable el IVA por erogaciones para actividades que no sean objeto de IVA. Este requisito es sencillo de explicar. Pongamos por ejemplo a un contribuyente, persona física asalariada, que adquirió unas carretillas para trasladar objetos. Como su actividad no es objeto de IVA, el IVA que el pagó cuando adquirió las carretillas, no es acreditable.

3. Que el IVA haya sido trasladado expresamente y que conste por separado en los comprobantes iscales (ver apéndice E ejemplo de comprobante iscal). Adicionalmente, cuando se trate de actividades de subcontratación laboral, el contratante deberá obtener del contratista copia simple de la declaración correspondiente y del acuse de recibo del pago del impuesto, así como de la información reportada al SAT sobre el pago de dicho impuesto.

A su vez, el contratista estará obligado a proporcionar al contratante copia de la documentación mencionada, misma que deberá ser entregada en el mes en el que el contratista haya efectuado el pago. En el caso de que el contratante no recabe la documentación referida, deberá presentar declaración complementaria para disminuir el acreditamiento mencionado. LIVA – artículo 5 – fracción II.

4. Que el IVA trasladado haya sido efectivamente pagado en el mes de que se trate. Es decir, se trata de un esquema de lujo de efectivo, donde el acreditamiento del impuesto se realiza hasta que éste realmente se pagó. LIVA – artículo 5 – fracción III.

5. Que el IVA retenido se entere conforme a la Ley del IVA. En este caso podrá ser acreditado en la declaración de pago mensual siguiente a la declaración en que se haya efectuado el entero de la retención. LIVA – artículo 5 – fracción IV.

Cabe mencionar, que el impuesto, efectivamente pagado, en la aduana por la importación de bienes tangibles se podrá acreditar aún y cuando no se haya pagado el precio de los bienes importados. RLIVA – artículo 15.

Como se mencionó anteriormente, el acreditamiento del IVA tiene variantes dependiendo de si el contribuyente realiza actos o actividades exentas y actos o actividades gravadas o una combinación de ambas. En el mismo artículo 5, fracción V



Obligaciones de los contribuyentes



Artículo 32.

Los contribuyentes de este impuesto, además de las obligaciones de los actos o actividades que realicen, señaladas anteriormente, tienen las siguientes:

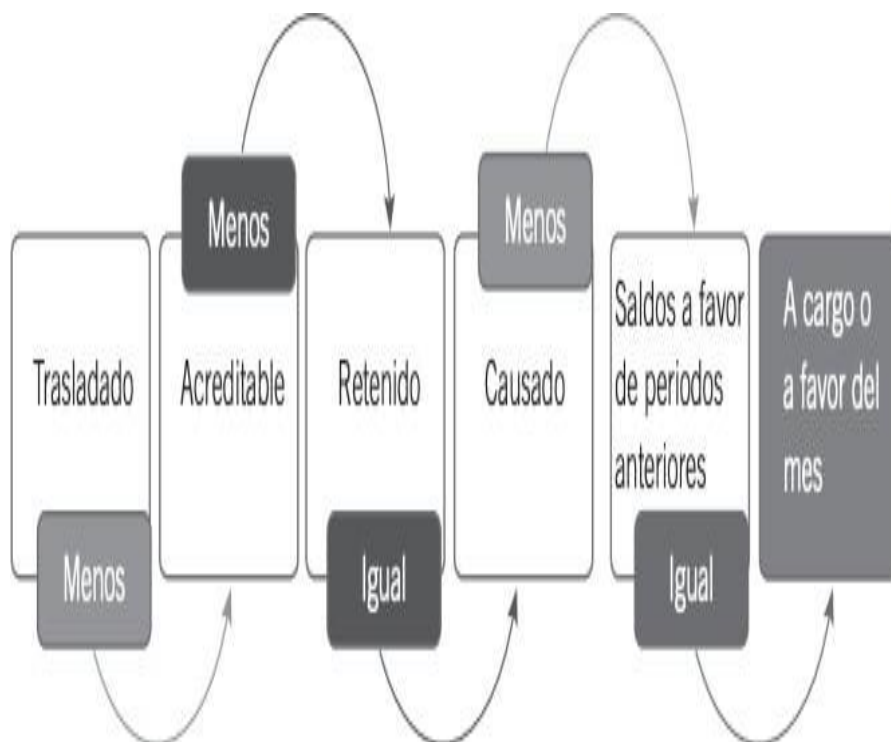
- Llevar contabilidad conforme al Código Fiscal de la Federación (arts. 22, 83 y 84).
- Si son comisionistas, separar en su contabilidad las operaciones que son por cuenta propia de las que se efectúen por cuenta del comitente.
- Expedir y entregar comprobantes iscales.
- Presentar declaraciones. Si el contribuyente cuenta con varios establecimientos, debe presentar una sola declaración y pago por todos los establecimientos y conservar en cada uno de ellos copia de la misma.
- Si retienen impuesto, expedir comprobantes iscales por las retenciones y proporcionar mensualmente, a las autoridades iscales, la información sobre las personas a las que les retuvieron el impuesto, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al que corresponda la información.
- Si las retenciones las efectúan de manera regular, deben presentar aviso de ello dentro de los 30 días siguientes a la primera retención efectuada.
- Proporcionar la información de IVA que se les solicite en las declaraciones de ISR.
- Proporcionar mensualmente la información correspondiente al pago, retención, acreditamiento y traslado del IVA en las operaciones con sus proveedores, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al que corresponda la información.
- En operaciones de subcontratación laboral, el contratista deberá informar la cantidad del impuesto que le trasladó en forma específica a cada uno de sus clientes, así como el que pagó en la declaración mensual respectiva.
- Si los contribuyentes se dedican a la agricultura, ganadería o pesca comercial y sus actividades gravan a tasa 0%, pueden

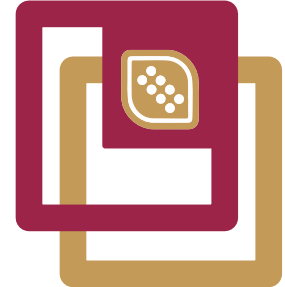


optar por quedar liberados de las obligaciones de llevar contabilidad, de registrar la separación de operaciones propias y por cuenta de comitente y de presentar declaraciones, en cuyo caso no tendrán derecho a devolución.

Pagos mensuales de IVA

Los pagos del impuesto se realizan de manera mensual y tienen carácter de definitivos, esto quiere decir que no se realiza una declaración anual sobre este impuesto. Como ya se mencionó anteriormente, la mecánica de cálculo para el





impuesto es:

Como repaso general, el IVA trasladado es aquel que se cobra en los actos o actividades gravadas que se realizan, el IVA acreditable es el que proviene de todos los gastos realizados para la operación y el IVA retenido es aquel que le es retenido por personas obligadas a ello.

Saldos a favor

Artículo 6.

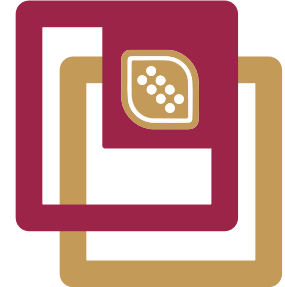
Cuando en la declaración de pago resulte un saldo a favor, se tienen las siguientes alternativas:

- Acreditarlo contra el impuesto a cargo que le corresponda, en los meses siguientes hasta agotarlo
- Solicitar la devolución, que deberá ser sobre el total del saldo a favor.

❖ Cuando en una solicitud de devolución existan errores en los datos, la autoridad requerirá que en un plazo de diez días aclare dichos datos y de no hacerlo dentro del mismo se le tendrá por desistido de la solicitud de devolución correspondiente (CFF artículo 22).

