

**Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica - IGER -
Bachillerato en Ciencias y Letras con Orientación en Gestión
Administrativa y Contable
Curso: Práctica Supervisada 5.º Bachillerato
Dirección Técnica**

Orientaciones generales para realizar el Proyecto del curso de Práctica Supervisada



Es una obra de ASEC

Estimado(a) estudiante:

La finalidad de esta guía es proporcionarle orientaciones generales que le servirán al realizar la práctica supervisada en la empresa o institución que ha elegido.

Lea detenidamente los libros de Elaboración y gestión de Proyectos, Organización y Administración 1, ya que en estos libros usted estudió temas relevantes para realizar un proyecto.

La elaboración del proyecto está dividida en 5 etapas. Cada una tendrá su forma de evaluación y se le asignará un puntaje.

Tome en cuenta que tiene un tiempo límite para la entrega de cada etapa a su jefe inmediato. Él firmará el control de entrega semanal de cada etapa.

Entregue una copia del proyecto a su jefe o encargado y el original a su coordinador regional.

Tenga en cuenta la información que se desarrolla en cada etapa del proyecto, le guiará para que se facilite la redacción y planificación del mismo.

Cápsula informativa**¿Qué es un proyecto?**

Es un conjunto de actividades interrelacionadas que buscan resolver un problema, mejorar una situación, atender una necesidad y, en general, busca cumplir con un objetivo específico.

¿Cuál es la finalidad de realizar un proyecto?

Es una oportunidad para que aplique sus aprendizajes y resuelva un problema o una necesidad específica de la institución. Además, esta dinámica le da la oportunidad de ser un observador de su realidad, identificar posibilidades de mejorar situaciones, poner en práctica la toma de decisiones, velar por el medio ambiente, trabajar en equipo, prepararse para el emprendimiento empresarial o para el trabajo.

1. Diagnóstico**Datos generales de la institución**

Instrucciones: escriba en el espacio en blanco la información que se le solicita de la empresa para la que realizará el proyecto.

Datos generales
Nombre de la empresa
Dirección de la empresa
Teléfono
Correo electrónico
Dirección electrónica de la página institucional
Tipo de institución (educativa, gubernamental, telefonía, otros)
Actividad que realiza la empresa
Importancia económica en la región
Infraestructura, mobiliario y equipo
Instalaciones físicas (oficinas, baños, cafetería, etc.)
Tecnología (computadoras, equipo y maquinaria, otros)
Servicios de internet
Cuenta con vehículos para el servicio de la institución
Mobiliario y equipo adecuado para el tipo de servicio que proporciona

Aspectos administrativos

Organigrama

Misión y visión

Manual de funciones

Objetivos

Estrategias

Planes de acción

Presupuesto

Departamento financiero

Departamento de recursos humanos

Número de empleados

Capacitación constante para empleados

2. Análisis del contexto

Consiste en realizar un diagnóstico de la institución para determinar qué situación es prioritaria resolver. Por ejemplo, la manera de ordenar y archivar los documentos físicos.

Imagine que lo contratan para trabajar en una empresa, y el primer día de trabajo le dan la bienvenida. Después lo ubican en su lugar de trabajo. Observe la fotografía de su espacio de trabajo.



¿Qué pensaría? ¿Cómo se sentiría trabajando en un ambiente como el anterior?
¿Qué idea le provocaría esta situación sobre la empresa que lo contrató?

3. Estrategias para analizar el contexto de la empresa

Algunas estrategias para recopilar información y seleccionar la situación o problema a resolver son: el FODA, la entrevista y la encuesta. Consulte con su tutor cuál es la estrategia que puede utilizar de acuerdo a la institución donde realice sus prácticas. A continuación se describe cada una de ellas.

- **FODA** (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)

Es una herramienta muy útil para la toma de decisiones tanto al inicio del proyecto como en las siguientes etapas.

Debe observar todos los aspectos de la institución (entorno externo y entorno interno)

Entorno externo

Está compuesto por variables que se encuentran fuera del control directo de la institución. Dichas variables se pueden dividir en oportunidades y amenazas.

Oportunidades: son los factores positivos que pueden aprovecharse para mejorar los resultados de una empresa. Para identificar las oportunidades se puede preguntar: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con la institución?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en el mercado? Por ejemplo, aprovecha los cursos de capacitación de nuevos productos que le compra a un proveedor.