❖ Las autoridades iscales podrán devolver una cantidad menor a la solicitada con motivo de la revisión efectuada a la documentación aportada (CFF artículo 22).





- Realizar una compensación contra otros impuestos y, si resulta un remanente del saldo a favor, se puede solicitar la devolución siempre que sea sobre el total de dicho remanente.
- Los saldos de los que se solicite devolución o bien se realice compensación, no podrán acreditarse en declaraciones posteriores.

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

A.R. 7 COLLAGE

Contenido	Impuesto al Valor Agregado 
Habilidades	Calcula el impuesto al valor agregado a pagar o favor de un contribuyente. Aplica el método de cálculo del impuesto al valor agregado para contribuir de forma correcta desde la actividad económica a la que pertenece, afrontando las consecuencias de sus actos y que puedan repercutir en su entorno.

Actividad de reforzamiento 7

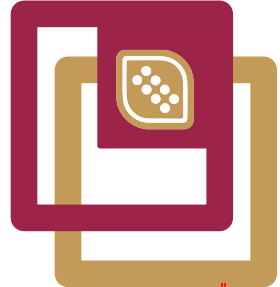
Elabora un collage acerca del IVA, apoyándote de la información presentada en el siguiente apartado y de la investigación realizada al inicio del submódulo.

Al final de la lectura elabora un collage de recortes e imágenes acerca de lo comprendido del tema de IVA para que al finalizar lo compartas en plenaria en el aula a todo el grupo.

La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

Collage





¿Qué es?

El Collage es una técnica que se apoya en la utilización y aprovechamiento de materiales extra pictóricos, fundamentalmente papeles, combinados o no con otros materiales. La gran cantidad de material gráfico disponible en la actualidad, proveniente en su mayor parte de las revistas de circulación masiva, que caen en desuso constantemente, hace del collage una técnica accesible en cuanto a sus costos. Asimismo, la práctica del collage proporciona a quienes la ejercen un inestimable entrenamiento visual y una fuente inagotable de goce estético.

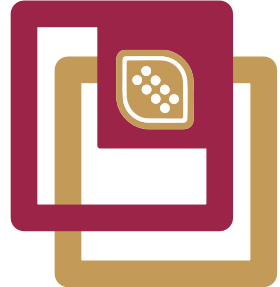
Como se elabora:

Superposición de recortes o fotografías: Esta idea para hacer collage creativo es una de las más sencillas y consiste en utilizar diversos recortes, de cualquier material, y realizar una composición con ellos.

Puedes escoger fotografías que te gustan, recortes de periódico, revistas, cartulinas.

- La idea es que lo pongas a tu gusto. Puede ser de forma arbitraria según el color o lo que desees plasmar, aunque también puedes tratar de crear una imagen o escena con tus materiales.





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. ____		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica		SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: Collage		CONTENIDO (S): Impuesto al Valor Agregado
COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR: Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.				
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:				
Collage de IVA				
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:				
Los alumnos, elaboraran el Collage de IVA con la información obtenida en su investigación al inicio del parcial. Al finalizar explicaran en Plenaria su collage, todo con la supervisión del docente para corregir o aclarar dudas de los alumnos				
CRITERIOS DE VALORACIÓN				
Criterios	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
1.- El Collage expresa los contenidos de concepto y funciones del contador.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema con	La actividad presenta una descripción confusa y los detalles no dejan	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles	La actividad no presenta ninguna descripción de los
2.- El Collage expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.
3.- El Collage presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden adecuado y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene faltas de ortografía.	La actividad no presenta limpieza, ni orden y muchas faltas ortográficas	La actividad no cumple con lo solicitado.
4.- El Collage es única, con diseño propio y creativo.	La infografía es visiblemente única, con	La infografía es única, con diseño llamativo y es	La infografía cuenta con diseño simple.	No es diseño propio.
5.- El Collage se entregó en tiempo y forma.	Se entregó la actividad en el tiempo establecido.	La actividad se entregó con retraso.	La actividad se entregó a destiempo.	No se entregó la actividad.
Puntuación total				
Logros				





EV8 LECTURA 8: ISR PERSONAS FÍSICAS

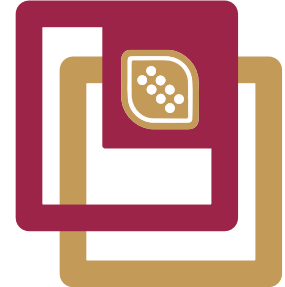
ASPECTOS GENERALES DEL CÁLCULO

El cálculo del ISR de las personas físicas es sustancialmente diferente al de las personas morales. A continuación, se exponen dichas divergencias:

- 1) A diferencia de las personas morales, las personas físicas calcularán el ISR conforme a sus ingresos cobrados y gastos pagados. Recordemos que para las personas morales no es un requisito haber pagado una factura para poder deducirla, y que acumulan sus ingresos también aun y cuando no los hayan cobrado.
- 2) Las personas morales pagan el ISR a una tasa fija del 30% y las personas físicas pagan el ISR conforme una tarifa que va del 1.92 al 35%, según sus ingresos, ya que paga a una tasa mayor la persona física que obtiene mayores ingresos.
- 3) Si una persona física tiene diversos ingresos efectuará cálculos y pagos provisionales separados por cada tipo de ingreso. Recordemos que las personas morales consideran todos sus ingresos en un solo cálculo de pago provisional mensual.
- 4) En la declaración anual las personas físicas acumularán todos sus ingresos y restarán los diferentes pagos provisionales que hayan efectuado. Asimismo, podrán deducir en su declaración anual "gastos personales" como consultas médicas, colegiaturas escolares o intereses de créditos hipotecarios. Por supuesto, las personas morales no pueden deducir este tipo de gastos personales.

En este estudio se exponen casos prácticos de los regímenes más comunes de ingresos para las personas físicas, que son el régimen de salarios, la actividad empresarial y los servicios profesionales, y arrendamiento.





Pago provisional de ingresos por salarios

Los salarios son el ingreso más común en México, y el que más contribuye a la recaudación de impuestos. Lo cierto es que la obligación de efectuar el cálculo del pago del ISR por los

salarios es de los patrones y no de los trabajadores que perciben el ingreso.

Derivado que los patrones son los que efectúan el cálculo, éstos van a retener del sueldo del trabajador dicho impuesto. La retención significa restar del ingreso por salario del trabajador el importe del impuesto.

Por ejemplo, si un trabajador gana \$10,000.00 pesos al mes antes de impuestos y el cálculo

del impuesto asciende a la cantidad de \$1,000.00 pesos, el trabajador estaría recibiendo en efectivo \$9,000.00 pesos. La retención anterior se efectúa con la tarifa del artículo 96 de la

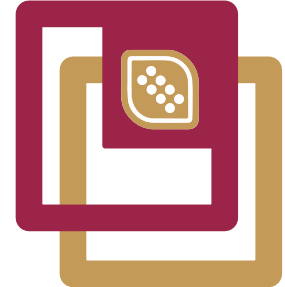
LISR, la cual es una tarifa mensual.

Un aspecto importante en este tipo de ingresos es que los trabajadores no tienen derecho a ninguna deducción para disminuir de sus ingresos a nivel de pago provisional. Solamente tendrán derecho en la declaración anual a disminuir las deducciones personales antes mencionadas (colegiaturas, honorarios médicos, intereses hipotecarios, transporte escolar, donativos). En el caso de que se les haya retenido mayor impuesto podrán recuperar una cantidad como saldo a favor en su declaración anual.

A pesar de no tener deducciones en su pago provisional, existe un decreto que beneficia a los trabajadores con salarios bajos otorgándoles un subsidio a su impuesto de acuerdo con

su nivel de salario. En caso de ser mayor el subsidio que le corresponde al impuesto, se le otorgará al trabajador dinero como subsidio en lugar de descontársele el impuesto.





CASO PRÁCTICO 1

La empresa obtiene la cantidad a pagar por concepto de sueldos de María, una trabajadora del departamento de ventas, para esto le proporciona los siguientes datos: el salario diario es de \$183.25; María tiene 1 inasistencia sin comprobar, por lo que la empresa debe de realizar el descuento correspondiente, calcular el monto a pagar según la LISR.

Solución:

1) Como primer paso debemos obtener los días trabajados por María al final de mes, en este caso son 30 días (-) 1 día por inasistencia no justificada, el total de días laborados son 29.

2) Realizamos la multiplicación de días laborados por el sueldo diario que le corresponde por lo que procedemos a multiplicar los 29 días laborados por los

\$183.25 salario diario, obtendremos \$5,314.25.

3) La ley nos obliga como patrones a efectuar retenciones y enteros mensuales de carácter "pagos provisionales", por lo que si el empleado recibe un ingreso mayor al salario mínimo debemos proceder a una retención, de acuerdo con el artículo 96 de la LISR, en este caso a

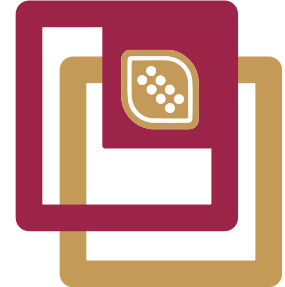
María se le aplicaría la retención del impuesto por ganar más de un salario mínimo, 18 por lo que debemos obtenerlo de la siguiente manera:

Salario	\$ 5,314.25 (-) Límite inferior	<u>4,210.42</u> Excedente sobre el límite
	1,103.83	
(X) % sobre el excedente	<u>10.88%</u>	
Impuesto sobre excedente 120.09 (+) Cuota fija	<u>247.24</u>	
Total, ISR por retener	\$ 367.33	

4) Nos ubicamos en el rango del salario para buscar el subsidio correspondiente a los ingresos, en caso de que los ingresos apliquen con el subsidio.

El rango adecuado de subsidio para el salario que percibe esta persona es:





“Educación que genera cambio”

Para ingresos de 4,717.19 – hasta 5,335.42, se tiene derecho a un subsidio de \$324.87.

Conociendo el monto del subsidio, procedemos con la resta correspondiente; como recordamos, el impuesto por retener calculado anteriormente es de \$367.33.

Impuesto por retener \$367.33 (-) subsidio correspondiente \$324.87 = \$42.46, cantidad por retener al empleado después de haber aplicado el subsidio correspondiente.

“Educación que genera cambio”

Como último paso aplicamos la resta de la retención correspondiente a María, el cual quedaría de la siguiente manera:

Salario base	\$5,314.25 (-) Retención de ISR	<u>42.46</u> Total, por entregar a
María \$5,271.79		

Pago provisional de ingresos por actividad empresarial

(régimen general)



El régimen de actividades empresariales y profesionales en la LISR se integra de dos secciones: la primera corresponde al régimen general para las personas que perciban ingresos por actividades empresariales y profesionales, y la segunda al RIF.

En este apartado analizaremos el régimen general.

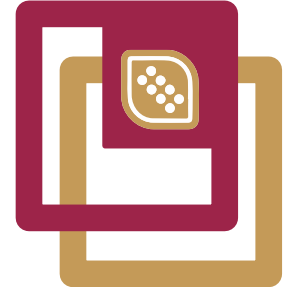
Algunos ejemplos de actividades empresariales son los siguientes:

- Las actividades de comercio (compra y venta de mercancías).
- Actividades industriales (industria de la ropa, calzado, construcción, etcétera).
- Actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras.

Las actividades profesionales se refieren a todos aquellos servicios que requieren un título profesional para ser prestados, como los servicios de contadores, médicos, abogados o arquitectos.

Las personas físicas que realizan actividades empresariales deberán calcular sus pagos provisionales considerando todos los ingresos cobrados y egresos realizados acumulados al mes.





Caso práctico 2:

Fernando tiene una papelería en el centro de la ciudad y tiene la obligación de presentar sus pagos provisionales, en esta ocasión presentará la declaración mensual de agosto de 2017;

usted cuenta con los siguientes datos para apoyarlo con el cálculo del impuesto: Datos correspondientes a los meses anteriores:

Ingresos cobrados \$264,542 Gastos pagados 198,754 Datos correspondientes al mes de agosto:

Ingresos

facturados

\$69,850 Ingresos

cobrados 56,987

Compra de

inventario 44,654

Gastos deducibles

3,600

Sueldo empleado 2,000

Gastos no deducibles 19 800

Solución:

1) Como primer paso debemos identificar los ingresos y los gastos correspondientes del mes; hay que recordar que los ingresos para acumular en este régimen deben de estar efectivamente cobrados (artículo 102 del ISR) y los gastos deben de ser los listados en el artículo 103 de la LISR y que estrictamente cumplan con los requisitos del artículo 105 de la LISR; los datos que formaran parte del cálculo del impuesto son los siguientes:

Ingresos cobrados \$56,987 → Ingresos del

mes. Compra de inventario 44,654

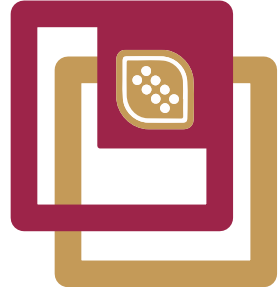
Gastos deducibles 3,600

Deducciones del mes.

Sueldo empleado 2,000

2) Para el cálculo del impuesto es necesario conocer los datos declarados en meses anteriores, los cuales se suman a los datos del mes de agosto para obtener el impuesto.



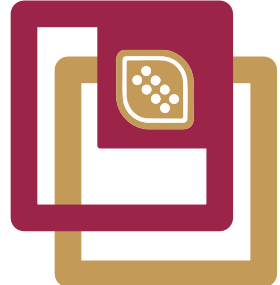


Ingresos acumulados	\$264,542.00	Deducciones acumuladas	\$198,754.00
Ingresos agosto	56,987.00	Deducciones agosto	50,254.00
Total, ingresos	\$321,529.00	Total, deducciones	\$249,008.00

3) Una vez obtenidos los datos acumulados, debemos obtener el impuesto por pagar; debe recordarse que el procedimiento para el cálculo del mismo es el siguiente: Aplicando la tabla con la tarifa se obtiene lo siguiente:

Ingresos cobrados	321,529.00
(-) Deducciones pagadas	<u>249,008.00</u>
(=) Base gravable	72,521.00





“Educación que genera cambio”

(X) % sobre el excedente	<u>17.92%</u>
(=) Impuesto sobre el excedente	664.65
(+) Cuota fija	<u>6,292.32</u>
(=) Impuesto por pagar	6,956.97
(-) Pagos provisionales anteriores	<u>4,500.00</u>
Total, ISR a pagar en agosto	\$2,456.97



Declaración anual y deducciones personales de las personas físicas

Deben presentar declaración anual las personas físicas que

hayan obtenido ingresos, entre otros, por los siguientes conceptos:

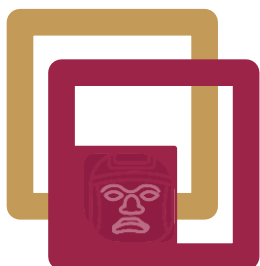
- Por realizar actividades empresariales (comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, silvícolas, de pesca y de autotransporte), excepto los que tributen en el RIF.
- Por prestar servicios profesionales (honorarios).
- Por rentar bienes inmuebles.
- Por enajenar bienes inmuebles.
- Por percibir salarios (mayores a \$400,000.00 pesos) o que opten por hacerlo para aplicar sus deducciones personales.
- Por intereses.