Recuerde que el diagnóstico permite conocer la situación de la institución para descubrir problemas, necesidades y áreas de oportunidad de mejora.

Amenazas: son los factores que pueden afectar negativamente a la institución y poner en peligro su crecimiento o existencia. Las amenazas que son identificadas oportunamente se pueden convertir en oportunidades para la empresa. Para identificar las amenazas se pueden preguntar: ¿qué obstáculos se pueden encontrar para realizar sus actividades productivas y comerciales?, ¿qué actividades realizan mejor los competidores? Por ejemplo, la competencia de precios de otras instituciones que ofrecen el mismo servicio.

Entorno interno

El entorno interno hace referencia a aquellas variables que están bajo la influencia de la institución. Estas variables incluyen la estructura, la cultura y los recursos.

Fortalezas: integran todas las capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y lograr aventajar a sus competidores. Para identificarlas, los directivos pueden preguntarse: ¿qué ventajas tenemos con respecto de la competencia?, ¿qué recursos tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?, ¿qué es lo que la empresa hace mejor que otras empresas? Por ejemplo, contar con una infraestructura adecuada para las actividades.

Debilidades: son aquellos factores que la empresa debe mejorar para ser competitiva. Generalmente son las fortalezas de sus competidores. Para identificar las debilidades de la empresa, se pueden hacer las siguientes preguntas: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que los clientes nos elijan? Por ejemplo, no contar con suficiente personal en las temporadas de venta alta como navidad.

A continuación, se presenta un ejemplo del análisis FODA realizado para una empresa que se dedica a la confección de prendas de vestir destinado a la exportación.

	Análisis interno	Análisis externo
Negativos	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de financiación - Escasa diferenciación en ciertos productos - Mejora del servicio - Costes unitarios elevados - Cartera de productos ilimitada 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrada de nuevos competidores - Competencia actual agresiva - Nueva legislación que afecta al sector - Globalización de mercados - Cambios de hábitos de los consumidores
Positivos	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Notoriedad de marca a nivel nacional - Equipo profesional con amplia experiencia - Alta fidelización de nuestros clientes - Red de distribución asentada - Especialización de producto 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tendencia favorable en el mercado - Aparición de nuevos segmentos - Rápida evolución tecnológica - Posibilidad de establecer alianzas estratégicas - Utilización de nuevos canales de venta

Formato para realizar el FODA

	Análisis interno	Análisis externo
Negativos	Debilidades	Amenazas
Positivos	Fortalezas	Oportunidades

- **La entrevista**

De la planificación de la entrevista depende el éxito de la misma, es decir, que usted obtenga la información que requiere para su investigación. A continuación, se presenta un modelo que secuencia la planificación de la entrevista en tres momentos bien definidos:

1. **Momento de preparación.** Se deberán considerar las siguientes tareas:
 - a. Determinar los objetivos de la entrevista.
 - b. Identificar las personas que van a ser entrevistadas.
 - c. Formular las preguntas y secuenciarlas.
 - d. Localizar y preparar el lugar donde va a realizarse la entrevista. Debe ser un espacio adecuado para llevarla a cabo, cómodo para los participantes y, además, se debe preparar el material de recogida de datos (grabadora, vídeo,...)

2. **Momento de desarrollo.** En esta fase, el entrevistador debe conseguir:
 - a. Crear un clima de familiaridad y confianza. El entorno en el que se realice debe caracterizarse por resultar cómodo y acogedor al entrevistado.
 - b. Mantener una actitud abierta y positiva que favorezca y facilite la comunicación.
 - c. Facilitar la comunicación, adoptando una serie de formalismos:
 - I. Presentarnos profesionalmente.
 - II. Indicar el objetivo y motivo de la entrevista.
 - III. Establecer las condiciones de confiabilidad y difusión de la información.
 - IV. Puntualizar la duración, número de encuentros necesarios, etc.
 - V. Registrar la información de la entrevista.
 - VI. Llevar a cabo las preguntas, que deben estar estructuradas.
3. Al momento de la entrevista, es importante tomar en cuenta:
 - a. Asumir una actitud de empatía, escucha activa y comprensiva para favorecer la interacción.
 - b. Recordar que es una conversación, no un interrogatorio.
 - c. Tratar de que sea una conversación natural, espontánea, libre y guiada sutilmente. Si es necesario volver a una pregunta o a un tema, hacerlo.
 - d. La relación entrevistador-entrevistado tiene que ser amistosa, sin eliminar el carácter profesional de la entrevista.