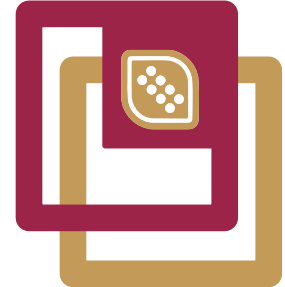
En la declaración anual se deberán de sumar todos los ingresos obtenidos por el contribuyente en los diferentes regímenes para obtener un impuesto total y se aplicarán los pagos provisionales que se hayan efectuado por cada tipo de ingreso (art. 150 de la LISR).

Caso práctico 5: Anual sueldos y salarios

Le piden ayuda para el cálculo del impuesto anual de una persona física en el régimen de sueldos y salarios; esta persona ha tenido algunas deducciones personales que decide utilizar para disminuir la contribución por pagar o solicitar una devolución de impuestos, si ese fuera el caso. A continuación, le proporciona los datos para el cálculo de la declaración:

Ingresos recibidos en el ejercicio 2016 \$890,450





"Educación que genera cambio"

ISR total retenido por el patrón en nómina de 2016 220,000

Deducciones personales:

- Servicios de odontología facturados 15,000
- Gastos funerarios 4,000
- Intereses reales efectivamente pagados

por créditos hipotecarios 36,000

Solución:

1) Debemos obtener la suma de las deducciones personales, en este caso todas nuestras deducciones participan en el cálculo del importe anual.

Servicios de odontología facturados	\$15,000
Gastos funerarios	4,000
Intereses reales efectivamente pagados	
por créditos hipotecarios	<u>36,000</u>
Total, de deducciones personales	\$55,000

2) Tomamos el total de los ingresos percibidos en el año (-) las deducciones del capítulo correspondiente, en este caso no contamos con deducciones ya que realizamos la anual por el régimen de sueldos y salarios, la base para el cálculo del impuesto sería el mismo que el total de los ingresos.

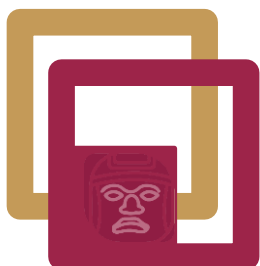
Ingresos del ejercicio \$890,450.00

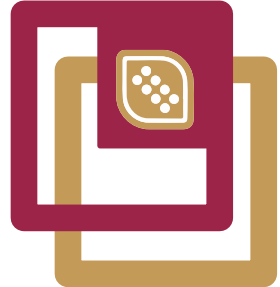
(-) Deducciones autorizadas
0.00 (=)

Base
\$890,45
0.00

3) Como siguiente paso, le restamos las deducciones personales que tengamos en el ejercicio, en este caso tendríamos los \$55,000.00 que obtuvimos en el punto 1.

Base	\$890,450.00
(-) Deducciones personales	<u>55,000.00</u>
(=) Base para el cálculo	\$835,450.00



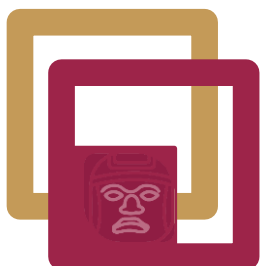


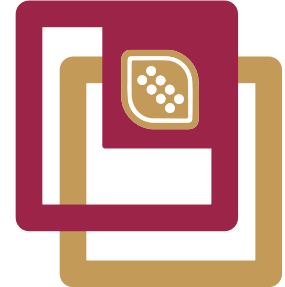
“Educación que genera cambio”

4) Al conocer la base gravable para el cálculo del impuesto anual, procedemos a aplicar la tarifa de la tabla del art. 152 de la LISR. Como vimos en el cálculo de pagos provisionales de sueldos y salarios, la empresa hace retenciones mensuales a los empleados por concepto del ISR, mismos que al finalizar el ejercicio se deben restar en el cálculo del impuesto anual. El proceso quedaría de la siguiente forma:

Base gravable	\$835,450.00
(-) Límite inferior	<u>750,000.00</u>
(=) Excedente sobre el límite.	85,450.00
(X) % sobre el excedente	<u>32%</u>
(=) Base para cuota fija	27,344.00
(+) Cuota fija	<u>180,850.82</u>
(=) Impuesto a cargo	208,194.82
(-) Retenciones del ejercicio	<u>220,000.00</u>
(=) ISR del ejercicio a cargo (a favor)	– 11,805.18

En este caso nos ha quedado un impuesto a favor, el cual se puede solicitar en devolución al SAT





ACT 8 IMPUESTO SOBRE LA RENTA

Impuesto Sobre la Renta Personas Físicas

Elabora la determinación del impuesto sobre la renta a cargo o a favor de un trabajador asalariado, persona física o moral para la declaración anual. Plantea distintos procedimientos para la determinación del impuesto sobre la renta de los diferentes tipos de contribuyentes, reconociendo sus derechos y obligaciones como mexicano, actuando de manera congruente y consciente.

MAPA MENTAL DEL TEMA ISR

Elabora un mapa mental acerca del ISR personas físicas, apoyándote de la información presentada en el siguiente apartado y de la investigación realizada al inicio del submódulo. Al final de la lectura elabora un mapa mental que e imágenes acerca de lo comprendido del tema de ISR Personas Físicas para que al finalizar lo compartas en plenaria en el aula a todo el grupo.

La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente..

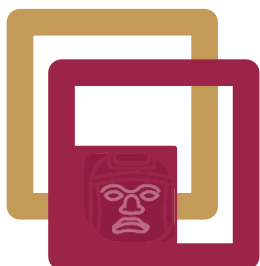
¿Qué es?

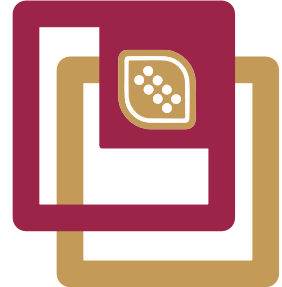
Un mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica al centro y se expande en todas direcciones con los conceptos relacionados – ideales para lluvias de ideas y organizar información de manera espontanea

Como se elabora:

Coloca la idea central en el centro de la hoja. Recuerda que puedes utilizar palabras o dibujos; si decides esta última opción, te recomendamos acompañarla de una palabra clave.

Ramifica los conceptos importantes que surgen a partir del tema central. Pueden ser tantos como creas necesarios para explicar el tema. Por ejemplo: el tema de este artículo es mapa mental y los subtemas podrían ser: ¿qué es?, características y ¿cómo se hace?



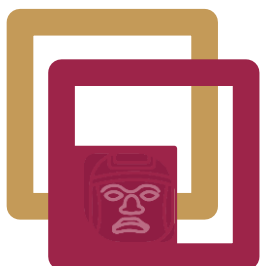


“Educación que genera cambio”

Establece un orden

Utiliza líneas para unir los conceptos. Establece la relación entre el foco temático y el resto de las ideas desarrolladas.

Destaca las ideas enmarcándolas en alguna figura. Puedes utilizar óvalos o cuadrados, o bien resaltarlas con colores, imágenes o cualquier elemento que permita diferenciarlas entre sí y comprender la relación que hay entre ellas.





COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. _____



DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO:	EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación	DOCENTE:
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto _____	TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa	MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad	TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica	SUBMÓDULO II: Impuestos II
FECHA DE APLICACIÓN:	PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: MAPA MENTAL	CONTENIDO (S): Impuesto al Valor Agregado

COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR:

Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

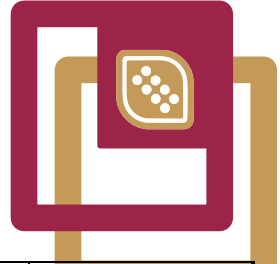
MAPA MENTAL DE ISR PERSONAS FICICAS

INSTRUCCIONES AL ALUMNO:

Elabora un mapa mental acerca del ISR personas físicas, apoyándote de la información presentada en el siguiente apartado y de la investigación realizada al inicio del submódulo.

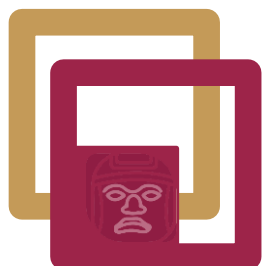
Criterios	CRITERIOS DE VALORACIÓN			
	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
1.- El Mapa mental expresa los contenidos de concepto y funciones del contador.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema con	La actividad presenta una descripción confusa y los detalles no dejan	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles	La actividad no presenta ninguna descripción de los
2.- El Mapa mental expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.
3.- El Mapa mental presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden adecuado y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene faltas de ortografía.	La actividad no presenta limpieza, ni orden y muchas faltas ortográficas	La actividad no cumple con lo solicitado.





"Educación que genera cambio"

4.- El Mapa mental es único, con diseño propio y creativo.	La infografía es visiblemente única, con	La infografía es única, con diseño llamativo y es	La infografía cuenta con diseño simple.	No es diseño propio.
5.- El Mapa mental se entregó en tiempo y forma.	Se entregó la actividad en el tiempo establecido.	La actividad se entregó con retraso.	La actividad se entregó a destiempo.	No se entregó la actividad.
Puntuación total				
Logros				
Aspectos de mejora				





"Educación que genera cambio"



EV9: LECTURA 9: DETERMINACIÓN DEL ISR DEL EJERCICIO

PERSONA MORAL

El cálculo del ISR del ejercicio es un procedimiento que todos los contribuyentes obligados a presentar declaración anual deben llevar a cabo al finalizar su ejercicio fiscal.

Para personas morales dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio. El fundamento se puede localizar, en la siguiente disposición de la Ley del ISR:

Personas Morales

Artículo 9. (...)

El impuesto del ejercicio se pagará mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes a la fecha en la que termine el ejercicio fiscal. (...)

Artículo 76. Los contribuyentes que obtengan ingresos de los señalados en este Título, además de las obligaciones establecidas en otros artículos de esta Ley, tendrán las siguientes: (...)

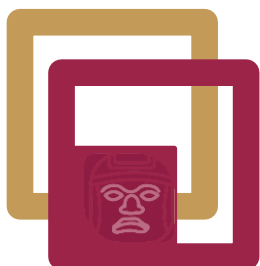
V. Presentar declaración en la que se determine el resultado fiscal del ejercicio o la utilidad gravable del mismo y el monto del impuesto correspondiente, ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que termine dicho ejercicio. En dicha declaración también se determinarán la utilidad fiscal y el monto que corresponda a la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa. (...)

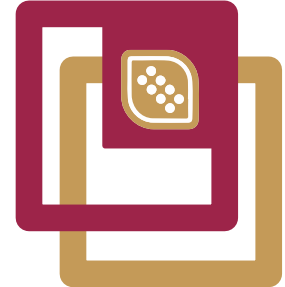
De lo anterior podemos desprender lo siguiente:

Las personas morales presentan su declaración anual dentro de los tres meses siguientes al cierre de su ejercicio fiscal, el cual, no en todos los casos es en el periodo comprendido del 1 de enero y el 31 de marzo, ya que es importante recordar que existen ejercicios irregulares, mismos que no necesariamente concluyen el 31 de diciembre.

En nuestro objeto de análisis, nos enfocaremos a los aspectos más importantes de la declaración anual de los contribuyentes del Título II, denominado "De las personas

a) El primer artículo, establece la fecha límite de pago de la contribución y en





“Educación que genera cambio”

dónde se presentará (declaración) y, el segundo;

b) Hace referencia a la obligación de presentar una declaración en donde se determine el resultado fiscal del ejercicio o la utilidad gravable del mismo y el monto del impuesto correspondiente, dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que termine dicho ejercicio.

En ambas disposiciones se hace mención a una declaración, que deberá presentar el sujeto obligado, dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio, por ello, en el procedimiento lo debemos ver como uno solo, en el que, para el caso de las personas morales se debe de determinar el Resultado Fiscal y el ISR del ejercicio.

En el cálculo del ISR del ejercicio, es fundamental identificar la base del impuesto, misma que es considerada como uno de los elementos tributarios de toda contribución y, en este caso, nos estamos refiriendo al ya mencionado Resultado Fiscal.

Considerando teóricamente que la base es aquella cantidad a la que se le aplica una tasa, tarifa o cuota para determinar una contribución, el fundamento de considerar que el resultado fiscal es la base del ISR, lo podemos encontrar en el artículo 9, en su primer párrafo que señala:

Artículo 9. Las personas morales deberán calcular el impuesto sobre la renta, aplicando al resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 30%. (...)

El mismo artículo nos establece cómo es que los contribuyentes, personas morales, determinarán aquello que hemos definido como base del impuesto, y para ello nos da la siguiente fórmula que analizaremos a detalle:

Ingresos acumulables

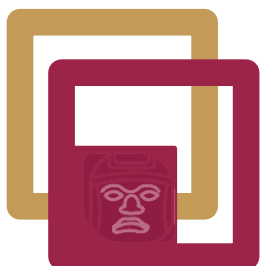
(-) Deducciones autorizadas

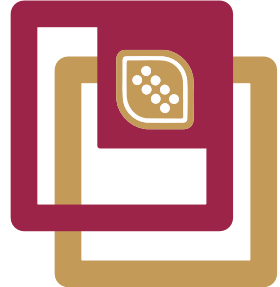
(-) PTU pagada en el ejercicio (reforma 2014)

(=) Utilidad Fiscal

(-) Pérdidas fiscales de ejercicios anteriores

(=) Resultado fiscal





“Educación que genera cambio”

(-) Tasa del 30%

(=) ISR del ejercicio

Ingresos acumulables: Son los incrementos en los recursos económicos o patrimonio de una empresa. Por ejemplo, se pueden generar porque:

- a) realicen ventas de productos,
- b) presten servicios al público, o
- c) den en renta departamentos.

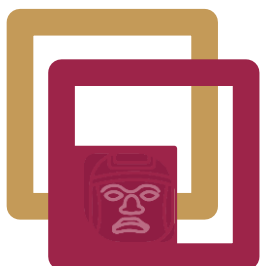
Deducciones autorizadas: Son los gastos que, de acuerdo con la ley, pueden restarse a los ingresos. La condición principal es que sean estrictamente indispensables en el tipo de actividad del contribuyente. Algunos ejemplos son: renta de un local, pago de salarios, compras de mercancías que son vendidas, gasolina para los automóviles de la empresa.

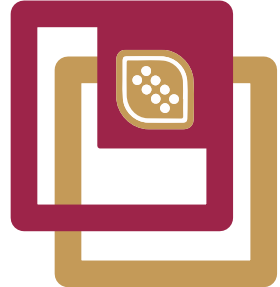
PTU pagada en el ejercicio: Corresponde a la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas, la cual es una obligación de pago de los patrones a los trabajadores de conformidad con las leyes laborales.

Utilidad o pérdida fiscal: Es el resultado de restar los ingresos acumulables menos las deducciones autorizadas y la PTU pagada. En caso de obtener en este resultado una cantidad negativa, se genera una pérdida fiscal y ya no se continúa con los demás elementos descritos de la fórmula anterior.