Adaptado de: [https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista(trabajo).pdf)

- **La encuesta**

Una encuesta es un estudio, en el cual el investigador obtiene los datos a partir de un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Tipos de encuestas

Existen varios tipos de encuestas, según el medio que se utiliza para su realización:

Encuestas cara a cara: estas encuestas consisten en entrevistas directas y personales con cada encuestado.

Encuestas telefónicas: este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado.

Encuestas por correo: esta clase de entrevista consiste en el envío de un cuestionario a los encuestados que nos interesan, con la petición de que lo rellenen y lo devuelvan completado.

Encuestas por Internet, encuestas en línea: este tipo de encuesta consiste en colocar un cuestionario en una página web o crear una encuesta en línea y enviarla a los correos electrónicos.

Pero, ¿qué inconvenientes tienen las encuestas tradicionales cara a cara, telefónicas o por correo?

- La encuesta no llega inmediatamente al usuario.
- Mayor tiempo de respuesta.
- La baja tasa de respuestas.
- Rellenar la encuesta, ensobrarla y/o enviarla por fax, es muy laborioso.
- Se pierde la confidencialidad si se envía por fax y, a veces también, si se envía por correo.

¿Cuáles serían las ventajas de las encuestas en línea?

- Inmediatez en el envío de las encuestas vía correo electrónico.
- La amplia cobertura a la que se puede llegar, incluso a miles de encuestados en varios países y al mismo tiempo.
- Reducción de los costos de envío (sobres, etiquetado, sellos, etc.).
- Anonimato en las respuestas.
- Menor tiempo de respuesta y, por lo tanto, mayor número de respuestas.
- Inmediatez de resultados.
- No hay costos de recepción y manipulación de respuestas: se ven los resultados en línea.

Ejemplos de preguntas que pueden utilizarse en una encuesta.

● — ¿Cuántas personas viven en su casa? _____

● — ¿Tiene letrina en su casa? SÍ NO

● — En su casa comen carne:

● Todos los días +2 veces por semana

● -2 veces por semana casi nunca

● ¿Qué piensa sobre la limpieza y el aseo personal?

● _____

● — ¿Cree que la limpieza y el aseo influyen en la salud? ¿Por qué?

● _____

●

4. Priorización de necesidades

Cuando abordamos un problema y queremos encontrar soluciones por medio de un proyecto, vamos a encontrar que existen muchas necesidades. No podremos dar respuesta a todas al mismo tiempo, es necesario escoger las más urgentes o importantes.