Pérdidas fiscales pendientes de aplicar de ejercicios anteriores: Las pérdidas fiscales generadas en un ejercicio se disminuyen cuando se obtengan utilidades fiscales futuras, se tienen diez años para aplicarlas contra las utilidades futuras, posterior a ese plazo se pierde el derecho (artículo 57 de la LISR).

Resultado fiscal: Es el resultado de restar a la utilidad fiscal las pérdidas fiscales de ejercicios anteriores.





“Educación que genera cambio”

Tasa de ISR (art. 9º de la LISR): La tasa actual establecida por la ley vigente es de 30%, sin embargo, esta tasa ha variado con el transcurso del tiempo, por ejemplo, en 2002 era de 35% y en 2008 era de 28 por ciento.

ISR del ejercicio: Es el impuesto determinado resultado de multiplicar el resultado fiscal por la tasa de la ley.

dar el tratamiento que de acuerdo a la ley se les deben dar:

Participación de los Trabajadores en la Utilidad pagada en el ejercicio (PTU pagada) Este concepto es una obligación que tienen que pagar todos los patrones a sus trabajadores cuando reportan utilidades, es un derecho laboral que está contemplado y regulado en el artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), que a la letra señala:

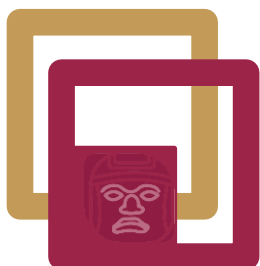
Artículo 123. Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley.

El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

A. Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos, artesanos y de una manera general, todo contrato de trabajo: (...)

IX. Los trabajadores tendrán derecho a una participación en las utilidades de las empresas, regulada de conformidad con las siguientes normas: (...)

La PTU de un ejercicio, por su naturaleza, no es considerada como una deducción, gasto, costo o algo que se le pueda asimilar, ya que técnicamente es parte de la utilidad que, al repartirla, lo único que hace es disminuir la utilidad del contribuyente que obtuvo de restar de sus ingresos los conceptos antes mencionados. Por esa razón, se considera que el artículo 28, fracción XXVI, de la Ley del ISR, señala que la PTU no es deducible.



“Educación que genera cambio”

Artículo 28. Para los efectos de este Título, no serán deducibles:
(...)

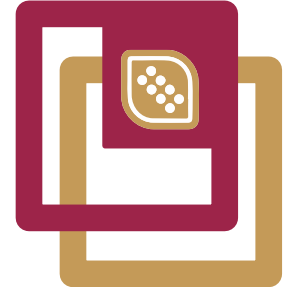
XXVI. Las cantidades que tengan el carácter de participación en la utilidad del contribuyente o estén condicionadas a la obtención de ésta, ya sea que correspondan a trabajadores, a miembros del consejo de administración, a obligacionistas o a otros. (...)

Durante muchos años, la PTU del ejercicio y la pagada, fueron conceptos que no se podían disminuir o deducir para determinar la base del ISR, sin embargo, a partir del

Para el 2014, únicamente se hizo una adecuación a la fórmula que establecía el anterior artículo 10 (actual 9), ya que por muchos años (desde el 2005), generó una serie de interpretaciones diversas respecto de lo que deberíamos de considerar como utilidad fiscal para efectos del coeficiente de utilidad.

Criterio 1	Criterio 2	Ley 2014 y 2015
Ingresos acumulables	Ingresos acumulables	Ingresos acumulables
(-) <u>Deducciones autorizadas</u>	(-) <u>Deducciones autorizadas</u>	(-) <u>Deducciones autorizadas</u>
(=) Utilidad Fiscal	(=) Cantidad	(-) <u>PTU pagada en el ejercicio</u>
(-) <u>PTU pagada en el ejercicio</u>	(-) <u>PTU pagada en el ejercicio</u>	(=) Utilidad Fiscal
(=) Cantidad	(=) Utilidad Fiscal	(-) <u>Pérdidas fiscales</u>
(-) <u>Pérdidas fiscales</u>	(-) <u>Pérdidas fiscales</u>	(=) Resultado fiscal
(=) Resultado fiscal	(=) Resultado fiscal	

Por esta razón, fue incorporado el artículo 9 a la nueva Ley del ISR de una forma diferente a la que estaba el anterior artículo 10, para evitar la diversidad de interpretaciones que se le habían hecho, ya que el considerar el criterio 1 ó 2, daba como resultado un coeficiente de utilidad diferente.



“Educación que genera cambio”

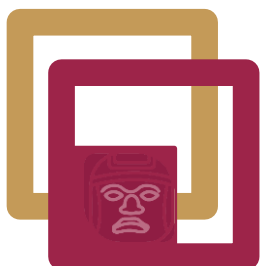
Otro aspecto importante de la PTU pagada en el ejercicio, es su importe disminuirle en cada ejercicio, ya que ha surgido la confusión de si se resta al 100% o únicamente en un 47% ó 53%, según corresponda, de conformidad con el artículo 28, fracción XXX, que a la letra señala:

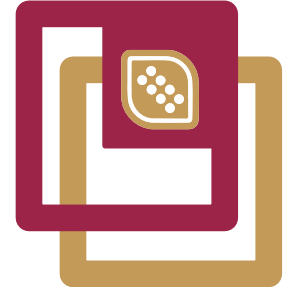
Artículo 28. Para los efectos de este Título, no serán deducibles: (...)

XXX. Los pagos que a su vez sean ingresos exentos para el trabajador, hasta por la cantidad que resulte de aplicar el factor de 0.53 al monto de dichos pagos. El factor a que se refiere este párrafo será del 0.47 cuando las prestaciones otorgadas por los contribuyentes a favor de sus trabajadores que a su vez sean ingresos exentos para dichos trabajadores, en el ejercicio de que se trate, no disminuyan respecto de las otorgadas en el ejercicio fiscal inmediato anterior. (...)

Al respecto, se considera que la PTU pagada en el ejercicio, para determinar la utilidad fiscal del ejercicio, se puede restar al 100% ya que este concepto no es una deducción autorizada, toda vez que es una "disminución". No obstante, esta consideración pudiera generar controversia con la autoridad fiscal, por lo que se tendría que evaluar el contribuyente su determinación. Para ejemplificarlo veamos la siguiente fórmula:

$$\begin{array}{rcl}
 & \text{Ingresos acumulables} & \\
 (-) & \text{Deducciones autorizadas} & \leftarrow \text{Aquí se encuentran las deducciones autorizadas} \\
 (-) & \text{PTU pagada en el ejercicio} & \leftarrow \text{Este es un concepto "disminuible"} \\
 \hline
 (=) & \text{Utilidad Fiscal} & \\
 (-) & \text{Pérdidas fiscales} & \\
 \hline
 (=) & \text{Resultado fiscal} &
 \end{array}$$





Por último, las pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, que se podrían definir como una incapacidad contributiva reconocida por el legislador al contribuyente, misma que le da un plazo de 10 años para poderla amortizar contra capacidades contributivas (utilidades fiscales) a futuro.

Para poder aplicar estas pérdidas y llegar a la base del ISR, es importante considerar los siguientes aspectos:

1. Las pérdidas fiscales se dan cuando en un ejercicio, las deducciones autorizadas son mayores a los ingresos acumulables y, su importe, se incrementa con la PTU pagada en el ejercicio.

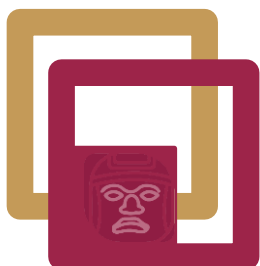
Luego entonces, la PTU pagada en un ejercicio, de conformidad con el artículo 57 de la LISR, incrementa la pérdida fiscal obtenida.