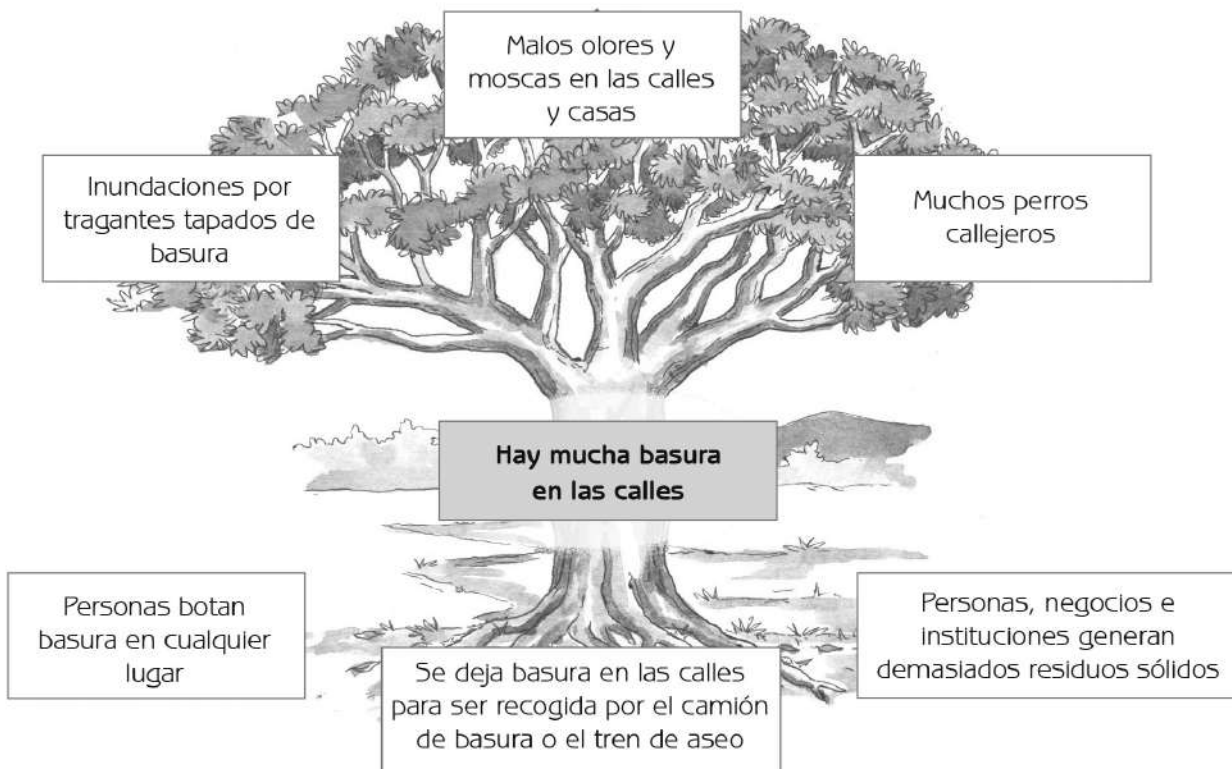
A esto se le llama priorización.

Para priorizar las necesidades siga los siguientes pasos:

- Realice una lista de los problemas que surgieron durante el FODA, la entrevista o encuesta.
- Defina los criterios a priorizar: Por ejemplo, ¿qué tan frecuentemente se da este problema?, ¿ha ocurrido antes o es la primera vez?
- Piense en quiénes están siendo afectados por los problemas y pregúntese: ¿cuáles son los problemas más importantes?, ¿cuáles son los problemas que quiere resolver con mayor urgencia?
- Considere la factibilidad: ¿es realista que pueda resolver ese problema?, ¿tiene tiempo y recursos humanos y económicos para resolverlo?

Ayudándose de estos y otros criterios seleccione los problemas que buscará enfrentar con su proyecto y priorícelos del más urgente al menos urgente.

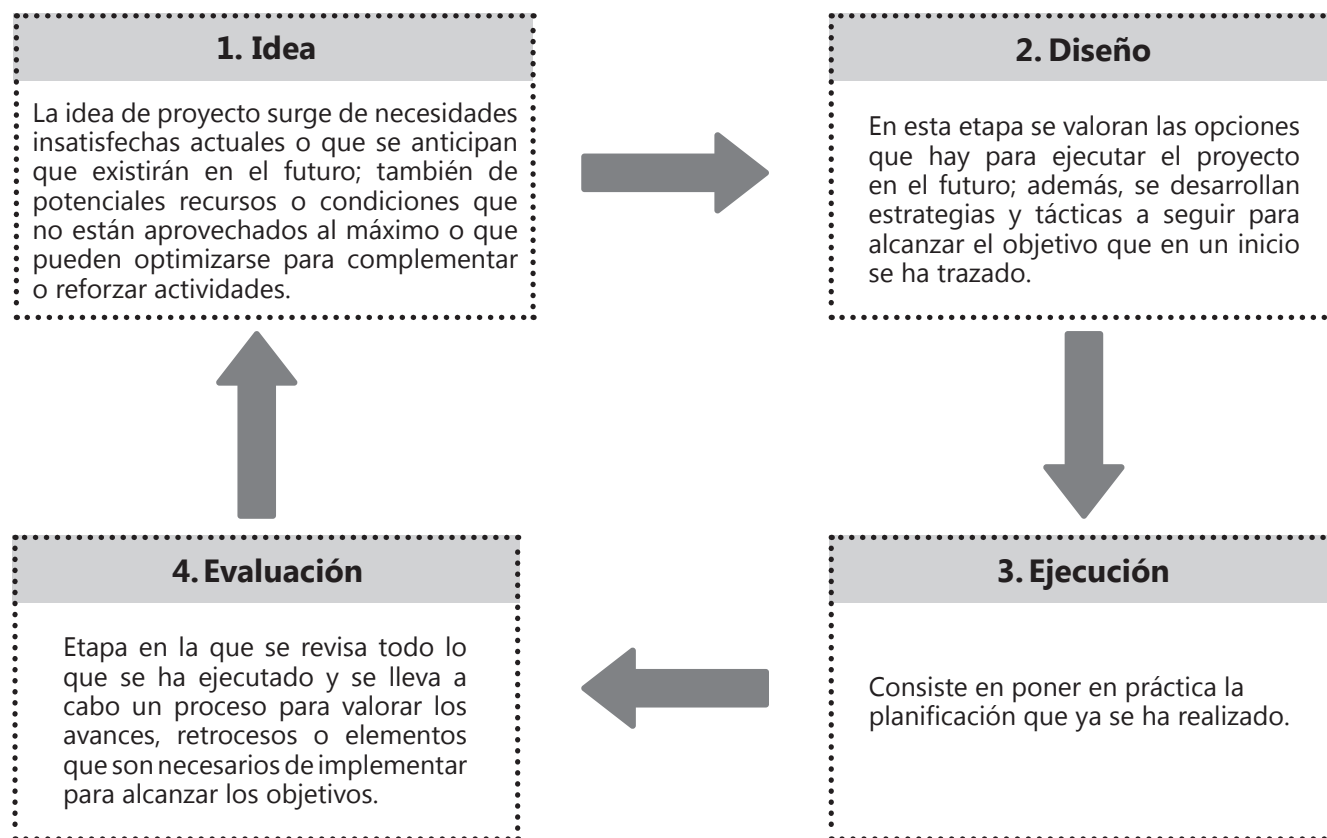
El siguiente es un ejemplo de un árbol de problemas que puede utilizar en la realización de su proyecto.



5. Planeación

Esta etapa es el punto de partida y la base del proyecto a realizar. Inicia desde el momento en que una persona o un grupo de personas tienen interés en buscar solución a un problema.

Observe la siguiente imagen con preguntas o descripciones que le ayudarán a planificar.



Estructura del proyecto

Tema o nombre del proyecto: En este espacio debe de escribir el nombre que le pondrá a su proyecto por ejemplo "Archivo digital para documentos de oficina"

Debe expresar con claridad la naturaleza del proyecto y el beneficiario.

Problema: El problema puede escribirse en forma de pregunta pero esta no debe de dar lugar a un sí o un no, sino que puede tener varias respuestas. O bien puede escribirse como una afirmación.

Ejemplo:

¿Cuál es la importancia de tener un archivo digital dentro de las computadoras de la empresa?

Es importante la creación de un archivo digital de los documentos importantes de la empresa.

Localización: Describe la ubicación geográfica del lugar en el que se llevará a cabo el proyecto, ciudad, localidad, barrio, nombre del departamento u oficina, dirección de la IP en la que realizará la implementación, etc.

Unidad Ejecutora: Debe de escribir quién o quiénes son los encargados de la realización e implementación del proyecto.

Descripción del proyecto: Debe de escribir de forma corta y precisa cuál es la función del proyecto, en qué consiste y qué beneficio tendrá para la empresa.

Justificación: esta parte es muy importante al momento de realizar un proyecto ya que escribe en no más de ocho líneas ¿por qué es importante realizar este proyecto? Se explica cuál es el problema o la necesidad que se pretende superar con la ejecución del proyecto, analizando brevemente los antecedentes, las causas de los problemas y los efectos negativos que se quieren superar.

6. Definición de objetivos

Con la información y los análisis realizados ya tiene definido y fundamentado el problema que necesita resolver.

Ahora debe preguntarse ¿qué es lo que desea lograr con su proyecto? o ¿para qué necesita implementarlo? Estas ideas se plantean en un objetivo. Y, ¿qué es un objetivo? Es simplemente la finalidad de una acción.

La formulación de un proyecto cuenta con un objetivo general y objetivos específicos. Estos objetivos implican resultados observables, es decir, apreciables y medibles, posibles de evaluar.