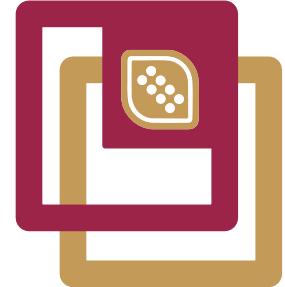
monto de estas últimas sea mayor que los ingresos. El resultado obtenido se incrementará, en su caso, con la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas pagada en el ejercicio en los términos del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

2. Las pérdidas fiscales de ejercicios anteriores amortizadas contra utilidades fiscales, deben de actualizarse.

3. Únicamente se tiene un plazo de 10 años para amortizarlas.

Es importante no olvidar que después de determinar el ISR del ejercicio hay conceptos acreditables como los son los pagos provisionales efectuados durante el ejercicio, las retenciones y en su caso las reducciones, disminuciones y/o estímulos a los que tenga derecho el contribuyente. (Flores)





“Educación que genera cambio”

Cálculo de pagos provisionales

Como se mencionó anteriormente, el ISR es un ejercicio que se determina de forma anual, sin embargo, la LISR obliga a hacer pagos mensuales que se denominan “provisionales” porque son a cuenta de lo que se vaya a pagar en el ISR anual.

Los pagos provisionales del ISR son anticipos mensuales a cuenta del impuesto anual y se calculan a partir del segundo año de que fue constituida una persona moral. Los pagos provisionales se calculan utilizando un coeficiente de utilidad determinado en la declaración del ejercicio inmediato anterior, como señalamos en el apartado anterior.

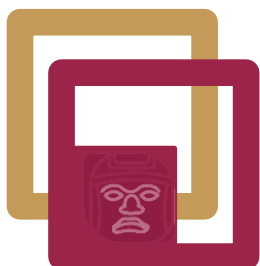
En el caso de que

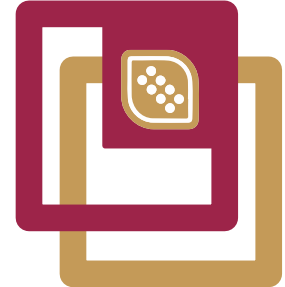
exista pérdida fiscal no se determina coeficiente y se puede utilizar un coeficiente de hasta cinco ejercicios anteriores.

Ahora bien, el procedimiento para efectuar los cálculos es el siguiente:

- 1) Se consideran los ingresos nominales totales del ejercicio, es decir, en el mes de junio; por ejemplo, tomaremos la suma de los ingresos de enero a junio, en el mes de octubre tomaremos la suma de ingresos de enero a octubre, y así respectivamente.
provisional.

Nota: el coeficiente se modifica siempre en marzo, conforme a la última declaración presentada. En caso de que no se determine un coeficiente por tener una pérdida fiscal del ejercicio, se podrá utilizar un coeficiente de hasta cinco ejercicios anteriores. Si para algún ejercicio no se han determinado coeficiente anteriormente, o tiene más de cinco ejercicios el último coeficiente, entonces no se realizarán pagos provisionales.





“Educación que genera cambio”

- 1) A la utilidad fiscal determinada se le podrán restar las pérdidas fiscales de ejercicios anteriores (monto total de las pérdidas). Al resultado obtenido se le aplicará la tasa del 30% y se determinará el monto acumulado de pagos provisionales.
- 2) Al monto anterior se le restarán los pagos provisionales de meses anteriores del ejercicio para determinar el pago provisional mensual.

De manera esquemática, el cálculo quedaría de la siguiente forma:

Ingresos nominales de los meses del ejercicio

(x) Coeficiente de utilidad

(=) Utilidad fiscal para el pago provisional antes de pérdidas fiscales (-

) Pérdidas fiscales pendientes de aplicar

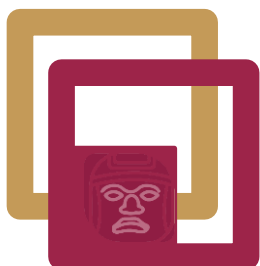
(=) Base gravable del pago provisional

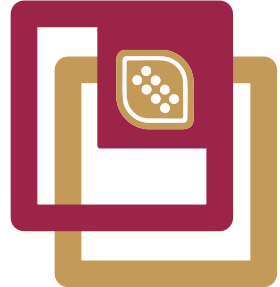
(x) Tasa de 30% por el artículo 9º de la LISR

(=) Pago provisional acumulado del ejercicio

(-) Pago provisional de meses anteriores

Pago provisional a cargo del mes





A.R. 9 MAPA MENTAL

Impuesto Sobre la Renta Persona Moral

Elabora la determinación del impuesto sobre la renta a cargo o a favor de un trabajador asalariado, persona física o moral para la declaración anual. Plantea distintos procedimientos para la determinación del impuesto sobre la renta de los diferentes tipos de contribuyentes, reconociendo sus derechos y obligaciones como mexicano, actuando de manera congruente y consciente.

Elabora un mapa mental acerca del ISR personas físicas, apoyándote de la información presentada en el siguiente apartado y de la investigación realizada al inicio del submódulo.

Al final de la lectura elabora un mapa mental que e imágenes acerca de lo comprendido del tema de ISR Personas Físicas para que al finalizar lo compartas en plenaria en el aula a todo el grupo.

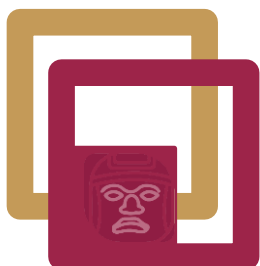
La actividad de reforzamiento se puede realizar en la guía, a mano en libreta de apuntes, en hoja blanca o de manera digital utilizando las TICS, según las instrucciones del docente.

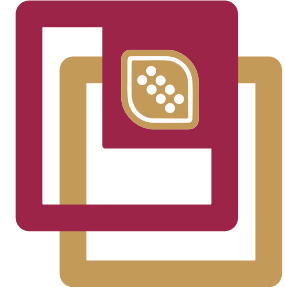
¿Qué es?

Un mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica al centro y se expande en todas direcciones con los conceptos relacionados – ideales para lluvias de ideas y organizar información de manera espontanea

Como se elabora:

Coloca la idea central en el centro de la hoja. Recuerda que puedes utilizar palabras o dibujos; si decides esta última opción, te recomendamos acompañarla de una palabra clave.



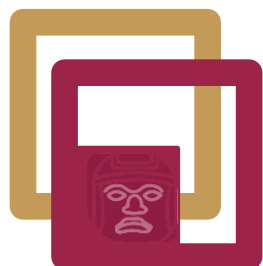


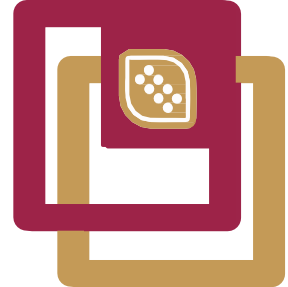
Ramifica los conceptos importantes que surgen a partir del tema central. Pueden ser tantos como creas necesarios para explicar el tema. Por ejemplo: el tema de este artículo es mapa mental y los subtemas podrían ser: ¿qué es?, características y ¿cómo se hace?

Establece un orden jerárquico de las ideas. Para ello coloca las ideas en el sentido de las manecillas del reloj y de adentro hacia afuera.

Utiliza líneas para unir los conceptos. Establece la relación entre el foco temático y el resto de las ideas desarrolladas.