Objetivos del proyecto	
Objetivo general	Objetivos específicos
Es una idea de lo que quiere lograr con el proyecto.	Son las actividades que se requieren desarrollar dentro del proyecto y responden al objetivo general.
Indica el para qué se realiza el proyecto. Para qué se quiere resolver el problema.	Son claros. Permiten plantearse las acciones a seguir para alcanzar lo que se necesita con el proyecto. Tener claridad en lo que se quiere lograr permite visualizar qué resultados se esperan con la ejecución del proyecto. Son el paso previo para el planteamiento de actividades.
Para formular los objetivos, siempre se utilizan verbos en infinitivo:	
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar...• Implementar...• Producir...	

7. Actividades acciones del proyecto

Ahora que ya se ha planteado los objetivos del proyecto, el siguiente paso es preparar y organizar las acciones necesarias para enfrentarnos al problema que se ha diagnosticado. Para ello, se realiza una descripción del proyecto en el cual se detalla: cómo se va a realizar, con qué recursos y con quiénes, qué actividades realizarán y en qué tiempo, dónde va a realizarlas.

8. Duración del proyecto

Es importante determinar la fecha de inicio del proyecto y finalización del mismo para organizar el cronograma o plan de actividades.

9. Metas

Cuando ya tiene definidos los objetivos específicos del proyecto, es necesario explicar qué es lo que piensa lograr. A estos logros que piensa alcanzar se les llamará metas o resultados. Las metas se logran cuantificando los objetivos. Por ejemplo, ¿cuántas jaleas piensan producir?, ¿cuántas se proponen vender?

Las metas o resultados se definen en forma cuantitativa describiendo "qué" y "cuándo" se producirá y en qué período de tiempo.

10. Cronograma o plan de actividades

Un cronograma bien estructurado es muy útil para elaborar el presupuesto y asegurar el cumplimiento de las metas. Para elaborar el cronograma, es importante plantearse cuáles son las acciones que ayudarán a lograr los objetivos planteados, en ¿cuánto tiempo se realizarán? y ¿quién o quiénes? serían las personas responsables. A continuación le presentamos un formato de cronograma.

N.º	Acciones o actividades	Fecha	Materiales	Responsable	Mes de septiembre			
					Semana	Semana	Semana	Semana

11. Recursos

Materiales: escribir un listado de materiales que se utilizarán para la implementación del proyecto en la empresa.

Humanos: Escribir los nombres y cargos de las personas que brindarán apoyo en alguna actividad que requiera otro conocimiento, por ejemplo capacitadores, informáticos, abogados etc.

12. Presupuesto

En el presupuesto, es importante realizar una revisión de los costos de producción y la proyección de lo que se pretende realizar.

El siguiente formato es un ejemplo que puede utilizar para presentar el presupuesto, los gastos que realizará durante la implementación, es importante recordar que deben de ser mínimos por lo que puede gestionar el apoyo económico y material como donaciones.

N.º	Artículo o servicio	Precio Unitario	Cantidad	Total
1	Cartulina color blanco	Q1.50	2	Q3.00
2	Carpetas para archivo	Q5.00	3	Q15.00
Total				Q18.00

13. Forma de organización y administración del proyecto. Se describe en una forma general la organización y las funciones de las personas responsables de realizar la gestión, ejecución, seguimiento y evaluación del proyecto.

14. Los beneficiarios o mercado meta. Nombre de los beneficiarios del proyecto.

15. ¿Quién está financiando el proyecto? Aquí se hace mención de las personas y /o la institución que ha ofrecido el financiamiento y en qué condiciones se encuentra dicha inversión.

16. Costo aproximado del proyecto. Se presentan todos los costos de producción del proyecto.

Implementación

En este espacio debe de escribir en forma breve, las estrategias por medio de las cuales logró llevar a cabo su proyecto de investigación dentro de la empresa para la que está laborando. Por ejemplo, la descripción de las actividades, reuniones y otros.

1. Seguimiento

Es una serie de actividades de gestión del proyecto que permiten vigilar el correcto desarrollo de las actividades establecidas, así como para el seguimiento y control de los recursos humanos y materiales con que se cuenta. Para el seguimiento del área financiera, podemos usar las siguientes herramientas: presupuesto del proyecto y el plan de ejecución.

A continuación se le presenta un formato para dar seguimiento al proyecto.

Semana del de al de

Objetivo	Acciones o actividades	Responsable	Seguimiento/puede escribir si la actividad está concluida o en proceso	Observaciones

Elaborado por:

Revisado por:

Este es un ejemplo por medio del cual puede evaluar los resultados de su proyecto, puede utilizar esta tabla, investigar otra herramienta o bien utilizar la que le indique su jefe.