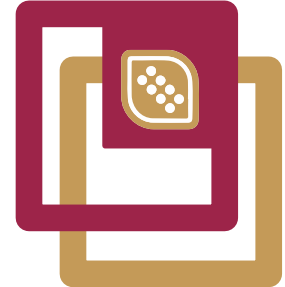
Destaca las ideas enmarcándolas en alguna figura. Puedes utilizar óvalos o cuadrados, o bien resaltarlas con colores, imágenes o cualquier elemento que permita diferenciarlas entre sí y comprender la relación que hay entre





 		COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO PLANTEL NO. ____			
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN					
NOMBRE DEL ALUMNO:		EVALUACIÓN POR AGENTE: Heteroevaluación		DOCENTE:	
SEMESTRE, GRUPO Y TURNO: Sexto ____		TIPO DE EVALUACIÓN: Formativa		MÓDULO IV: Desarrollo Empresarial e Impuestos II	
ASIGNATURA: Capacitación de Contabilidad		TIPO DE INSTRUMENTO: Rúbrica		SUBMÓDULO II: Impuestos II	
FECHA DE APLICACIÓN:		PRODUCTO ESPERADO /EVIDENCIA: MAPA MENTAL		CONTENIDO (S): Impuesto al Valor Agregado	
COMPETENCIA LABORAL BÁSICA POR DESARROLLAR: Determina bajo supervisión las contribuciones de personas físicas y morales (impuesto al valor agregado y del impuesto sobre la renta a cargo o a favor) para identificar sus obligaciones fiscales de una manera responsable.					
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: MAPA MENTAL DE ISR PEROSNAS MORALES					
INSTRUCCIONES AL ALUMNO:					
Elabora un mapa mental acerca del ISR personas MORALES, apoyándote de la información presentada en el siguiente apartado y de la investigación realizada al inicio del submódulo.					
Criterios	CRITERIOS DE VALORACIÓN				
	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente	
1.- El Mapa mental expresa los contenidos de concepto y funciones del contador.	La actividad presenta una descripción clara y sustancial del tema con muchos de detalles.	La actividad presenta una descripción confusa y los detalles no dejan claro el tema.	La actividad presenta una descripción incorrecta del tema y sin detalles significativos.	La actividad no presenta ninguna descripción de los contenidos.	
2.- El Mapa mental expresa de forma clara y coherente la redacción	El tema se expresa de forma clara y coherente y es de fácil seguimiento.	El tema está bien focalizado, pero no bien organizado.	Tema impreciso, sin coherencia en las partes que lo componen	La actividad no expresa coherencia.	
3.- El Mapa mental presenta limpieza, orden y sin faltas de ortografía	La actividad cumple con la limpieza, orden adecuado y sin faltas de ortografía.	La actividad no cumple con el orden y contiene faltas de ortografía.	La actividad no presenta limpieza, ni orden y muchas faltas ortográficas	La actividad no cumple con lo solicitado.	
4.- El Mapa mental es único, con diseño propio y creativo.	La infografía es visiblemente única, con diseño propio y creativo.	La infografía es única, con diseño llamativo y es creativo.	La infografía cuenta con diseño simple.	No es diseño propio.	
5.- El Mapa mental se entregó en tiempo y forma.	Se entregó la actividad en el tiempo establecido.	La actividad se entregó con retraso.	La actividad se entregó a destiempo.	No se entregó la actividad.	





REFERENCIAS.

Blank, S., & Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Gestión 2000.

Domínguez Bocanegra, G. (s. f.). *Cómo entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

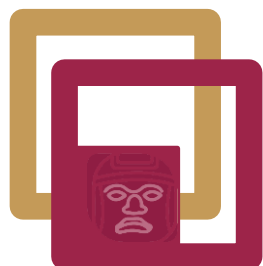
Drucker, P. F. (1985). *Innovación y emprendimiento*. Harper & Row.

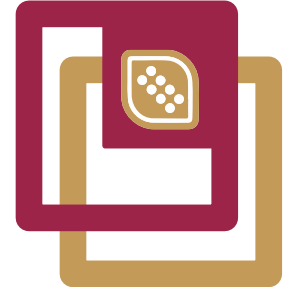
Mir Juliá, J. (2019). *Cómo crear un plan de negocio útil y creíble: Guía para elaborar un plan de negocio iterativo a través de la escucha activa del mercado*.

Núñez Álvarez, L. (s. f.). *Finanzas 1: Contabilidad, planeación y administración financiera*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Partal Ureña, A., Moreno Bonilla, F., Cano Rodríguez, M., & Gómez Fernández-Aguado, P. (2020). *Introducción a las finanzas empresariales* (4.^a ed.). Ediciones Pirámide.

Vallejo Chávez, L. M. (s. f.). *Guía práctica de emprendimientos*.





"Educación que genera cambio"

HIMNO DEL COBATAB



¡Oh!, Colegio de Bachilleres, impetuosa y querida

institución casa fiel del conocimiento,

hoy te canto este himno con amor,

eres rayo de esperanza del mañana,

eres la voz de la verdad.

¡Oh!, Colegio de Bachilleres, eres

luz en medio de la oscuridad.

//Colegio de bachilleres conducta

clara y firme decisión

Colegio de bachilleres tu misión

para siempre es ser mejor. //

En Tabasco se ha sembrado

la semilla que un día germinara,

el impulso de la vida modernista

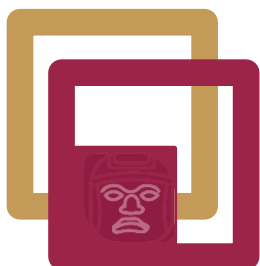
en progreso de toda la sociedad,

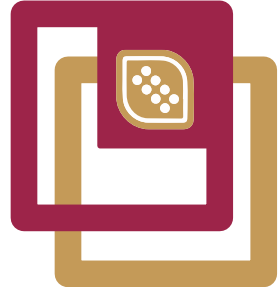
es tu memorable historia gran

orgullo para toda la región,

educación que genera cambio,

ejemplo digno en cada generación.





“Educación que genera cambio”

COBACHITO

¡Somos!
¡Somos!

Jóvenes
Bachilleres
Jóvenes
Bachilleres

Con Valor y
Lealtad De Norte
a Sur
De Este a Oeste

Somos líderes Bachilleres del Sureste
COBATAB Unido, COBATAB Fortalecido.
Este encuentro lo gano porque lo gano
Como dijo el Peje, me canso ganso.

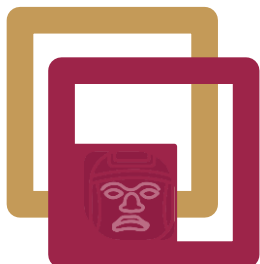
¡Somos!
¡Somos!

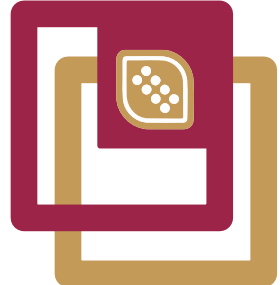
Jóvenes
Bachilleres
Jóvenes
Bachilleres
¡Somos!

¡Somos!

Jóvenes
Bachilleres
Jóvenes
Bachilleres

COBATAB Unido, COBATAB Fortalecida





"Educación que genera cambio"

COBACHITO

Colegio de Bachilleres,
Está de fiesta señores
Pues todos sus estudiantes
Hoy celebran con honores.

Que ya llegó la alegría
Es hora de motivar
Bailemos con algarabía
Cobachito nos guiará.

Allá por el acahual
En los ríos de Tabasco
Aconchado en unas ramas
O nadando sin parar.

Un manatí se ha ganado
El cariño de la gente
Cobachito le han llamado
Y no para de bailar.

Cobachito, con él vamos a ganar
Cobachito, eres espectacular
Cobachito, respetamos tu hábitat
Cobachito, mascota del COBATAB.

Mientras la orquesta se escucha
Y la porra se emociona
Los jóvenes bachilleres
A una voz ovacionan.



Con orgullo representan
A una gran institución
COBATAB está presente
Y Cobachito ya llegó.

Cobachito...