2. Evaluación

Evaluación de los resultados	Responder con datos concretos, los cambios inmediatos que nuestro proyecto ha conseguido impulsar.
Evaluación de los impactos	Identificar los efectos a largo plazo en los distintos ámbitos
Evaluación de la estrategia	Identificar los elementos que han facilitado y obstaculizado el trabajo, aquellos resultados no esperados pero existentes y cuáles son los aprendizajes del proceso, las lecciones que hemos aprendido.

3. Conclusiones

En las conclusiones debe de escribir puntualmente los alcances y hallazgos que tuvo su proyecto dentro de la empresa, los resultados de la investigación. Puede elaborar entre 3 o 5 conclusiones.

Ejemplo:

El manual para la utilización del archivo digital es de vital importancia para la organización de una empresa.

4. Recomendaciones

Estas se refieren a los consejos o nuevas formas de trabajo que apoyen el seguimiento en la implementación de su proyecto, deben de ser claras y es una por cada conclusión escrita.

Ejemplo:

Es importante que se realice un manual de procedimientos para la utilización del archivo digital, ya que este es funcional para brindar capacitaciones en el momento de la contratación del nuevo personal.

5. Escritura de bibliografías



Realice sus referencias consultadas, basado en las normas APA (American Psychological Association). Encuentre la información en este enlace: normasapa.net/2017.edicion.6/

6. Autoevaluación

Instrucciones: marque con un cheque ✓ la casilla de lo que ha trabajado para visualizar lo que le hace falta o esta en proceso.

Lista de cotejo para verificación del contenido del informe

Aspectos del proyecto	Contenido	
	Finalizado	No realizado
Etapa 1. Diagnóstico		
Aspectos generales de la empresa		
Diagnóstico (seleccione la estrategia utilizada)		
FODA		
Entrevista		
Encuesta		
Priorización de necesidades		
Planeación		
Tema		
Problema		
Localización		
Unidad Ejecutora		
Descripción del proyecto		
Justificación		
Objetivos General y Específicos		
Metas		
Beneficiarios		
Etapa 2. Implementación		
Ejecución del plan de acción		
Ejecución del presupuesto		
Etapa 3. Seguimiento y Monitoreo		
Formatos de seguimiento		
Autoevaluación		
Lista de cotejo para verificación de documentos		
Etapa 4. Entrega del informe		
Informe escrito		
Resumen ejecutivo		
Conclusiones		
Recomendaciones		
Bibliografía		
Anexos		
Cuadro de resumen de calificaciones		
Fotos, gráficas, materiales, facturas etc.		

Autoevaluación de su aprendizaje

N.º	Indicadores	Si	No
1.	Realicé mi proyecto de investigación eficientemente y demostré esfuerzo y dedicación en cada una de las etapas.		
2.	Aporté con mi proyecto a la resolución de problemas en la empresa en la que realicé mi práctica y tengo nuevos conocimientos acerca de la elaboración e implementación de proyectos de investigación.		

Etapa

IV

1. Entrega del informe

En esta fase se cierra el proyecto. Una vez se determinen los resultados, los aspectos que deben permanecer y los que se deben mejorar, se elabora un informe final con el detalle de todas las acciones desarrolladas durante el proyecto.

El informe escrito que contiene:

1. Portada
2. Índice
3. Resumen ejecutivo
4. Introducción
5. Cuerpo principal (En el cuerpo principal deben de colocarse todos los pasos de la planeación)
6. Conclusiones
7. Recomendaciones
8. Bibliografía
9. Anexos

2. Resumen ejecutivo

Un resumen ejecutivo es una síntesis o una breve descripción de los aspectos más importantes del proyecto. Se redacta en un documento escrito.

En este resumen ejecutivo se debe especificar en forma abreviada lo que se planeaba hacer y lo que se logró en el proyecto.

Algunas sugerencias para realizar el resumen ejecutivo son las siguientes:

- De preferencia debe presentarse en una sola página.
- Es esencial que presente lo que se pretendía lograr, así como lo que realmente se consiguió, además de los recursos e individuos involucrados.
- Debe ser claro y preciso.
- Debe resaltar cualquier noticia exitosa que haya logrado el proyecto, ya sea por medio de notas publicadas por algunas instituciones, comentarios positivos, alianzas establecidas, etc.

3. Bibliografía

La bibliografía comprende todas las referencias del material que utilizó para desarrollar su proyecto o elaborar su informe final. A continuación le presentamos algunos ejemplos.

- ASEC EDICIONES. (2015). *Comunicación y Lenguaje, segundo básico*. Guatemala: ASEC EDICIONES.
- IGER. (2016). *Productividad y Desarrollo, grupo Quiriguá*. Guatemala: IGER.
- Ministerio de Educación. (2009). *Currículo Nacional Base Nivel Medio, Ciclo Básico, Área Productividad y desarrollo, tercer grado básico*. Guatemala: Ministerio de Educación.

La e-grafía se refiere a las direcciones de las páginas web que se consulta para realizar una investigación. Si utilizó alguna página web, la e-grafía se escribe de la siguiente manera:

Autor. (fecha). Título (el título siempre en cursiva). Extraído en que fecha. Link.

Organización Mundial de la Salud. (2014). *Salud Mental*. Extraído el 24 de enero de 2014.

http://www.who.int/topics/mental_health/es/

4. Ejemplo de anexos

En esta sección coloque 20 fotografías que evidencien todo el desarrollo del proyecto. Escriba debajo de cada una de ellas una breve descripción de lo que se observa. Tiene un ejemplo.



Tomada de: <https://conceptodefinicion.de/oficina/>

2. Formatos de cartas con distintos propósitos.

Carta de presentación

Guatemala, 29 de julio de 2019

Carolina García Hernández
Corporación Universal
Presente

Estimado Sr/a:

Me pongo en contacto con usted para hacerle llegar mi currículum con mis datos personales, experiencia profesional y otros datos útiles, por si necesita cubrir, ahora o en el futuro, un puesto en su empresa.

Me interesa trabajar en su empresa puesto que tengo formación y experiencia para desarrollar diferentes trabajos dentro de su organización. Estoy dispuesto/a aprender y puedo aportar ideas.

Confío poder recibir más información sobre su empresa y las posibilidades de trabajar en ella, a través de una entrevista personal.

Quedo a su disposición, esperando recibir noticias suyas.

Reciba un cordial saludo.

Adjunto currículum

Carta de recomendación

Guatemala, 31 de julio de 2019

A QUIEN CORRESPONDA

Por este medio hago constar que conozco al señor Carlos castillo quien se identifica con número de CUI 3002 24567 0101 extendido en el Departamento de Guatemala, a quien conozco desde hace 3 años como una persona responsable, honrado, trabajador, cumplido y con ánimo de superación personal constante.

Por lo anterior expuesto no tengo ningún inconveniente en extenderle la presente CARTA DE RECOMENDACIÓN, la cual va debidamente firmada.

Y para los usos legales que el interesado convenga, se extiende la presente a los ocho días del mes de mayo del año dos mil dieciocho.

Atentamente,

Esteban Cardona
DPI 2426 80256 0101

4. Formato para crear una cartera de clientes

(NOMBRE DE LA EMPRESA) (NIT DE LA EMPRESA) (FECHA DE ELABORACION) (CIFRAS EN QUETZALES)										
LOGO EMPRESA										
Saldos Según Antigüedad de Factura										
Datos de la Factura			Saldos Según Antigüedad de Factura							
No.	Nombre del Cliente	Fecha Emisión	No. Factura	Descripción	Valor de la Factura	Días de Antigüedad	0-30 días	31-60 días	61-90 días	90+ días
1	Carlos Lopez	1/06/19	A 0000001122	Por venta de Mercadería	Q 600.00	31		Q 600.00		
2	José Perez	20/07/19	A 0000001123	Por venta de Mercadería	Q 800.00	11	Q 800.00			
TOTALES					Q		Q 800.00	Q 600.00		



Es una obra de ASEC

**Instituto Guatemalteco de
Educación Radiofónica -IGER-
Grupo Radial IGER y Radio Sónica 106.9**

**Oficina central:
11 avenida 18-45
zona 2, Ciudad Nueva,
Guatemala 01002**

www.iger.edu.gt

Tel: (502) 2305 1010

iger@iger.edu.gt

Código: 6111145003